

Le marché des fromages typiques italiens: II. Le parmigiano reggiano

Aragrande M.

in

Tisserand J.-L. (ed.).
Le lait dans la région méditerranéenne

Paris : CIHEAM

Options Méditerranéennes : Série A. Séminaires Méditerranéens; n. 6

1989

pages 213-219

Article available on line / Article disponible en ligne à l'adresse :

<http://om.ciheam.org/article.php?IDPDF=CI000484>

To cite this article / Pour citer cet article

Aragrande M. **Le marché des fromages typiques italiens: II. Le parmigiano reggiano.** In : Tisserand J.-L. (ed.). *Le lait dans la région méditerranéenne.* Paris : CIHEAM, 1989. p. 213-219 (Options Méditerranéennes : Série A. Séminaires Méditerranéens; n. 6)



<http://www.ciheam.org/>
<http://om.ciheam.org/>

Le marché des fromages typiques italiens.

II. Le parmigiano reggiano

M. ARAGRANDE
UNIVERSITE DE BOLOGNE (ITALIE)

RESUME - Le Parmigiano Reggiano est un fromage parmesan à pâte dure, pressée, cuite, protégé par la loi italienne. Très consommé par les italiens, grands amateurs de fromage, il apparaît toutefois comme un produit de classe dont la demande varie en fonction du revenu et augmente au moment des fêtes, particulièrement en fin d'année. Il existe toutefois une exportation (environ 25%) vers la France, la Suisse et les Etats-Unis. La production est réalisée dans des conditions bien précises, à partir de lait de vache provenant d'une zone bien délimitée (extrémité méridionale de la plaine du Pô). Il existe encore plus de 900 unités de transformation bien que leur nombre ait diminué de plus de moitié depuis 1960. Ce sont surtout les ateliers fermiers qui ont disparu. De plus en plus, l'affinage est assuré par de grandes sociétés qui se chargent de la commercialisation. La production est contrôlée quantitativement par un système de régulation du marché et qualitativement. Ce deuxième aspect est mis en oeuvre par les organisations professionnelles.

Mots-clés: Fromage, bovins, consommation, production, industrie laitière, législation.

ABSTRACT - «The market of typical Italian cheeses II. The parmigiano reggiano». Parmigiano Reggiano is a parmesan hard compacted cooked cheese, protected by Italian laws. Very consumed by Italians, great cheese lovers, it is however a classy product which demand varies according to income and increases during bank holidays, especially on New Year's Eve. The Product is still exported (about 25%) to France, Switzerland and United States. Production takes place under very precise conditions, from cow's milk from a very specific region (southern part of the Po river valley). There exist still over 900 processing units, although their number had decreased by half since 1960. It is mainly the farm units which have disappeared. Increasingly, maturing is done by big firms that also market it. Production is quantitywise controlled by a market regulation system, and qualitywise by professional organizations.

Key words: cheese, bovine, consumption, production, milk industry, legislation.

Aspects généraux

Le «Parmigiano Reggiano» appartient au groupe des fromages parmesan à pâte dure, pressée et cuite, à longue maturation, aux caractéristiques de goût et de consistance typiques. Cette catégorie comprend, outre le «Parmigiano Reggiano», le «Grana Vernengo», le «Grana Padano» et d'autres parmesans moins importants. Il s'agit de produits typiques, obtenus dans des régions italiennes bien définies selon des pratiques traditionnelles établies par des disciplines ad hoc, protégées par la loi italienne par l'intermédiaire des associations de producteurs. Un récent décret ministériel a supprimé l'appel de «Grana Vernengo» l'unifiant au «Parmigiano Reggiano». Les différences fondamentales, existant au niveau de la discipline de production, entre le «Grana Padano» et le «Parmigiano Reggiano» sont résumées dans le tableau 1.

Dans cette étude on va traiter du parmigiano reggiano et de ses caractéristiques tout à fait typiques, à partir d'une ancienne tradition de production, une technique de production assez particulière et une zone d'origine limitée qui, plus que pour tout autre type de parmesan, en font un produit aux caractéristiques incomparables.

