



ASSOCASEARI

ASSOCIAZIONE COMMERCIO PRODOTTI LATTIERO - CASEARI

Servizio informativo N° 23/2022 del 17 Giugno 2022 - RISERVATO AGLI ASSOCIATI -

NORME E NOTIZIE

MERCATO LATTIERO-CASEARIO - Andamento settimanale	PAG. 02
IGIENE E SICUREZZA ALIMENTARE - #EUChooseSafeFood, al via la seconda edizione della campagna EFSA: www.salute.gov.it	PAG. 03
AMBIENTE - Riforma dell'ETS respinta dal Parlamento europeo	PAG. 03
IMPORTAZIONE DA PAESI TERZI - I ministri discutono della situazione del mercato e delle clausole speculari durante il Consiglio Agricoltura	PAG. 04
IMPORTAZIONE DA PAESI TERZI – UCRAINA - Restituzione delle garanzie per i titoli e liberalizzazione del commercio	PAG. 04
SPAGNA - Evoluzione e prospettive dei supermercati biologici: ICE	PAG. 04
FRANCIA - Settore bio in crescita: ICE	PAG. 05
FORMAGGI D.O.P. E I.G.P. - Nuovi testi normativi	PAG. 06
PRODOTTI D.O.P., I.G.P. E S.T.G. - Riparte il progetto Enjoy European Quality Food, Provolone Valpadana Dop e Mozzarella Stg in prima fila: www.insiderdairy.com	PAG. 06
FORMAGGI D.O.P. - "PECORINO ROMANO" - Fancy Summer Food di New York. Maoddi: "Mercato degli Stati Uniti per noi fondamentale, ci sono ancora margini di crescita"	PAG. 07
FIERE ED EVENTI - Webinar "China Import Program. Overview of China's Compliance: Market Access and Retailing" - 22 Giugno 2021	PAG. 08
FIERE ED EVENTI - Webinar "Shock di prezzo delle materie prime food: quali impatti per industria e GDO?" - 21 giugno 2022	PAG. 08
MERCATO AGROALIMENTARE E LATTIERO-CASEARIO - Le news di Formaggi&Consumi dall'11 al 17 giugno 2022	PAG. 09
PREZZI - Rilevazioni delle Camere di Commercio dal 13 al 17 giugno 2022	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 - e-mail: info@assocaseari.it

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

NOTIZIE DELLA SETTIMANA

1. IL MERCATO AGROALIMENTARE E LATTIERO-CASEARIO

IL MERCATO LATTIERO-CASEARIO QUESTA SETTIMANA – A cura di Emanuela Denti -

Un'altra settimana con bollettini relativamente stabili per quasi tutte le commodities lattiero-casearie, scambi ancora all'insegna dell'incertezza.

- Sul mercato europeo, stabile il **latte** crudo tedesco, trattato a 0,55-0,56 €/kg partenza, pochissima offerta; in leggero aumento, invece, lo scremato tedesco, scambiato a 0,27-0,28 €/kg partenza, offerta medio-bassa. Nella stessa Germania si prevede un fine settimana con punte di 35 gradi. Pertanto la prossima settimana è attesa un'ulteriore discesa della raccolta mentre il prezzo del latte alla stalla prospetta nuovi incrementi. Sul mercato nazionale, il latte crudo continua il suo inesorabile aumento, con contratti chiuso a 0,61-0,62 €/kg partenza, ciononostante la domanda è ancora molto buona. Raccolta in leggera discesa, ma è probabile un calo più significativo la settimana prossima per effetto dell'accumulo di stress da caldo degli capi allevati; titoli in decisa perdita.
- Sul mercato UE, la **crema** di latte tedesca resta invariata per la terza settimana consecutiva a 3,55-3,58 €/kg franco arrivo, pochissima offerta e domanda scarsa. In Italia, panna nazionale di qualità scambiata a bollettino, domanda buona.
- Ancora un po' di indecisione sulle quotazioni ufficiali europee del **burro**. Kempten tiene invariato il prezzo minimo a 7,20 €/kg e aumenta di € 0,04 il massimo che va a 7,29 €/kg, media tedesca 7,245 €/kg. L'Olanda sale di € 0,02 portandosi a 7,27 €/kg, mentre la Francia scende di € 0,17 portandosi a 7,79 €/kg. La media a tre di questa settimana è 7,435 €/kg e quella a due 7,258 €/kg. La quotazione del burro di centrifuga a Milano aumenta di € 0,03 e va a 7,18 €/kg. Come per le quotazioni ufficiali, anche gli scambi sono all'insegna dell'incertezza.
- Settimana relativamente tranquilla per i bollettini del **latte in polvere**. Kempten rimane stabile a fronte di una domanda comunque giudicata tranquilla. Si ha l'impressione che sia i venditori che i compratori attendano l'evoluzione di domanda ed offerta. Lo scremato per uso zootecnico è aumentato in Germania e Olanda, mentre quello per uso alimentare è salito in Francia ed è rimasto invariato in Germania e Olanda. L'intero è rimasto invariato in tutti e tre i Paesi che prendiamo in considerazione.
- Ancora indeciso il **siero**: quello alimentare resta invariato in Germania, quello zootecnico invece cala in Germania, aumenta in Olanda e resta invariato in Francia.
- Le quotazioni dei **formaggi** in Italia sono aumentate di € 0,10 per il Pecorino Romano a Milano e di € 0,05 per il Monte Veronese a Verona. Le quotazioni a livello europeo si mantengono sostanzialmente stabili, anche se con quotazione leggermente in salita per luglio nel mercato reale.

