



ASSOCASEARI

ASSOCIAZIONE COMMERCIO PRODOTTI LATTIERO - CASEARI

Servizio informativo N° 30/2021 del 13 Agosto 2021 - RISERVATO AGLI ASSOCIATI -

NORME E NOTIZIE

MERCATO AGRO ALIMENTARE - "Sistema alimentare sostenibile", prossima azione della Commissione	PAG. 02
IGIENE E SICUREZZA ALIMENTARE - Relazione sul sistema di allerta rapido europeo per alimenti e mangimi, dati 2020: www.salute.gov.it	PAG. 02
IMPORTAZIONI DA PAESI TERZI - Posticipati al 15 gennaio 2021 i nuovi certificati sanitari UE per il latte e i prodotti lattiero-caseari	PAG. 03
FORMAGGI D.O.P. E I.G.P. - Nuovi testi normativi	PAG. 03
FORMAGGI D.O.P. - " GRANA PADANO " - Bene l'export, consumi sempre più green: www.granapadano.it	PAG. 04
FORMAGGI D.O.P. - " GRANA PADANO " - Il Consorzio dona 100mila euro ai produttori sardi. Zaghini "Nei momenti di crisi ci vuole solidarietà": www.alimentando.info	PAG. 05
FORMAGGI D.O.P. - " PARMIGIANO REGGIANO " - Usa, il Consorzio lancia la Parmigiano Reggiano Design Challenge 2021 di Forme 2021 e le dati di B2Cheese 2022: www.parmigianoreggiano.com	PAG. 05
FORMAGGI D.O.P. - " PIAVE " - Un mese di degustazioni a Salisburgo per Nice to Eat-Eu: www.insiderdairy.com	PAG. 06
FIERE ED EVENTI - Stati Uniti, annullato il Fancy Food Show di settembre. Si svolgerà solo in forma digitale: www.alimentando.info	PAG. 06
FORMAGGI D.O.P. - " GORGONZOLA " - Produzione luglio 2021: Consorzio di Tutela del Formaggio Gorgonzola	PAG. 08
PREZZI - Rilevazioni delle Camere di Commercio dal 9 al 13 agosto 2021	PAG. 12

Partita IVA / Codice Fiscale 07043480966 - Sito web: www.assocaseari.it

SEDI OPERATIVE:

00153 ROMA - P.zza G.G. Belli, 2 - tel. +39 06.58301087 - fax +39 06.5817299 e-mail: assocaseari@confcommercio.it

26100 CREMONA - Via Manzoni, 2 - tel. +39 0372.464280 - fax +39 0372.463432 - e-mail: info@assocaseari.it

SEDE LEGALE: 20121 MILANO - C.so Venezia 47/49

NOTIZIE DELLA SETTIMANA

1. IL MERCATO AGROALIMENTARE E LATTIERO-CASEARIO

"SISTEMA ALIMENTARE SOSTENIBILE": PROSSIMA AZIONE DELLA COMMISSIONE

(11/08/21) Uno degli obiettivi chiave della strategia *Farm to Fork* (F2F) è creare un "sistema alimentare sostenibile della UE" integrando la sostenibilità in tutte le politiche alimentari e rafforzando la resilienza della filiera del *food*. Dovrebbero venire definiti i principi e gli obiettivi generali, nonché i requisiti e le responsabilità degli operatori alimentari. Probabilmente l'iniziativa includerà anche uno schema di etichettatura che indichi come l'alimento è stato prodotto "in modo sostenibile".



Nei prossimi mesi verrà pubblicata la tabella di marcia della Commissione, inoltre verrà aperta una consultazione pubblica. Entro la fine del 2023 potrebbe essere pronta una proposta della Commissione per un regolamento sui sistemi alimentari sostenibili

In uno sviluppo correlato, il Centro comune di ricerca (JRC) della Commissione ha pubblicato uno studio che conferma quanto siano vicini gli obiettivi del *Farm to Fork*, come la riduzione dell'uso di pesticidi e fertilizzanti, l'aumento della superficie coltivata biologicamente e di quella di paesaggio ad alta diversità. Tuttavia questi rientrano nei piani strategici sviluppati dagli Stati membri e nell'attuazione della PAC.

L'obiettivo finale (ambientale) della strategia *Farm to Fork* e delle relative politiche nell'ambito del *Green Deal* è il raggiungimento della neutralità del carbonio e l'inversione della perdita di biodiversità.

RELAZIONE SUL SISTEMA DI ALLERTA RAPIDO EUROPEO PER ALIMENTI E MANGIMI, DATI 2020

(05/08/21) Il sistema di allerta rapido per alimenti e mangimi in ambito europeo (RASFF) consente di notificare, in tempo reale, i rischi diretti e indiretti per la salute pubblica connessi ad alimenti, mangimi e materiali a contatto con gli alimenti e quindi di adottare tempestivamente le opportune misure di salvaguardia.