On va analyser, en particulier, la consommation et les

aspects relatifs à la production de la matière première, l'industrie de transformation et la distribution, les organisations chargées du contrôle du produit.

La Consommation

L'Italie est, en général, un bon consommateur de fromage. En 1983, elle était parmi les trois consommateurs les plus importants en Europe avec la Grèce et l'Allemagne. La consommation pour ce groupe de produits a augmenté, au cours de la décennie 1975-1985, à un taux d'à peu près 1%. En termes quantitatifs les consommations s'élèvent à 14 Kg./personne avec de grandes variations territoriales. Les tendances les plus récentes du marché de la consommation, conditionnées tant par l'amélioration des conditions générales de vie que par le changement des goûts du consommateur, favorisent les fromages frais, à goût neutre qui sont plus indiqués pour les styles de vie et les habitudes alimentaires des générations les plus jeunes. Il s'agit donc de produits aux caractéristiques tout à fait différentes de celle du parmigiano reggiano. Mais, des modèles de consommation traditionnels et solidement enracinés dans la tradition culinaire italienne persistent et ont encore un poids considérable dans les habitudes alimentaires des italiens.

Tableau 1
QUELQUES CARACTERISTIQUES DES FROMAGES PARMESANS

	Parmigiano Reggiano	Grana Padano
Période de production	Avril-Septembre (depuis 1984 pendant toute l'année)	Toute l'année
Zone de production	Emilie Romagne (Parme-Reggio E.-Modène Bologne rive gauche Rhin) Lombardie (Mantoue rive droite Pô)	Piémont-Lombardie Vénétie-Emilie R. Trentin
Pâtûre	Herbages ou luzernière	Fourrage vert ou ensilé
Additifs au lait	Interdits	Formaldéhyde (pourvu qu'il soit inférieur à 0.5 ppm dans le produit fini)
Maturation	18-36 mois	6 mois

Les fromages parmesans sont en réalité liés, parfois d'une façon assez rigide, à ce type d'alimentation. C'est le cas en particulier du parmigiano reggiano qui est utilisé pour donner du goût à des plats régionaux italiens alors que le grana padano est largement utilisé comme dessert. D'après les estimations les plus récentes et les plus fiables il résulte que la consommation individuelle de parmesan a été à peu près constante, de 1979 à 1983, autour de 3.0 Kg./personne avec des fluctuations de 2-3 %. La répartition de cette quantité est en moyenne, en faveur du grana padano par rapport au parmigiano reggiano: en effet, en termes absolus, on a estimé une consommation de 1.4 kg./personne pour le premier et 1.1 pour le deuxième.

Les consommations du parmigiano reggiano sont réglées par nombre de facteurs.

En premier lieu, comme cela à été déjà expliqué, les goûts du consommateur et l'utilisation traditionnelle du

parmesan dans la cuisine italienne, quotidienne ou plus soignée. A ce propos on a observé que la consommation globale a un caractère saisonnier prononcé avec le maximum en hiver, en particulier pendant la période de Noël. Ce qui confirme la tendance vers la cuisine traditionnelle qui apparaît régulièrement en ces occasions. Il s'agit, en vérité, de périodes de plus grandes disponibilités financières des consommateurs, ce qui détourne l'attention vers d'autres éléments déterminant la consommation.