NB: I prezzi pubblicati devono essere considerati solo indicativi di una tendenza di mercato, in quanto miscelanea non solo di prezzi effettivi di vendita, ma anche di prezzi di offerte e/o richieste rilevate sul mercato.

	Week 24	Week 23	Week 22	Week 21
BURRO (D)	7,20 - 7,29	7,20 - 7,25	7,18 - 7,22	7,05 - 7,15
BURRO IMPACCHETTATO 250 GR (D)	7,22 - 7,47	7,22 - 7,60	7,64 - 7,90	7,64 - 7,90
BURRO (F)	7,79	7,96	7,78	7,78
BURRO (NL)	7,27	7,25	7,25	7,16
SMP USO ALIMENTARE (D)	4000 - 4330	4000 - 4330	3950 - 4300	3900 - 4350
SMP USO ALIMENTARE (F)	4080	4050	4055	4020
SMP USO ALIMENTARE (NL)	4060	4060	4000	3960
SMP USO ZOOTECNICO (D)	3900 - 3950	3880 - 3950	3810 - 3860	3790 - 3830
SMP USO ZOOTECNICO (NL)	3960	3910	3850	3800
WMP (D)	5350 - 5500	5350 - 5500	5320 - 5470	5320 - 5470
WMP (F)	4930	4900	4780	5000
WMP (NL)	5110	5110	5190	5190
SIERO IN POLVERE USO ALIMENTARE (D)	1550 - 1600	1550 - 1600	1530 - 1600	1530-1600
SIERO IN POLVERE USO ZOOTECNICO (D)	1200 - 1240	1230 - 1270	1220 - 1260	1200 - 1240
SIERO IN POLVERE USO ZOOTECNICO (F)	1250	1250	1260	1330
SIERO IN POLVERE USO ZOOTECNICO (NL)	1240	1220	1250	1260

Import/export Stati Uniti aprile 2022

Dopo un marzo eccezionale per le esportazioni di formaggio, in aprile si è registrato un rallentamento anche se i quantitativi sono rimasti ai livelli di quelli del mese precedente. Le principali destinazioni sono Messico (+21% genn-apr'22/genn-apr'21), Corea del Sud e Giappone (+20% genn-apr'22/genn-apr'21). I prodotti con codice HS 040690, in particolare il cheddar, stanno guidando la crescita.

Product	US EXPORTS - APRIL 2022			
	Volume in tonnes	% YOY	Volume YTD in tonnes	% YTD
Cheese	41 584	+2%	146 162	+10%
Whey	48 962	-2%	180 740	-5%
SMP	74 392	-7%	277 537	-7%
WMP	4 091	-13%	13 203	-10%
Butter	4 471	-10%	19 252	-24%
Butteroil	2 294	+343%	6 455	+283%
Lactose	41 174	+27%	122 175	+16%
Infant formula	1 730	-32%	11 031	+12%
WPC	5 592	+9%	20 340	+4%

Product	US IMPORTS - APRIL 2022			
	Volume in tonnes	% YOY	Volume YTD in tonnes	% YTD
Cheese	15 778	+9%	56 471	+6%
Butter	3 693	-10%	13 197	-1%
Butteroil	3 390	+337%	6 447	+58%
Caseinates	6 044	+27%	29 216	+26%
Whey	3 915	+22%	14 790	+7%

Le esportazioni di SMP sono leggermente diminuite, -7% apr.'22/apr.'21, probabilmente a causa del calo delle spedizioni verso il mercato principale, il Messico (-4% genn-apr'22/genn-apr'21). Mentre marzo è stato un mese forte per le esportazioni di burro statunitense, aprile ha registrato un calo del 10%. Ciononostante, il primo quadrimestre dell'anno è andato bene, +24% genn-apr'22/genn-apr'21, con il Canada che ha più che raddoppiato i suoi acquisti dagli USA. Le esportazioni di siero sono leggermente in perdita; il crollo della domanda cinese (-21% genn-apr'22/genn-apr'21) è tamponata dalla forte crescita delle spedizioni verso il Canada, +93% genn-apr'22/genn-apr'21. L'export di lattosio è aumentato del 27% apr.'22/apr.'21, grazie soprattutto alla forte domanda cinese, +73% genn-apr'22/genn-apr'21.

