

Il futuro (del settore lattiero caseario) è adesso

Prezzi, consumi, produzioni, mercati emergenti: l'analisi di Gira Food per il periodo 2018-2022. Illustrata a Milano, l'11 dicembre 2017, nel corso della tradizionale assemblea di Assocaseari.

"C'è un futuro molto positivo che attende i prodotti lattiero caseari, nel mondo". L'esordio di Lafougère, nel tradizionale appuntamento di fine anno di Assocaseari è di quelli che sembrano già un anticipo di Natale. Ma in realtà, non è tutto oro quello che luccica. Come spiegato a pagina 63, l'anno sarà purtroppo appesantito dallo stoccaggio di polvere magra nei magazzini della Ue, che condizionerà al ribasso i prezzi. Per fortuna, il dato è positivo in materia di consumi. Sarà quindi un anno in cui programmazione, fiuto, confronto tra operatori e monitoraggio dei mercati saranno decisivi, con focus su latte, produzioni, crescite e bruschi cali, prezzi e consumi. "Gli argomenti caldi sono tanti e Assocaseari seguirà, con molta attenzione, tutte le tematiche, anche in Europa attraverso Eucolait", spiega il presidente di Assocaseari, Gianni Brazzale. C'è senz'altro molta soddisfazione per i vertici di Assocaseari. L'assemblea di fine anno si tiene l'11 dicembre a Milano, nella sede di Concommercio, dove ogni lunedì vengono stabiliti, da qualche mese, i prezzi di latte e derivati della Borsa merci lombarda. E la sala, bella

e prestigiosa, è davvero affollata. "I soci riescono ogni anno: questo, prima di tutto, ci spinge a fare sempre meglio e con sempre maggiore impegno. Consapevoli che le sfide, per tutte le aziende, sono sempre più globali e complesse. E Assocaseari vuole essere, in questo, un partner di fiducia". Nel corso dell'assemblea sono anche stati presentati due nuovi soci: Linterform, che si occupa di futures nel settore lattiero caseario, e Agri Network Tools, la "Piazza Mercato" on-line per gestire le contrattazioni B2B nell'agroalimentare, ideata da Gaetano Piermarocchi, già consulente del network internazionale Ifcn. Ma, come ogni anno, è l'analisi di Christophe Lafougère, ceo della società di consulenza Gira Food, il piatto forte dell'appuntamento prenatalizio.

Il 2018 secondo Gira Food

"Ho fatto il giro del mondo per spiegarlo: sarà un anno difficile. Ma nonostante tutti i grafici e le previsioni, molti non ci credono. Si assisterà a un forte calo del prezzo del latte, che scenderà anche a quota 27/28 centesimi, in Francia. Al tempo stesso, però, cresceranno i consumi. Quindi saranno 12

mesi molto interessanti. Ma sarà il mercato nel suo complesso a mutare profondamente: Ue e Usa saranno sempre più importanti anche perché la Nuova Zelanda sta perdendo il suo ruolo di leader di mercato e primo esportatore, poiché ha raggiunto il limite produttivo, secondo i parametri fissati dalle normative locali in tema di ambiente e sostenibilità dell'allevamento", esordisce Lafougère.

La produzione di latte

Nel 2018 il ceo di Gira Food prevede una crescita mondiale della produzione di latte dell'1,16% (India esclusa). Il mercato, quindi, soprattutto nei primi sei mesi dovrà prepararsi a gestire molta materia prima, in ragione del prezzo remunerativo del 2017, che ha spinto gli allevatori a premere l'acceleratore sulla produzione. Nel 2018 il primo produttore di latte sarà l'Europa, almeno fino a quando la flessione dei prezzi, attesa per l'inizio del nuovo anno, spingerà i contadini verso la riduzione dei quantitativi prodotti. Christophe Lafougère, prevede una maggiore disponibilità pari a 2,2 miliardi di litri di latte rispetto al 2017, in Europa.

Anche in Russia si registrerà un aumento della raccolta di latte, ma non della produzione di formaggi.

Il mercato

Il 2018 sarà un anno particolare per il mercato della polvere. La Wmp dovrebbe restare stabile, sotto tutti i punti di vista: Fonterra non ha più in previsione investimenti per produrre la cosiddetta polvere grassa. E anche il consumo non crescerà, nonostante l'aumento dell'import dalla Cina. I formaggi, invece, saranno assolutamente protagonisti, dopo burro e creme, conquistando il secondo posto nella classifica dei consumi, anche in Europa. "Quello che viene considerato come un mercato maturo, il Vecchio continente, mostrerà invece un aumento dei consumi di formaggi", specifica Lafougère. Ma, ammonisce: "C'è bisogno di un cambio di mentalità. Prima noi europei vendevamo nel mondo ciò che potevamo produrre. Ma non potrà continuare così anche in futuro. In Cina, ad esempio, se le aziende non iniziano a fare vero marketing cominceranno a veder diminuire le vendite".