Des récentes études ont mis en évidence une valeur de l'élasticité de la demande au revenu de 1.14 et de l'élasticité au prix de -0.34. Il s'agit donc d'un produit qu'on peut classer de luxe, dont les variations de consommation sont largement influencées par le revenu. Mais il présente, en même temps, une forte rigidité aux variations de prix ce qui indique une grande fidélité du consommateur malgré d'importantes variations du prix. Cette donnée qui ne fait que confirmer le caractère traditionnel de la consommation

Tableau 2
CONSOMMATIONS DE FROMAGES PARMESANS

Année	From. Parmesan en général (kg./pers.)	Parmigiano Reggiano		Grana Padano	
		% de la consom totale	kg./pers.	% de la cons. tot.	kg./pers.
1979	2.97	36.1	1.07	48.1	1.42
1980	3.09	36.1	1.11	48.1	1.48
1981	3.02	36.7	1.10	47.7	1.44
1982	2.91	36.9	1.07	46.4	1.35
1983	2.98	36.8	1.09	47.0	1.40

Source: élaboration sur (4)

doit être révisée à la lumière des interactions qui s'établissent entre les différents types de parmesan. Tout à fait particulier est le cas de parmigiano reggiano et grana padano qui tendent à être classifiés comme des produits «alternatifs»⁴ avec un rapport de remplacement basé sur leur différence de prix: plus grande est la différence positive entre le prix du parmigiano reggiano et celui du grana padano plus la consommation tend vers le 2^{ème}.

En outre, le parmigiano reggiano alimente un courant d'exportation, modeste mais significatif. En 1986 le volume des exportations s'élevait à 7.059 tonnes correspondant à 68 milliards de lires, c'est-à-dire respectivement 8 % de la production totale et 37 % des exportations italiennes de fromages (tableau 3).

Le volume des exportations de la catégorie des fromages parmesans a augmenté, en moyenne, au cours de la dernière décennie: si on fait égal à 100 la quantité exportée en 1975, elle est montée à 137 en 1980 et à 183 en 1986.

En 1986 une grande partie du commerce extérieur (environ 25 %) se faisait à l'intérieur des frontières communautaires, surtout avec la France; pour la partie restante ce sont deux les pays qu'on peut considérer comme acheteurs habituels: la Suisse (27 %) et les Etats-Unis (14 %). De temps en temps les exportations sont dirigées vers d'autres pays (Canada, Australie), en particulier vers les pays de destination du courant d'émigration des travailleurs italiens qui ont transféré et maintenu à l'étranger certaines habitudes alimentaires typiquement italiennes desquelles dépend, pour la plupart, l'utilisation du parmigiano reggiano. Certains auteurs, en particulier, jugent que la consommation extérieure des fromages parmesans, et surtout du parmigiano reggiano est presque exclusivement liée à ces typologies de consommateurs et qu'elle n'arrive pas à franchir ces limites et conquérir de nouvelles parts du marché.

Pour cette raison, les tendances les plus récentes de l'offre tant intérieure qu'extérieure, visent en particulier à renouveler la forme et les modalités de distribution.

En effet, depuis quelques années, on trouve sur le marché des emballages de parmesan en morceaux (de dimensions prêtes à être présentés directement à la consommation même à travers la grande distribution) ainsi que râpé, prêt à être utilisé sur les aliments. En même temps on a vu une promotion plus pressante visant à relancer (surtout pour le parmigiano reggiano) les aspects qualitatifs et diététiques de ce fromage (patronnée par des sociétés sportives), à côté de la pureté et tradition, désormais implicites dans l'image du produit.

Toutefois on ne peut nier que le «battage» publicitaire pour ce secteur est encore au-dessous des niveaux déjà atteints par d'autres produits en expansion: en 1987 le coût des messages publicitaires pour les fromages parmesans était estimé à 0.1 % de la part respective de marché contre 0.7 % engagé par les opérateurs dans le secteur des fromages demi-durs et 1.7 % engagé, en moyenne, par les opérateurs du secteur des fromages frais ou à pâte molle (lait de consommation, yaourt, fromages à tartiner).

Si, d'un côté, la diversification dans la présentation du produit représente une démarche visant —dans le secteur des parmesans— à conquérir des typologies de consommateurs «émergents», elle risque, d'autre part, de compromettre l'image de «produit de marque» à laquelle le parmesan doit la plupart de son succès. En effet, le produit pré-confectionné, surtout râpé, se prête à des alterations: la marque d'origine est, en réalité, impossible à reconnaître. Cela risque d'entraîner une dégradation qualitative de la consommation et peut même avoir un effet dissuasif sur les nouveaux acheteurs potentiels, moins avertis des caractéristiques organoleptiques du produit.