La Direzione Generale per l'igiene e la sicurezza degli alimenti e la nutrizione ha redatto anche quest'anno un rapporto riguardante le principali problematiche sanitarie emerse nel corso dell'anno 2020, mettendo in evidenza i principali rischi notificati dai Paesi membri.

Nel corso dell'anno le notifiche pervenute attraverso il RASFF sono state 3783, a fronte delle 4000 segnalazioni del 2019 e le 3.622 segnalazioni del 2018.



Delle 3783 notifiche pervenute:

- 3490 hanno riguardato l'alimentazione umana (3506 nel 2019)
- 172 l'alimentazione animale (322 nel 2019)

- 121 i materiali e gli oggetti destinati a venire a contatto con gli alimenti - MOCA (172 nel 2019)

Tra le notifiche ricevute:

- 1403 sono state notifiche di Allerta (pari al 37,1%) e hanno riguardato prodotti distribuiti sul mercato 1046 si riferiscono a prodotti in importazione respinti ai confini (pari al 27,6%)
- le restanti notifiche riguardano informazioni (778 informazioni per attenzione e 556 informazioni per follow up)

La Relazione sul sistema di allerta europeo RASFF dati 2020 è disponibile al link https://www.salute.gov.it/imgs/C_17_pubblicazioni_3100_allegato.pdf.

[Da www.salute.gov.it]

2. IL MONDO DELL'IMPORT-EXPORT

POSTICIPATI AL 15 GENNAIO 2021 I NUOVI CERTIFICATI SANITARI UE PER LE IMPORTAZIONI DI LATTE E DI PRODOTTI LATTIERO-CASEARI DA PAESI TERZI

(11/08/21) I nuovi certificati sanitari comunitari per le importazioni di latte e di prodotti lattiero-caseari da Paesi terzi (come previsto dal [Reg. n. 2020/2235](#)) diventeranno obbligatori solo per le consegne in arrivo dopo il 15 marzo 2022 e dovranno essere firmati entro il 15 gennaio 2022 (invece del 21 agosto 2021), data dell'effettiva attuazione. Questo fa seguito a un parere favorevole degli Stati membri in seno al Comitato permanente PAFF (*Standing Committee on Plants, Animals, Food and Feed*) e apre la strada all'adozione della bozza di regolamento da parte della Commissione.



Negli ultimi mesi, era diventato chiaro che alcune disposizioni nell'attestazione della salute animale dei nuovi certificati per i prodotti lattiero-caseari non potevano essere soddisfatte dagli Stati Uniti, per esempio quelle sulle ispezioni in azienda e sulla residenza/domicilio di tre mesi per le vacche da latte prima della spedizione del latte. In seguito a diversi incontri tra le Autorità statunitensi e la Commissione europea, la scorsa settimana gli Stati Uniti hanno aggiornato il loro programma di verifica delle esportazioni per consentire la conformità ai requisiti dei nuovi certificati prima del 21 agosto. Il rinvio dell'attuazione darà alle Autorità e agli operatori statunitensi più tempo per prepararsi, anche se l'*Agricultural Marketing Service* degli Stati Uniti ha già adottato misure per rendere disponibile il nuovo certificato per i prodotti lattiero-caseari e i composti sul proprio sistema elettronico (ATLAS) entro il 21 agosto.

Tra le soluzioni trovate dalla UE, il riconoscimento degli Stati Uniti e del Canada come "una zona" ai fini del requisito del domicilio di tre mesi. Inoltre, tutto il latte spedito dal 15 gennaio 2022 dagli Stati Uniti alla UE dovrà provenire da allevamenti regolamentati dal programma NCIMS "Grado A" o dal [programma AMS](#) *Milk for Manufacturing Purposes* o dal suo programma di requisiti raccomandati per la produzione e la lavorazione. Alcuni aspetti devono ancora essere confermati, come le linee guida sul posto d'ispezione frontaliere (BIP) della Commissione e lo status dei prodotti composti ottenuti da latte proveniente da stabilimenti statunitensi non approvati dalla UE.

3. IL MONDO DEI FORMAGGI E DEI PRODOTTI LATTIERO-CASEARI

NUOVI TESTI NORMATIVI

(12/08/21) Nell'ultima settimana sono stati pubblicati i seguenti testi normativi:

- COMUNICATO - Proposta di modifica del disciplinare di produzione della denominazione di origine protetta «Strachitunt». (21A04438) (GU n.177 del 26-7-2021)
- COMUNICATO - Richiesta di riconoscimento come I.G.P. del «Caciottone di Norcia» (21A04249) (GU n.170 del 17-7-2021)



GRANA PADANO: BENE L'EXPORT, CONSUMI SEMPRE PIÙ GREEN

(10/08/21) Meno consumi domestici per la ripresa della ristorazione, ma anche cambiamenti delle abitudini e delle richieste dei consumatori, in particolare dei più giovani, molto attenti alla sostenibilità ambientale nelle loro scelte. Sono queste le novità che il Consorzio Tutela Grana Padano legge nell'andamento del mercato nei primi sette mesi del 2021, dove si cerca una ripresa della vita nonostante il perdurare della pandemia, ma con sensibilità diverse.