Ma dove andrà a finire tutto il latte, nel 2018?

Il latte prodotto in più, rispetto al 2017, non avrà come destinazione il mercato al consumo. "Il latte liquido, spiega Lafougère, è l'unico prodotto che mostra bassi tassi di sviluppo, in futuro e si manterrà stabile o in ribasso". In crescita, anche decisa, i volumi produttivi di formaggi, grassi e panna e prodotti lattiero caseari freschi.

India, Cina e Vietnam attirano gli investimenti

Un'analisi sul futuro del settore non può certamente prescindere dai consumi al di fuori dei confini del Vecchio Continente, che influenzano strategie, produzioni e mercati di destinazione. Nel panorama mondiale sono molte le aziende che stanno investendo sui mercati di India e Cina, anche realizzando stabilimenti in loco. Anche il Vietnam mostra un tasso di crescita dei consumi molto alto, ma produrre localmente risulta piuttosto difficile. Per questa ragione, la più importante azienda lattiero casearia del Paese, proprio come avviene in Cina, sta acquistando imprese di trasformazione nel

mondo, per combattere le importazioni estere sul proprio mercato, anche grazie ad investimenti pubblici.

Il gigante Cina

Proseguirà, anche nel 2018, la strategia avviata dalla Cina, che prevede l'acquisto di aziende al di fuori del Paese, dove produrre ciò che oggi viene importato. Come nel caso dell'infant formula, che già oggi viene prodotta all'estero, in aziende di proprietà, per una quota pari al 50% dei consumi interni cinesi. "Non sono e non saranno autosufficienti in casa, ma cercano di esserlo comprando aziende al di fuori dei confini nazionali", commenta Lafougère. Quanto ai prodotti maggiormente consumati, il podio è presto fatto: sul gradino più alto resta confermata la mozzarella cheese; al secondo posto troviamo il cream cheese, che secondo Lafougère, in Cina, è il formaggio del futuro, mentre al terzo posto si piazza il cheddar. "Nel futuro, in Cina, ci sarà un solo interlocutore: Alibaba. E la cosa si sta estendendo ad altri paesi asiatici. Se non prendiamo questo treno, in Europa, non ce ne sarà un altro ad attenderci. La logistica è appannaggio loro,

non c'è scampo", spiega Lafougère. Quanto ai prodotti più ricercati, oggi appare in forte crescita la domanda di creme mix, composte cioè da grassi animali e vegetali, utilizzati, grazie alle loro caratteristiche, per il bakery, la decorazione di torte, le sculture di burro e così via, che appassionano molto i consumatori cinesi. La presenza di grassi vegetali, infatti, rende questi prodotti più lavorabili e quindi adatti a queste preparazioni.

Il caso Polonia

In Europa è la Polonia il Paese con il maggior potenziale di crescita nella produzione di latte. Una materia prima, spiega Lafougère, di buona qualità e con un costo contenuto. Ci sono già stati, per questo, molti investimenti nel Paese, da parte di aziende del settore. "Sarà questo, senza dubbio, uno dei paesi europei protagonisti nel futuro", precisa il ceo.

I prezzi

Il 2018, per chi crede alla teoria secondo cui i cicli, per i prezzi, sono di tre anni, coinciderà con il punto più basso della curva. Stando alle previsioni, i costi per i contadini

dovrebbero essere contenuti e la produzione di latte in crescita. Una combinazione che ha spinto il colosso Friesland Campina, ad esempio, a comunicare ai propri allevatori che pagherà pochissimo il latte prodotto in eccesso. A dimostrazione che le quote, abolite dalla Ue, rientrano comunque dalla finestra come strategie aziendali di breve, medio e lungo corso per tentare di arginare la volatilità. Nel caso del burro, le quotazioni si manterranno alte poiché resterà prevalente la produzione di formaggi e non quella di polvere magra e burro. Ma continuerà a essere basso il tenore di grassi nel latte. Per i formaggi, invece, si assisterà ad un calo, lieve, così come per la polvere grassa e magra. Il latte dovrebbe registrare un prezzo medio di 27 centesimi, che sarà evidente dopo l'inizio dell'anno. Una comparsa "tardiva" che è legata alle trattative con la Gdo per i rinnovi che in molti paesi, come la Francia, avvengono una volta, ad inizio anno. Le aziende di produzione quindi cercano in parte di mascherare il previsto calo della materia prima per strappare prezzi migliori sul prodotto finito in sede di trattativa.