Ceci est relié, évidemment, aux problèmes du contrôle, qui sont devenus plus pressants dès que des tentatives de pénétrations de produits similaires sur les marchés extérieurs vont s'annoncer par d'autres pays de la CEE (Danemark) et de l'Amérique latine (avec le «regianito» argentin).

La production

Comme déjà mentionné, le parmigiano reggiano est produit dans une zone dont les bornes sont bien définies par la discipline de production. Il s'agit d'1 million d'hectares (dont 43 % de plaine, 25 % de colline et 31 % de montagne), à l'extrémité méridionale de la plaine du Pô, où elle rejoint la chaîne des Apennins. Certaines des zones susdites ont une intensité agricole élevée (dans la plaine); alors que d'autres (surtout celles de montagne et plus escarpées) se caractérisent par différents niveaux de marginalité et d'abandon qui est commun à toute la bande des Apennins. La production de lait est particulièrement importante dans cette zone du pays qui se caractérise parmi celles à plus haute vocation tant en termes de quantités produites que d'efficacité et productivité. La situation est tout à fait différente dans les régions escarpées où l'élevage laitier représente l'une des maigres possibilités d'exploitation et de mise en valeur de zones économiquement marginales. En fait la production de parmigiano reggiano contribue, d'une manière considérable, à la survivance économique de ces régions.

D'après les données les plus récentes il y a dans cette superficie plus de 23.000 élevages laitiers qui maintiennent un cheptel bovin en production d'environ 300.000 têtes de bétail à aptitude laitière. La dimension moyenne est donc de 13 vaches/exploitation. Mais les exploitations intéressées par la production de parmigiano reggiano sont moins nombreuses. En 1986-1987 elles ont été 17.680 dont la plupart (16.229 c'est-à-dire 91,7 %) à gestion collective (surtout coopératives).

Cettes forme d'exploitation s'est graduellement affaiblie dans le temps. En effet en 1966 les exploitations livrant le

1. L'élasticité croisée de la demande de grana padano au prix du parmigiano reggiano est de +0.64.

2. L'élasticité croisée par rapport aux différences de prix est estimée à peu près à 0.40.

Tableau 4
DONNÉES STRUCTURELLES SUR LA ZONE DE PRODUCTION

	Totale	Montagne	Colline	Plaine
Superf. exploit. (ha * .000)	1.026,8	325,5	257,7	444,2
(%)	(100)	(32,0)	(25,0)	(43,0)
Elevages laitiers *	23.090	7.017	6.245	9.828
(%)	(100)	(34,4)	(27,0)	(42,6)
Vaches *	300.360	50.351	74.796	175.213
(%)	(100)	(16,7)	(24,9)	(58,3)

Source: élaboration sur (1)

* à l'exclusion de la zone comprise dans la province de Mantoue.

lait étaient au nombre de 43.585. A cette époque les exploitations collectives étaient encore nombreuses (33.575) même si leur incidence relative était plus réduite sur le total dont elles représentaient 77 % (tableau 5). La plus nette réduction des unités d'exploitation a été enregistrée surtout parmi les exploitations individuelles, qui ont diminué de plus de 10.000 à environ 1.450.

Le taux le plus important des exploitations de livraison, 63 % se trouve dans la plaine et le restant 37 % dans les zones en pente (tableau 6)

Par rapport à la typologie des élevages prédominants dans cette zone, la situation du parmigiano reggiano se présente en général assez complexe, rigide et peu «perméable» aux innovations technologiques.

En effet, d'après une enquête menée récemment dans le périmètre (3) il résulte que les exploitations sont caractérisées par un «statisme structurel» «considérable même face aux sollicitations des innovations et du développement visant à briser l'unité de production traditionnelle» (5, page 22).