“I numeri dei primi 7 mesi del 2021, pur rimanendo assai più alti che nel 2019, sono più bassi rispetto al 2020 – spiega Stefano Berni, Direttore Generale del Consorzio Grana Padano -. Nel Retail che concentra gli acquisti delle famiglie italiane, registriamo un evidente segno negativo. Nell’Ho.re.ca, il canale della ristorazione outdoor, la tendenza è opposta, pur se siamo ben lontani dai livelli pre-Covid”.

Ristoranti e bar che servono piatti sono oltre 330mila in Italia, con un fatturato annuo che prima del lockdown superava gli 83 miliardi di euro, rappresentando oltre il 35% dei consumi alimentari complessivi in Italia, ma regolato da logiche diverse rispetto agli acquisti delle famiglie. “Il prezzo la fa “da padrone” nelle scelte della ristorazione a scontrino basso che, nei volumi di alimenti consumati, è la parte più rilevante – osserva Berni – Quindi, nel comparto dei formaggi vaccini duri da grattugia i similari superano i 50 punti di share, più del doppio del livello che hanno nelle famiglie, mentre il Grana Padano nello share della ristorazione scende ai 36 punti rispetto ai 48 che merita nelle famiglie”.

Il cliente di questo segmento di ristorazione non è però informato sul tipo di formaggio che trova nel piatto o sul tavolo. “Per questo i produttori di Grana Padano DOP chiedono una collaborazione più intensa e regole sinergiche per informare chi pranza nei punti di ristoro – sottolinea il Direttore Generale del Consorzio – Questa trasparenza gioverà certamente ai prodotti DOP di maggior pregio, con regole produttive assai rigorose ma anche di maggior costo”.



Buone notizie arrivano invece dall'export, dove la ristorazione punta con decisione ai pregiati formaggi italiani DOP, sia per tradizione e garanzie di qualità, che per i successi sportivi e non solo degli ultimi mesi che hanno fatto crescere il brand Italia. “Da gennaio a luglio il Grana Padano DOP ha visto il 42% dei consumi all'estero ed il 58% in Italia - commenta Berni – E a questo trend si è adeguata anche la produzione, in leggero e voluto calo, ma che mantiene un adeguato ristoro per i produttori”.

L'andamento di questi mesi ha avviato una nuova tendenza nelle scelte dei consumatori, che condiziona quindi le produzioni del formaggio DOP più consumato nel mondo, con oltre 5,2 milioni di forme prodotte nel 2020. “La pandemia ci ha fornito attenzioni e sensibilità diverse verso l'ambiente e il benessere delle persone. Quindi, a far crescere le aziende saranno la zootecnia e l'agricoltura di precisione, la sostenibilità, il rispetto e la tutela dell'ambiente, la salubrità ed il benessere animale – afferma Berni - Il Consorzio fornirà quindi gli strumenti di lettura e di indirizzo necessari, gli imprenditori sapranno interpretarli al meglio e di conseguenza ne trarranno le scelte migliori, integrate, complementari e soprattutto complete, interpretando e guidando il loro e nostro futuro”.

[Da www.granapadano.it]

IL CONSORZIO GRANA PADANO DONA 100MILA EURO AI PRODUTTORI SARDI. ZAGHINI: "NEI MOMENTI DI CRISI CI VUOLE SOLIDARIETÀ"

(10/08/21) Il Consorzio tutela Grana Padano contribuisce con 100mila euro al fondo di solidarietà permanente istituito dal Consorzio di tutela del Pecorino Romano. La raccolta è stata creata per soccorrere le aziende zootecniche sarde vittime degli incendi che, nelle scorse settimane, hanno interessato 20mila ettari di terreno, migliaia di animali e secoli di storia vegetale e di biodiversità. Continua così il percorso di solidarietà intrapreso dal Consorzio già per altre emergenze e anche durante la pandemia, in collaborazione con la Croce Rossa italiana.



Un esempio è il progetto 'Il tempo della gentilezza' che ha sostenuto migliaia di famiglie messe in grave difficoltà economica dal Covid-19 con la distribuzione, su tutto il territorio italiano, di confezioni di Grana Padano Dop per un valore superiore al milione di euro. "Il Consorzio e la Cri, due realtà no profit ma che agiscono su fronti diversi con ruoli ben precisi, hanno obiettivi, valori e codici comportamentali comuni che le guidano, come l'impegno sociale e la responsabilità verso i più bisognosi, che non verrà mai meno", commenta il presidente del Consorzio, Renato Zaghini. In futuro, il fondo di solidarietà sarà utilizzato per garantire sostegno agli allevatori che dovessero essere colpiti da altre calamità naturali o dovessero trovarsi in serie difficoltà.

[Da www.alimentando.info]

USA: IL CONSORZIO LANCIA LA PARMIGIANO REGGIANO DESIGN CHALLENGE 2021

(05/08/21) Il Consorzio del Parmigiano Reggiano lancia una nuova iniziativa indirizzata agli States, primo mercato export per la DOP più amata nel mondo.