Alice Realini

29

2018-2022: IL QUINQUENNIO CHEVERRÀ

L'analisi di Lafougère ha compreso anche il periodo 2018-2022, cinque anni nei quali il mercato lattiero caseario dovrebbe essere caratterizzato da alti volumi produttivi, consumi in crescita e una certa, generale, vivacità. Nel mondo del latte uno dei trend che si imporranno è il no Ogm. "Oggi, in Germania, il 37% del latte è già no Ogm. Ma non dimentichiamo il bio: nel 2030 il 10% del latte sarà biologico", spiega il ceo di Gira Food.

La produzione: un mare di latte

Considerando il dato in una prospettiva di cinque anni, tra il 2018 e il 2022 la produzione di latte risulterà in crescita costante, con un aumento complessivo di 35 miliardi di litri rispetto a quella attuale. In Europa, saranno in particolare Germania e Polonia a mostrare elevati tassi di crescita della produzione.

I consumi: crescite dell'1,4%

Buone notizie sul fronte della domanda di prodotti lattiero caseari, in crescita dell'1,4% ogni anno. Il dato, se si includono i consumi dell'India (Paese nel quale non è però possibile, di fatto, esportare), sale del 2,5%. Ben un terzo di questa crescita della domanda (27%) è appannaggio della sola Cina, seguono poi l'Unione europea (+1,4%) e gli Usa (+1,2%). Quello che resta al palo, invece, è ancora una volta il latte alimentare, per cui si prevedono cali, nei consumi europei, dello 0,4%. I formaggi freschi, a lungo tra i più acquistati, segneranno il passo. "I consumatori stanno comprando altro", precisa Lafougère. Quanto ai formaggi tout court, le previsioni per il consumo europeo mostrano una crescita dello 0,7%. Anche per il siero dovrebbe essere un periodo in positivo.

Il trend delle esportazioni della Ue

Il 2022 sarà una data storica, che segnerà il sorpasso europeo sulla Nuova Zelanda rispetto ai

I NUMERI GLOBALI

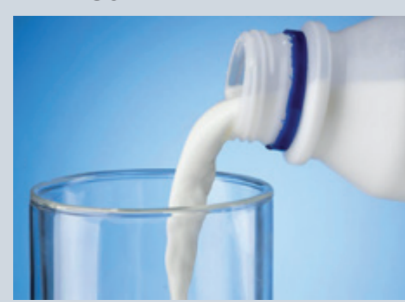
+1,3%
la produzione di latte

+1,2%
la raccolta di latte

+1,4%
il consumo di prodotti lattiero caseari

+0,7%
consumi di formaggi in Europa

-0,4%
i consumi di latte alimentare in Ue



LA PRODUZIONE (MLN TONS)

+9,4
aumento della raccolta latte in Ue

+8,8
aumento negli Usa

+1,6
aumento Nuova Zelanda

+2,5
aumento Cina



quantitativi esportati nel mondo. Fonterra, per questa ragione, sta investendo in maniera importante in nuovi mercati per incrementare la raccolta di latte e contenere gli effetti della mancata crescita interna. Grandi opportunità ci saranno in Africa, ad esempio in Senegal e Nigeria, soprattutto per i prodotti che mixano proteine animali e vegetali

Cina: fresh dairy in crescita dell'8,3%

La Cina, grande protagonista dei prossimi cinque anni, incrementerà i consumi di prodotti lattiero caseari freschi dell'8,3%, mentre il drinking milk crescerà del 2,1%, mostrando un tasso di crescita più basso del previsto. Il consumo dei formaggi, che partono da volumi ancora ridotti, aumenterà dell'11,2%. Non aumenterà oltre, infine, il consumo di latte Uht. Lafougère, in merito, spiega: "Su questo mercato le aziende europee non hanno mai fatto vere operazioni di marketing. Basti pensare che si vende ancora nelle confezioni da un litro, troppo grandi per le famiglie cinesi dove solo le giovani generazioni consumano latte". In generale, si tratta di un business in continua mutazione: "Il futuro, in Cina, è nel food service non nel B2C".

Grassi vs proteine

Nei prossimi cinque anni saranno sempre più importanti i grassi, in termini di valorizzazione, rispetto alle proteine. Si chiede, al proposito, Lafougère: "Perché il latte si compra ancora sulla base del tenore di proteine?" Uno degli effetti di questa mancata valorizzazione, inoltre, è il calo del tenore di grassi nel latte, che gli allevatori non sono spinti ad incrementare poiché non viene riconosciuto dal prezzo.



PAPÀ SANDRO

Deciso, elegante, con quel carattere forte che lo rende intrigante. Proprio come la nostra **Toma al Peperoncino**, la più "piccante" della famiglia Botalla.



FORMAGGI DI FAMIGLIA

www.botallaformaggi.com