Cette situation moyenne présente évidemment de grandes différences et contradictions au niveau territorial. A côté d'exploitations organisées selon des modèles de production traditionnels (ce qui se traduit dans le système laitier exclusif) peu flexibles et adaptables, caractérisées par une utilisation des ressources productives (notamment la main d'oeuvre familiale) qui n'est pas toujours rationnelle, on trouve des unités d'exploitation en voie de «dé-spécialisation» productive et «dé-structuration» de l'organisation³, qui cherchent dans des systèmes d'exploitation alternatifs plutôt que dans l'élevage, la rémunération optimale des moyens de production.

Le degré élevé de variabilité territoriale³ et⁴ des exploitations se combine, toutefois, avec une variabilité temporelle très limitée, en particulier pour ce qui est des valeurs de certains indices relatifs à l'emploi d'inputs techniques (travail, capital). Ces valeurs sont résumées dans le tableau 7.

La rémunération du travail et des capitaux, surtout dans les exploitations spécialisées, présente une certaine alternance mais elle est presque incomparable à celle dérivant d'utilisations alternatives. L'amélioration des conditions productives se fait évidemment à travers un élargissement de la base productive, tant en termes d'organisation de l'exploitation, à travers une utilisation rationnelle de la main d'oeuvre familiale, qu'en redistribuant le risque de l'exploitation en systèmes alternatifs, comme dans le cas des exploitations mixtes.

Mais ce processus évolue d'une façon extrêmement lente laissant encore survivre des situations archaïques. Ceci est possible, toutefois, grâce aux caractéristiques du marché du parmesan. En effet, à cause de ses fluctuations caractéristiques de prix, assez positives au cours des dernières années, il a permis la survivance d'exploitations non compétitives, autrement créant d'autre part, pour nombre d'exploitations, un rapport de dépendance, étroit et exclusif, du produit.

Sur la base des résultats obtenus, les solutions qui vont s'annoncer ne sont pas durables, au delà de la conjoncture favorable, vu les exigences de restructurations technologiques, externes au secteur.

La transformation

Les fromageries en production sont plus de 900. Leur

3. Par «dé-spécialisation» productive on entend le passage graduel d'une exploitation à un seul système productif à un modèle caractérisé par plusieurs systèmes: dans ce cas le passage de la presque exclusive activité d'élevage laitier à l'introduction dans le système d'autres productions importantes, tant animales que végétales. La «déstructuration de l'organisation» consiste dans l'emploi, croissant et dominant, de tiers à l'intérieur de l'exploitation.

4. La superficie exploitable moyenne des échantillons, qui dans l'échantillon relevé était de 18.7 ha, a un c.v. relatif de 64%; la dimension moyenne des élevages, de 20.8 têtes, a un c.v. de 80.5%.

Tableau 7
INDICES TECHNO-ECONOMIQUES D'UN ECHANTILLON
D'EXPLOITATIONS DANS LE PERIMETRE DE PRODUCTION

	Valeurs moyen. de l'échantil.	Exploit. spécialis	Exploit. non spécialis.
PBC totale/SE (millions de L.)	3.92	4.04	2.85
PBC "/UTT (millions de L.)	29.68	30.58	22.80
PBC lait/SE (millions de L.)	2.60	2.79	1.24
PBC lait/têtes de bétail (millions de L.)	2.84	2.92	1.96
Coûts/SE (millions de L.)	1.57	—	—
Coûts/PBC (%)	40.2	—	—
Revenu net/SE (millions/L.)	2.34	2.42	1.80
Revenu net/UTF (millions/L.)	18.22	18.64	15.8
PBC = Production brute commercialisable SE = Superficie exploitable UTT = Unité de travail tiers UTF = Unité de travail familial			

Source: élaboration sur (3)

nombre a subi, depuis 1960, une diminution significative aboutissant à une réduction de plus de la moitié de leur nombre (tableau 8) et réalisant, en même temps, une rationalisation des installations. En 1960 la capacité productive était en effet légèrement inférieure à 340 quintaux/an (ce qui correspond à 5.430 quintaux de lait transformé) tandis qu'en 1985 cette valeur était à peine inférieure à 900 (correspondant à environ 14.000 quintaux de lait).