Si chiama Parmigiano Reggiano Design Challenge 2021 ed è un concorso che invita designer professionisti, studenti e semplici appassionati a presentare idee di design di prodotto basate sul tema dell'"autenticità" e ispirate ai valori del Made in Italy. Con questo evento, organizzato in collaborazione con Alessi e Kartell, due marchi iconici del design italiano, il Consorzio si pone l'obiettivo di valorizzare elementi strettamente associati alla cultura del Belpaese quali qualità, tradizione, artigianato e gusto, posizionandosi sul mercato americano come love brand.



La Challenge comprende tre categorie. "Cucinare": prodotti quali grattugie, coltelli, taglieri, utensili, ecc.; "Mangiare": piatti, ciotole, posate, tovaglioli, ecc.; e "Sedersi": credenze, tavoli, sedie, sgabelli, ecc.. L'obiettivo è quello di presentare concetti di prodotto progettati per creare un'esperienza migliore e più autentica di ogni fase del preparare e gustare un piatto. I designer sono invitati a studiare le loro creazioni con un particolare focus su materiali, tecnologie, funzionalità e sostenibilità. Le proposte possono essere presentate online sotto forma di schizzi, rendering o foto di prototipi.

L'iscrizione è gratuita e la scadenza per la consegna dei lavori è fissata il 15 settembre 2021. I vincitori saranno annunciati nel mese di ottobre 2021. Il Best of Show vincerà un viaggio per due persone di una settimana in Italia completamente speso. Il viaggio includerà un tour privato in un caseificio della filiera del Parmigiano Reggiano, esperienze VIP nelle strutture e nei musei di Alessi e Kartell e l'opportunità di godere di una cena in uno dei migliori ristoranti della regione. Inoltre, i vincitori di ogni categoria riceveranno i premi Gold, Silver e Bronze, oltre ai regali degli sponsor. Infine, le opere vincitrici verranno pubblicate su Core77 e Yanko Design, due magazine online dedicati al mondo del design.

La giuria che selezionerà i vincitori comprende alcuni tra i più grandi nomi dell'industria del design. La Challenge sarà dunque un'opportunità unica per i concorrenti di essere conosciuti da influenti leader del

settore e dai migliori marchi di design. L'iniziativa è stata lanciata dal Consorzio del Parmigiano Reggiano in collaborazione con Solid Branding, l'agenzia che si occupa dello sviluppo delle attività di marketing negli Stati Uniti.

[Da www.parmigianoreggiano.it]

PIAVE DOP: UN MESE DI DEGUSTAZIONI A SALISBURGO PER NICE TO EAT-EU

(09/08/21) Dopo Graz nel 2019 e Vienna nel 2020, l'appuntamento gourmet del formaggio Piave Dop in Austria è giunto alla sua ultima tappa: Salisburgo.

Il progetto "Nice to Eat-Eu" ha dedicato infatti tutto il mese di luglio alla città natale di Mozart, offrendo degustazioni della Dop in alcuni ristoranti selezionati, dove gli chef hanno proposto la loro personale interpretazione di questo formaggio, con ricette originali e inedite. Sei i ristoranti protagonisti del progetto e altrettanti i piatti studiati per esaltare al meglio tutti i sapori del formaggio bellunese, inseriti in carta per tutto il mese di luglio.



Grazie al progetto di promozione europea "Nice to Eat-Ee", il Consorzio di Tutela, che ha già testato la risposta della stampa, dei gourmet e degli acquirenti specializzati food con cene di degustazione dedicate, ha deciso di diffondere ulteriormente il brand Piave Dop tessendo una rete di collaborazioni con alcuni fra i più influenti chef della città austriaca. 'Nice to Eat-Eu' è una campagna di promozione realizzata dal Consorzio per la tutela del Piave e co-finanziata dall'Unione europea, giunta al suo ultimo anno di progetto.

Dai primi al dessert, ecco i piatti che hanno conquistato i palati della città austriaca: per la Trattoria da Pippo, paccheri al Piave e pistacchi di Bronte, l'Esszimmer ha creato una crema caramellata di Piave Dop, il Paradoxon ha proposto il formaggio Piave con segale, marmellata di pomodori verdi, maionese al burro di soia, lattuga romana, rabarbaro e carciofi crudi, il Marc's Restaurant Bar ha inserito in carta gnocchi con asparagi verdi, Piave, verdure e bocconcini di cervo. Lasagne caserecce con Piave Dop per il ristorante Sapori del Sud, mentre il Sempre ha realizzato i tortelli al foie gras e fichi caramellati con scaglie di Piave e tartufo.

[Da www.insiderdairy.com]

4. FIERE ED EVENTI

STATI UNITI: ANNULLATO IL FANCY FOOD SHOW DI SETTEMBRE. SI SVOLGERÀ SOLO IN FORMA DIGITALE

(12/08/21) La Specialty Food Association, l'ente organizzatore delle due maggiori fiere statunitensi dedicate al food&beverage (il Winter e il Summer Fancy Food), annuncia la cancellazione dell'edizione speciale, in programma a New York dal 27 al 29 settembre, a causa della nuova ondata di contagi da Covid-19 (in particolare della variante Delta) che sta coinvolgendo il paese.

