

Giro d'affari in aumento nel 2021: ha raggiunto i 2,7 miliardi di euro

Il "re" della tavola? C'è solo il Parmigiano

Metà della produzione è destinata all'estero, Usa primi acquirenti

Nel 2021 il Parmigiano Reggiano ha registrato un giro d'affari di 2,7 miliardi di euro contro i 2,35 realizzati nel 2020. Un incremento dell'8,2 per cento, se si guarda ai dati pre-pandemia, e che rappresenta un massimo storico per questa Dop, che lo scorso anno ha visto crescere anche il valore alla produzione pari a 1,71 miliardi di euro contro gli 1,52 di 12 mesi prima. Dati in crescita per la produzione stessa che ha toccato i 4,09 milioni di forme, il 3,9 per cento in più sull'anno precedente. "Il Parmigiano Reggiano ha retto l'ondata d'urto del Covid - ha detto il presidente del Consorzio di tutela, Nicola Bertinelli, a Milano durante la conferenza stampa per la presentazione dei dati -. Il nostro marchio esce da questo biennio in modo solido e rafforzato". Per quanto riguarda le quotazioni, nel 2021 si è registrato un andamento positivo e stabile con un prezzo medio annuo all'ingrosso di 10,34 euro al chilo per quello stagionato 12 mesi da caseificio produttore, con oscillazioni di prezzo contenute. A trainare i risultati di questo prodotto fiore all'occhiello del made in Italy è "l'estero - ha sottolineato Bertinelli - che è stato il vero motore di questa performance", e che ha compensato la flessione dell'1,3 per



cento dell'Italia dove resta il 55 per cento della produzione annua e che ha nella grande distribuzione il principale canale di vendita con un 51 per cento dei volumi assorbiti. Resta un tasto dolente il canale della ristorazione che, come ha fatto notare lo stesso Bertinelli, ha ancora un "grosso potenziale di sviluppo" (pesa per circa il 7 per cento). A livello geografico il 2021, che ha visto crescere di un 2,9 per cento i volumi esportati rispetto all'anno prima, sono gli Stati Uniti, dopo l'Italia chiaramente, il primo mercato con una quota che è circa un quarto del totale esportato e che nel giro di 12 mesi ha

visto crescere del 10,4 per cento i volumi. Seguono Francia (19 per cento, con un +4,5 per cento) e Germania (17). Discorso a sé il Regno Unito, che pesa un 11 per cento sull'estero e che ha perso il 15,6 per cento per effetto della Brexit. "Per non perdere quel mercato dobbiamo indirizzare risorse e investire tanto per continuare a presidiare la posizione", ha avvertito il presidente del Consorzio. "Il futuro ci preoccupa un po' non solo come Parmigiano Reggiano ma anche come sistema Italia - ha detto poi -. E' sotto gli occhi di tutti quello che sta accadendo sul mercato delle materie prime, il fatto che le fami-

glie abbiano un minor reddito disponibile per la spesa: è brutto da dire ma quando le cose vanno male la pasta la mangi anche senza formaggio". In questo contesto il Parmigiano Reggiano "reagirà con due strumenti: un piano di sviluppo della domanda che vede l'estero come principale mercato di sbocco e un piano di regolamentazione dell'offerta per far sì che non ci sia un eccesso di prodotto sul mercato che può far calare le quotazioni del prodotto stesso". Il piano di regolamentazione dell'offerta bloccherà la produzione ai valori del 2021 almeno per il biennio 2022-23: "E' un piano molto rigido - ha ribadito Bertinelli - e ha una serie di misure proprio per disincentivare la produzione". Ma come sta reagendo la filiera del Parmigiano Reggiano al rialzo dei costi delle materie prime e dell'energia? "La filiera del Parmigiano Reggiano rispetto ad altre industrie è meno energivora, il nostro disciplinare di produzione ci impone che almeno il 50 per cento di quello che l'animale mangia sia sostanza secca prodotta nei nostri campi. Detto questo, abbiamo registrato che nel giro di qualche mese la razione delle bovine è passata da 6 euro capo/giorno a 9,5 euro capo/giorno. Per questo stiamo lavo-

rando con le industrie mangimistiche purché si possano avere accordi di medio-lungo periodo". In totale l'aumento dei costi di produzione dovrebbe oscillare tra un 10 e un 15 per cento al chilo, aumento a cui continuerà a corrispondere una "stabilità dei prezzi. I produttori perderanno un po' di margine ma crediamo che sia più che giustificato - ha fatto presente Bertinelli - in un momento storico così. La remunerazione del latte per il Parmigiano Reggiano è molto superiore al latte commodity - ha spiegato poi - questa è la forza di essere un prodotto Dop. Ma in generale il mercato del latte italiano sta attraversando un momento drammatico in quanto a causa dell'aumento dei costi delle materie prime, mais, soia, grano, l'Ucraina che non dà una mano al riguardo, l'aumento dei costi dell'energia, oggi si paga un prezzo ai produttori più basso dei costi di produzione". Per questo ha voluto sottolineare l'importanza di una direttiva come quella sulle pratiche sleali su cui da tempo batte Coldiretti: "E' fondamentale che le leggi vengano rispettate perché oggi la legge ti dice che non puoi vendere un prodotto al di sotto dei costi di produzione".