La forme de gestion dominante parmi les installations de transformation était celle de la société coopérative qui représentait, en 1986, 84 % du total. Cette incidence a augmenté dans le temps en dépit de la tendance générale à la réduction du nombre des unités: en 1986 elle était de 72.6 %.

La réduction du nombre des installations a affecté le plus les fromageries de type artisanal (c'est-à-dire ni liées aux exploitations laitières ni associées en coopérative) qui se sont réduites de 23.3 à 12.8 % (tableau 8). On peut remarquer, dans l'ensemble, que les installations conduites au niveau individuel ou collectif par les producteurs de la matière première sont plus capables de faire face aux adaptations structurelles. La sélection économique qui a nécessairement eu lieu dans le secteur de la transformation a donc favorisé les exploitations qui, à travers la création d'associations, ont réalisé une sorte d'intégration verticale entre production et transformation justifiant ainsi, par l'élargissement de la base de livraison, l'utilisation d'installations à plus grandes potentialités. Les innovations technologiques, possibles dans les processus de transformation d'autres produits au niveau industriel rencontrent de grandes difficultés vu la nécessité de sauvegarder le caractère typique du produit.

Malgré les variations indéniables, on trouve même au niveau de la transformation un degré de dispersion structurelle

élevé qui constitue une particularité de la production du parmigiano reggiano⁵.

On ne peut pas dire ainsi pour le domaine des grossistes-chargés de maturation où on relève une concentration de la demande intermédiaire plus élevée.

Pour comprendre cette réalité il faut préciser (comme énoncé dans la table technique récapitulative) qu'entre la production et la consommation le produit doit subir un affinage de la durée d'au moins 18 mois. Les risques et les coûts de cette opération ne peuvent que rarement être supportés par les producteurs eux-mêmes pour des raisons essentiellement financières outre que structurelles. Donc 85 % des fromageries n'étant pas équipées de structures adéquates. L'affinage est désormais confiée à d'autres opérateurs qui sont même chargés de la commercialisation entre producteurs et détaillants. Le domaine des grossistes —chargés de maturation comprenait en 1966-1967 environ 300 opérateurs qui traitèrent plus de 70% de la production. Mais leur nombre est assez variable d'une année à l'autre. En 1984 il s'était réduit à 250 opérateurs habituels dont 50 avaient de bonnes possibilités de concentration de l'offre. Il y a, en outre, une quantité variable de grossistes occasionnels qui développent presque exclusivement une activité spéculative profitant des conjonctures de marché favorables. Les circuits de distribution sont donc tout à fait particuliers (tableau 1) et un rôle de plus en plus important va être joué par des associations de 2^{ème} degré qui travaillent dans l'intérêt des

5. Une recherche conduite à la fin des années 70 classifiait le secteur de la transformation à l'intérieur de celui de la production du parmigiano reggiano parmi ceux «à concentration nulle» d'après l'échelle de Bain (5, page 119).

producteurs associés en vue de compléter l'intégration verticale entre production et consommation ou vente au détail. L'incidence de ces organismes est toutefois encore faible.

Cette structure a quelques effets dans le transfert de ressources économiques de la consommation à la production. En particulier, la phase du grossiste-chargé de l'affinage serait un moment d'inertie important en ce sens, grâce à la possibilité d'exploiter les possibilités offertes par le long cycle de maturation qui permet une grande liberté de manoeuvre.

Le contrôle du produit

Lorsqu'on parle de parmigiano reggiano on ne peut pas négliger l'aspect normatif et de contrôle de ce produit dont le marché est basé surtout sur une image de pureté.

Le parmigiano reggiano est soumis à deux types de contrôle: l'un est étroitement lié aux problèmes de marché, en termes quantitatifs, dans le cadre de la Politique Agricole Commune; l'autre concerne la marque et son contrôle à travers le «Consortio del Parmigiano Reggiano».