A essere annullata è tuttavia sola la parte 'fisica' della fiera. Si svolgerà infatti secondo il calendario prestabilito, dal 27 settembre all'8 ottobre, Fancy Food 24/7: nuova piattaforma digitale d'incontro tra buyer e aziende. Agli espositori viene offerto un rimborso completo o un credito per la partecipazione, nel 2022, al Winter o al Summer Fancy Food.

[Da www.alimentando.info]

IL MERCATO
LATTIERO-CASEARIO:
STATISTICHE
E PREZZI



ALLE DITTE ASSOCIATE

LORO INDIRIZZI

Novara, 09/08/2021

prot. n: 21091

oggetto: Grafico di produzione –

Andamento progressivo mensile.

Da un esame del grafico di produzione che si allega alla presente, si può rilevare che la produzione al 31.07.2021 risulta essere di n° 2.904.220 forme, con un aumento rispetto all'anno precedente di n° 51.699 forme (+1,81%) e un aumento rispetto all'anno 2019 di n° 112.206 forme (+4,02 %). Dettaglio ultimi 3 anni in tabella:

Mese	2019	2020	2021	DIFF 21/20	
Gennaio	466.447	492.269	482.338	-9.931	-2,02%
Febbraio	883.592	906.905	891.317	-15.588	-1,72%
Marzo	1.308.340	1.325.692	1.341.403	15.711	1,16%
Aprile	1.721.919	1.667.533	1.761.157	93.624	5,61%
Maggio	2.106.215	1.998.867	2.120.186	121.319	6,07%
Giugno	2.421.434	2.391.644	2.483.536	91.892	3,84%
Luglio	2.792.014	2.852.521	2.904.220	51.699	1,81%
Agosto	3.216.249	3.289.695			
Settembre	3.656.882	3.774.899			
Ottobre	4.119.673	4.235.084			
Novembre	4.559.550	4.636.175			
Dicembre	5.025.785	5.100.423			

CONSORZIO PER LA TUTELA DEL FORMAGGIO GORGONZOLA

Dettaglio mese di Luglio:

Regione	Luglio 2019	Luglio 2020	Luglio 2021	DIFF 21/20	
TOTALE					
Lombardia	126.335	134.383	124.830	-9.553	-7,11%
Piemonte	244.245	326.494	295.854	-30.640	-9,38%
	370.580	460.877	420.684	-40.193	-8,72%
VENDITA FRESCO					
Lombardia	11.507	11.043	10.299	-744	-6,74%
Piemonte	1.958	1.712	480	-1.232	-71,96%
	13.465	12.755	10.779	-1.976	-15,49%
PICCANTE					
Lombardia	10.705	10.189	11.125	936	9,19%
Piemonte	36.536	44.995	49.944	4.949	11,00%
	47.241	55.184	61.069	5.885	10,66%
BIO					
Lombardia	2.191	2.428	1.619	-809	-33,32%
Piemonte	1.952	3.267	2.757	-510	-15,61%
	4.143	5.695	4.376	-1.319	-23,16%

Dati Ultimo trimestre in dettaglio:

-Maggio -Giugno - Luglio

	MAG 2021	GIU 2021	LUG 2021
Produzione Totale	359.029	363.350	420.684
Produzione Giornaliera	11.582	12.112	13.570
Piccante	58.448	49.797	61.069
Biologico	4.458	2.133	4.376
Vendita fresco	9.871	12.262	10.779

- Luglio su Giugno / Giugno su Maggio / Percentuale su produzione Totale

	Differenza LUG / GIU		Differenza GIU / MAG		MAG %	GIU %	LUG %
Produzione Giornaliera	1.458	12,04%	530	4,58%			
Piccante	11.272	22,64%	-8.651	-14,80%	16,28%	13,70%	14,52%
Biologico	2.243	105,16%	-2.325	-52,15%	1,24%	0,59%	1,04%
Vendita fresco	-1.483	-12,09%	2.391	24,22%	2,75%	3,37%	2,56%

