

Ricognizione tra i big del caseario. Allevatori in crisi, incognita consumi

Latte stritolato dai costi

I rincari delle commodity accendono i prezzi

DI ANDREA SETTEFONTI

L'incremento dei costi delle materie prime avrà effetti pesantissimi sul lattiero-caseario; l'aumento dei prezzi sarà inevitabile. Il consumo di latte e formaggi calerà e, intanto, gli allevatori non riescono ad andare avanti per la bassa remunerazione del latte.

È lo scenario dipinto a *ItaliaOggi* da tre player del settore: **Parmalat** e **Galbani** del gruppo francese **Lactalis**, e l'italiana **Granarolo**. Alla base di tutto c'è la crisi delle commodity, dice **Gianpiero Calzolari**, presidente del gruppo **Granarolo**. «Viviamo un clima pesante, c'è scarsità di materie prime come il mais; il 20% arriva dall'Ucraina. E anche se l'Ue ha sbloccato il 5% dei terreni, ci sarà da aspettare fino a settembre per vedere i primi effetti. Oggi i mangimi costano cari; li ha solo chi ha soldi». Rincari e crisi «porteranno a far crescere l'inflazione sulle tavole, penso che arriverà a non meno del 10-15%. E allora dovremmo pensare di distribuirli un po' per ciascuno, produzione e grande distribuzione non la scarichino tutta sui consumatori». Ma, come detto, il caro materie prime mette in crisi gli allevatori: «Il prezzo del latte non cresce, ma Granarolo ha aumentato da 41 a 48 cent/litro quanto paga ai conferitori. E abbiamo aperto anche ad altri allevatori». Se non c'è remuneratività, «gli allevatori scelgono di abbattere i capi non perfor-

manti, perchè mangiano e non danno reddito. Ma se abbatti i capi manca il latte», avverte Calzolari.

L'inflazione preoccupa anche **Ennio Caiolo**, general manager di **Galbani** formaggi: «Il mercato regge, ma cresce il segmento del consumo fuori casa, +20%, mentre è negativo quello consumer, -7%». Un quadro che riporta ad una situazione normale, pre-Covid, ma ora c'è da fare i conti con l'effetto che potrà avere l'inflazione. «Il costo della materia prima base latte ha avuto una accelerazione fortissima da inizio d'anno e insieme agli altri fattori determinerà un livello di inflazione estremo forte e di destabilizzazione», avverte Caiolo. Questo «preoccupa gli operatori, specie in merito ai consumi. Nessuno potrà esimersi dall'introdurre aumenti molto sostanziosi».

Dunque, la situazione delle vendite appare destinata a peggiorare. «Fino a Pasqua il mercato del latte ha retto; l'inflazione al consumo nell'alimentare era al 2%. Ma sono già iniziati gli aumenti dei prezzi al consumo. A fine anno le previsioni sono di un calo del 3% dei consumi», rivela **Maurizio Bassani**, general manager di **Parmalat**. «Ci troviamo di fronte a scenari nuovi. Aumentano *private label* e discount, ma il mercato è segmentato. Vanno meglio i prodotti a più alto valore. In particolare, i delattosati. I prodotti basici soffrono».

— © Riproduzione riservata — ■



Gianpiero Calzolari, presidente del gruppo Granarolo

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 3041 - L.1601 - T.1623