Comme on le sait, à l'intérieur de la P.A.C. le marché du lait et des produits dérivés est encadré dans une organisation de marché spéciale. Pour la plupart de ces produits il existe le règlement C.E.E. n. 804/68, modifié plusieurs fois, surtout ces dernières années, à cause des excédents de production.

Le parmigiano reggiano, tout comme la grana padano est sujet au règlement (CEE) N.º 971/68, en vigueur en Italie depuis juillet 1968. Selon un schéma commun à beaucoup de produits, le règlement prévoit non seulement la reconnaissance des caractéristiques de qualité générales et des organisations professionnelles intéressées à son contrôle, mais même l'intervention sur le marché en cas d'excédents si le prix du produit descend au-dessous d'un seuil minimum imposant un prix d'intervention à établir chaque année; la réintroduction du produit dans le marché, dans le cas contraire; l'aide au stockage privé pour la régulation du marché. Ce mécanisme, garantissant un prix minimum au producteur, contribue à la défense des revenus du secteur tout entier.

Tout à fait différente est la fonction de l'Association des Producteurs qui fut créée en 1932. D'après les statuts, l'association se constitue volontairement entre les producteurs de parmigiano reggiano de la zone typique de production dans le but de «défendre et contrôler la production et le commerce de parmigiano reggiano et l'emploi de son appellation, encourager toute initiative visant à sauvegarder sa particularité et ses caractéristiques typiques, assurer la publicité de sa consommation, faciliter son commerce et son exportation». L'une de ses fonctions principales consiste à imposer les normes de production du lait, de fabrication du fromage et du marquage, autrement dit, discipliner la production du fromage et le défendre contre les imitations. En ce sens et sur la base d'un décret national, l'Association

a aussi une fonction de contrôle et d'inspection contre les fraudes. Ses fonctions sont donc reconnues par l'Etat italien.

Parmi les initiatives les plus récentes de l'Association il y a le «Règlement d'autodiscipline de la production» visant à assurer l'équilibre entre production et consommation, évitant les fluctuations de prix périodiques qui caractérisent le marché de ce produit.

Tout aussi importante est l'activité visant à intégrer la production dans le marché, reconquérant le domaine de la maturation et de la commercialisation. Ce qui se fait par la création d'autres organismes de coopération entre les producteurs, en aval de la production (coopératives de 2^{ème} degré), chargés de la récolte et de l'organisation des phases successives.

Enfin la défense du label de qualité a été promue même au niveau international. En 1951 neuf pays européens signèrent à Stresa (Italie) un accord international «dans le but de créer une base commune de réglementation internationale et d'assurer l'emploi loyal des marques d'origine et des appellations des fromages typiques». Parmi les 21 types de fromages qui furent aménagés par la convention de Stresa sur la base de certaines caractéristiques fondamentales, l'Italie inclua le parmigiano reggiano et le grana padano.

L'esprit de la convention de Stresa a été récemment reconsidéré et relancé —grâce même à l'association ci-dessus— au niveau communautaire en vue de créer un accord commun sur certains fromages typiques, suivant les mêmes critères, qui, dans le domaine viticole, ont inspiré et règlent le contrôle des vins A.O.C. et V.Q.P.R.D.⁶: la France, l'Italie, l'Espagne et la Grèce sont les pays plus concernés par cette initiative.

Table récapitulative

FROMAGE PARMIGIANO REGGIANO

a) *Zone typique.* Emilie Romagne: Parma, Reggio Em. et Bologne (rive gauche Rhin).
Lombardie: Mantoue (rive droite Pô).

b) *Disciplinaire.* Fromage fabriqué: avec lait de vache produit dans la zone typique par des animaux alimentés avec des herbages ou des luzernières, sans additifs; dans les fromageries situées dans la même zone respectant les usages locaux; satisfaisant aux qualités requises et aux caractéristiques technologiques commerciales traditionnelles établies par les lois et les règlements en vigueur.