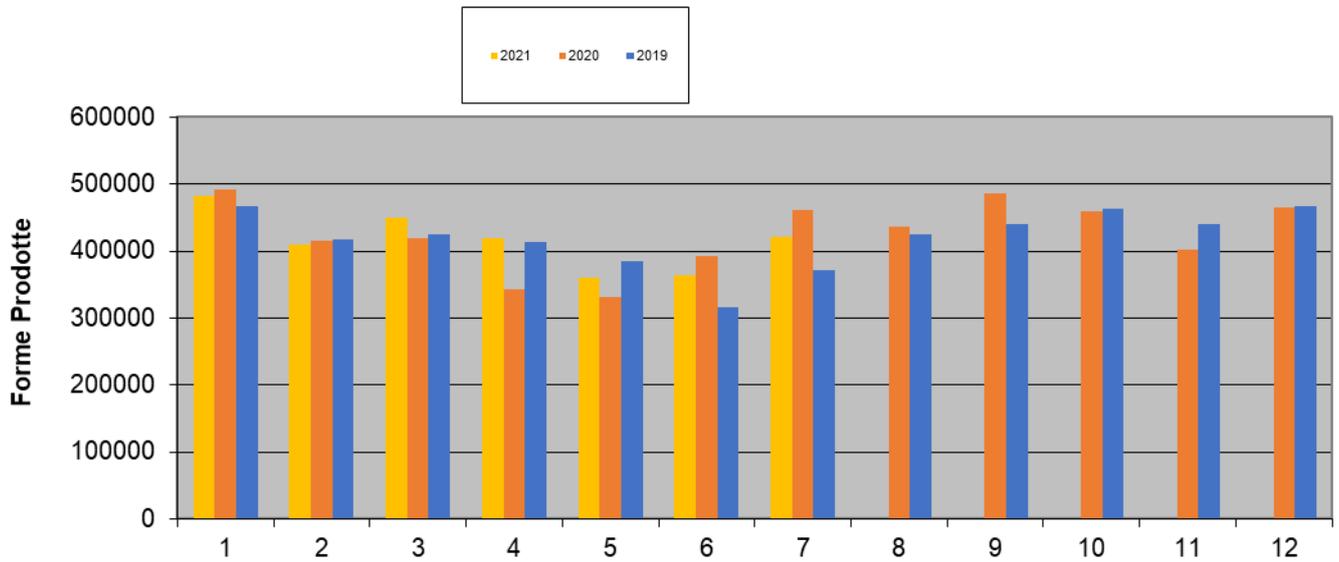
Allegati

- Istogrammi totale, Regione Lombardia e Piemonte.
 - Grafico Produzione
- Cordiali saluti.

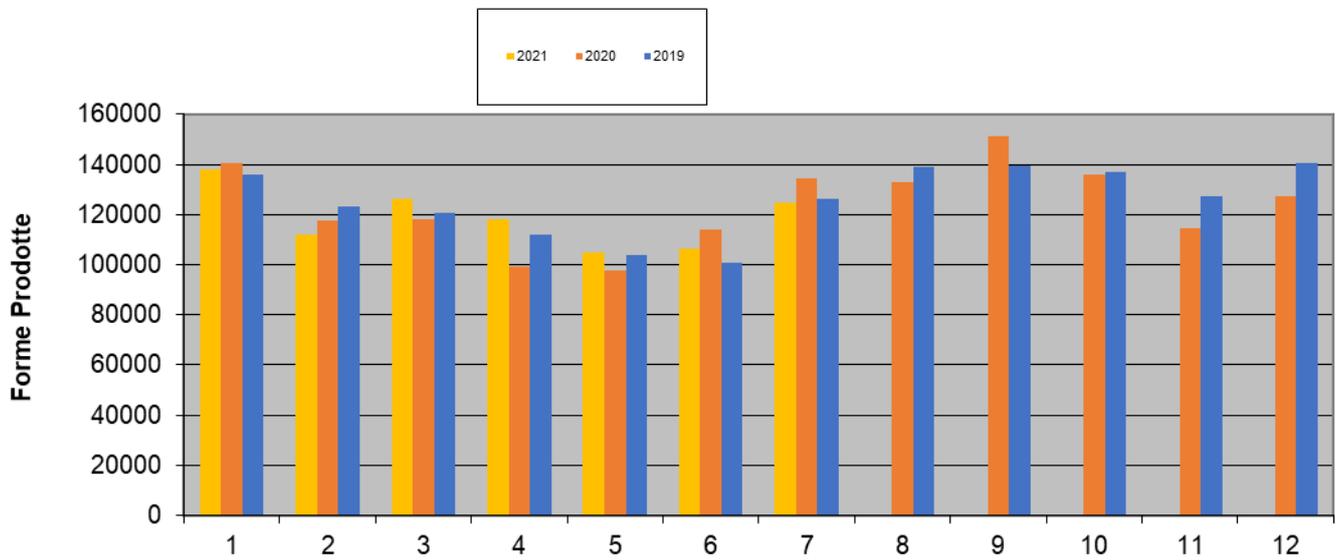
Consorzio per la tutela
del formaggio gorgonzola
(firmato la segreteria)

CONSORZIO PER LA TUTELA DEL FORMAGGIO GORGONZOLA

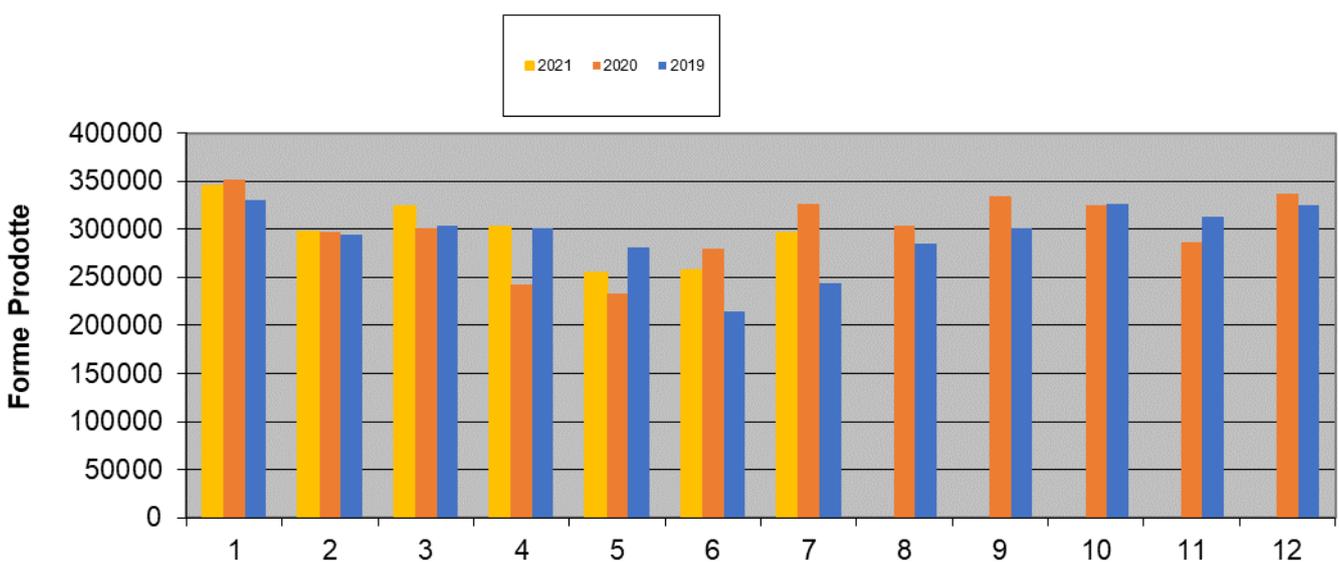
ANDAMENTO TOTALE



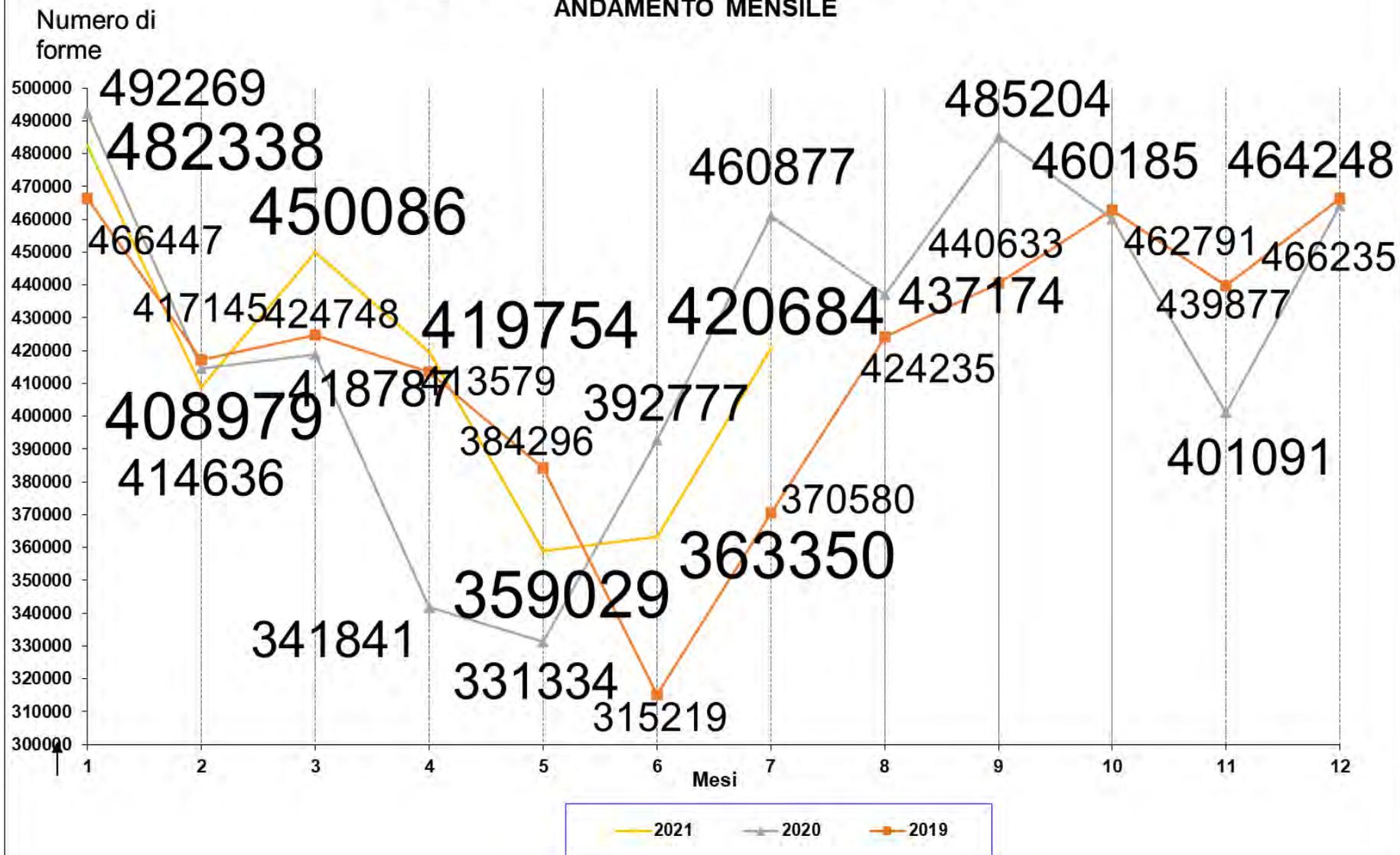
REGIONE LOMBARDIA



REGIONE PIEMONTE



**PRODUZIONE FORMAGGIO GORGONZOLA
ANDAMENTO MENSILE**



*PREZZI
AGRICOLI*

A cura di: Emanuela Denti

BORSA MERCI DI MODENA - Rilevazioni di Lunedì 9 Agosto 2021 -

Denominazione e qualità delle merci	U.M.	Min EURO	Max EURO	Var.	Fase di scambio, condizione di vendita ed altre note
<u>Zangolato di creme fresche per burrificazione della provincia di Modena, destinato ad ulteriore lavorazione, raffreddato e conservato a temperatura inferiore a 4°C, materia grassa min 82%, residuo secco magro max 2%, acidità max 1%</u>	Kg.		1,50	=	Prezzo alla produzione, franco caseificio. Prezzo unico. Note: Dal 06/02/12 adeguamento tecnico del prezzo; vedi n. (8) fondo listino
Formaggio Parmigiano-Reggiano: qualità: scelto +12% fra 0-1 quantità: circa 1000 forme circa: produzione minimo 30 mesi e oltre	Kg.	12,75	13,45	=	Prezzo franco magazzino venditore. Note: Adeguamento tecnico del prezzo
Formaggio Parmigiano-Reggiano: qualità: scelto +12% fra 0-1 quantità: circa 1000 forme circa, produzione minimo 24 mesi e oltre	Kg.	12,10	12,70	=	Prezzo franco magazzino venditore. Note: Adeguamento tecnico del prezzo
Formaggio Parmigiano-Reggiano: qualità: scelto +12% fra 0-1 quantità: circa 1000 forme circa, produzione minimo 18 mesi e oltre	Kg.	11,35	11,95	=	Prezzo franco magazzino venditore. Note: Adeguamento tecnico del prezzo
Formaggio Parmigiano-Reggiano: qualità: scelto +12% fra 0-1 quantità: circa 1000 forme circa, produzione minimo 15 mesi e oltre	Kg.	10,85	11,15	=	Prezzo franco magazzino venditore. Note: Adeguamento tecnico del prezzo