c) *Caractéristiques:* Fromage demi-gras à pâte dure, cuite, grumuleuse, à longue maturation naturelle (18-36 mois); à structure écailleuse et radiale; à l'arôme caractéristique, au goût délicat, savoureux, mais non piquant, de couleur paille; en roues cylindriques (kg. 24-40, 35-45 x 18-

6. Autriche, Belgique, Danemark, France, Italie, Norvège, Pays Bas, Suède, Suisse.

24 cm chacune), écorce naturelle (0.6 mm); rapport fromage/lait 1:16. Teneur dans la substance sèche: graisses 32 %.

d) *Données économiques*. Superficie: 1.000.000 ha Superficie Exploitable (57 % montagne et colline, 43 % plaine). Exploitations: 17.680; Têtes de bétail: Fromageries: 929 (dont 87 % associées); Production: 90.000 tonnes; Grossistes/chargés de maturation: 250; Exportation: 70.590 quintaux -67.9 milliards de lire.

e) *Contrôle du produit*. Disciplinaire de production: (a, b, c); Organisation de marché: compris dans les normes établies par la C.E.E. dans le cadre de la discipline du marché des produits agricoles, laitiers (Règlement (CEE) N.º 971/68); Contrôle de la marque: Consorzio del Parmigiano Reggiano, créé en 1934. Il associe les fromageries de la zona typique. Il a des tâches de contrôle, inspection et surveillance contre les fraudes; promotion et autodiscipline de la production; promotion de la consommation.

Bibliographie

1. ISTAT, 3.^e *Censimento Generale dell'agricoltura 1982*, Roma, 1986.
2. CONSORZIO PARMIGIANO REGGIANO, *Ciclostilati e dati interni*. Reggio Emilia, 1988.
3. MESSORI, F., et BRUGNOLI, A., «L'impresa coltivatrice nel comprensorio del Parmigiano Reggiano. Analisi dell'efficienza su un gruppo di aziende ad indirizzo zootecnico». Istituto di Zootecnia, Reggio Emilia, 1986.
4. TORELLI, F., «La produzione e la distribuzione di formaggi grana» in *Largo Consumo* n.º 5, 1984.
5. MESSORI, F., et VEZZANI, M.C., «La domanda al consumo di formaggio Parmigiano Reggiano: un'analisi empirica comparata» in *Rivista di Economia Agraria*, n.º 3, 1987.
6. BRUGNOLI, A., «Analisi dell'evoluzione strutturale e organizzativa nel settore di produzione del formaggio Parmigiano Reggiano» in *Rivista di Economia Agraria*, n.º (...)
7. RIZZI, P., et BUSSI, E., «La struttura dell'industria del Parmigiano Reggiano: un'analisi statistica per il periodo 1956-1968» in *Rivista di Economia Agraria*, n.º 2, 1972.
8. MESSORI, F., «Analisi ed interpretazione dell'offerta di Parmigiano Reggiano» in *Rivista di Economia Agraria*, n.º 4, 1974.
9. CONSORZIO PARMIGIANO REGGIANO, «Statuto. Regolamento di Autodisciplina. Regolamento di marchiatura» A.G.E., Reggio Emilia, 1987.
10. CONSORZIO PARMIGIANO REGGIANO, «Relazione del Presidente Sen. AVv. G.P. Mora all'Assemblea Generale Ordinaria dei Delegati» Reggio Emilia 25/2/1988.
11. ISTAT, *Annuario del commercio con l'Estero*, annate diverse.
12. PATUELLI V., et ARAGRANDE, M., *Il settore lattiero caseario in Italia in relazione agli altri paesi mediterranei della CEE*, Istituto di Economia e Politica Agraria, Bologna 1988 (ciclostilato).
13. «Il futuro del parmigiano reggiano» redazionale, in *Largo Consumo*, n.º 2, 1988.
- GUADAGNINI, R., «Formaggi italiani: prodotti di qualità» in *Export Alimentare*, n.º 7-8, 1987.