Formaggio Parmigiano-Reggiano: qualità: scelto +12% fra 0-1 quantità: circa 1000 forme circa, lotto/i di produzione minima 12 mesi e oltre da caseificio produttore	Kg.	10,15	10,45	=	Prezzo franco magazzino venditore. Note: Adeguamento tecnico del prezzo

BORSA MERCI DI REGGIO EMILIA - Rilevazioni di Martedì 10 Agosto 2021 -

I prezzi si intendono al netto di qualsiasi imposta per merce franco Reggio Emilia salvo speciali indicazioni.

Denominazione e qualità merci	U.M.	Min.	Max.	Var. Min.	Var. Max.
ATRI LATTICINI - Prezzo alla produzione. Si informa che dal 1° febbraio 2012 le borse Merci delle Camere di Commercio di Modena, Reggio Emilia e Parma hanno proceduto ad un adeguamento tecnico della quotazione dello zangolato mediante un recupero di €. 0,35/Kg dell'ammontare del premio riconosciuto al produttore					
Zangolato di creme fresche per la burrificazione della provincia di Reggio Emilia, destinato ad ulteriore lavorazione, raffreddato e conservato a temperatura inferiore a 4°C, materia grassa min. 82%, residuo secco magro max. 2%, acidità max. 1%	Kg	1,50	1,50	=	=
Siero (franco caseificio)	100 Kg	0,15	0,35	=	=
FORMAGGIO PARMIGIANO-REGGIANO qualità: scelto + 12% fra 0-1 per lotti di partita					
Produzione minimo 30 mesi e oltre	Kg	12,70	13,45	=	=
Produzione minimo 24 mesi e oltre	Kg	11,70	12,50	+0,05	+0,05
Produzione minimo 18 mesi e oltre	Kg	11,15	11,60	+0,05	+0,05
Produzione minimo 15 mesi e oltre	Kg	10,55	10,70	=	=
Lotto/i di produzione minima 12 mesi e oltre (da caseificio produttore)	Kg	10,05	10,40	=	=