Le importazioni statunitensi sono aumentate per tutti i prodotti lattiero-caseari tranne che per il burro, -10% apr.'22/apr.'21. L'import di caseine è aumentato nuovamente, con un guadagno della merce neozelandese, +21% genn-apr'22/genn-apr'21. Il boom delle importazioni di butteroil, +337% apr.'22/apr.'21, è dovuto al costante aumento dei prodotti provenienti dall'India (+79% genn-apr'22/genn-apr'21).

Import/export Canada aprile 2022

Le importazioni di burro continuano ad aumentare, soprattutto dagli Stati Uniti (+93% genn-apr'22/genn-apr'21). L'import di formaggio è aumentato dell'8% nel primo quadrimestre rispetto allo stesso periodo del 2021; più del 50% della merce proviene dalla UE, ma i volumi restano stabili.

Product	CANADA IMPORTS - APRIL 2022			
	Volume in tonnes	% YOY	Volume YTD in tonnes	% YTD
Cheese	3 519	+3%	13 524	+3%
Butter	2 370	+14%	10 715	+8%
WPC	794	-6%	2 860	+4%
Whey	4 022	+30%	18 064	+30%

Product	CANADA EXPORTS - APRIL 2022			
	Volume in tonnes	% YOY	Volume YTD in tonnes	% YTD
Whey	5 815	+21%	24 490	+9%
SMP	2 216	-6%	8 673	-24%
Cheese	648	+5%	2 504	+9%

Le esportazioni di SMP sono aumentate in modo significativo in Nord Africa, soprattutto in Egitto e Algeria, ma rimangono lontane dai massimi storici. L'export di siero di latte è aumentato del 9% genn-apr'22/genn-apr'21, soprattutto grazie all'aumento del 600% da inizio anno delle spedizioni verso Singapore.

N.B. L'Analisi di mercato di Assocaseari è destinata ai soli Associati. Non ne è consentita la diffusione, se non autorizzata.

#EUCHOOSESAFFOOD, AL VIA LA SECONDA EDIZIONE DELLA CAMPAGNA EFSA

(13/06/22) In occasione della Giornata Mondiale della Sicurezza Alimentare, l'EFSA (European Food Safety Authority) in collaborazione con il Ministero della Salute, lancia la seconda edizione della campagna di comunicazione #EUChooseSafeFood, con l'obiettivo di dare risposte alle domande che i consumatori si pongono nella quotidianità in tema di alimentazione.

"Il nostro Ministero ha accolto con favore il lancio della nuova campagna in Italia" - ha dichiarato il Sottosegretario alla Salute Andrea Costa. "Informare la comunità sull'importanza di un'alimentazione corretta, associata a stili di vita salutari, e sui rischi derivanti dalla catena alimentare è prioritario: permette al consumatore di sentirsi sicuro nel compiere scelte alimentari sane e consapevoli. L'educazione alimentare rappresenta il più significativo contributo in termini di prevenzione".



"Questa importante iniziativa - prosegue Costa - vuole contribuire ad aumentare la fiducia dei cittadini nel sistema di sicurezza alimentare dell'UE, garantito dal lavoro svolto dalla rete di esperti dell'EFSA. La campagna rafforza, inoltre, la cooperazione in essere tra Ministero della Salute e l'Agenzia Europea, le organizzazioni dei consumatori, i produttori e la società civile, aiutando i consumatori a fidarsi degli alimenti che mangiano, ovunque si trovino in Europa. Per salvaguardare il settore agroalimentare da crisi ricorrenti e garantire la sicurezza degli alimenti ai consumatori, l'Italia nel contesto dell'Unione Europea, ha fortemente perseguito un approccio normativo ed attuativo basato sull'evidenza scientifica e sulla trasparenza delle valutazioni del rischio nella catena alimentare. La strategia comunitaria è quindi improntata a garantire che gli alimenti siano "sicuri dai campi alla Tavola - *From Farm to Fork*" prevedendo, in tutti gli step della filiera, azioni integrate, anche in ambito ricerca e sviluppo. La questione della sicurezza alimentare e la definizione di standard di sicurezza internazionali sono un obiettivo, che dobbiamo perseguire costantemente come singolo Paese e, più in generale, in chiave di sicurezza globale, secondo l'approccio *One Health*".

La campagna prende il via il 7 giugno e dura fino a ottobre. Target della campagna: la popolazione tra i 25 e i 45 anni, donne e giovani genitori. Hub della comunicazione è il sito web disponibile nelle varie lingue, da cui è possibile scaricare il toolkit #EUChooseSafeFood, che include immagini, brevi video e contenuti per post sui social media, ideati per un ampio coinvolgimento anche di associazioni e stakeholder del settore.

"La nostra campagna #EUChooseSafeFood quest'anno cresce sia in termini di contenuti che di copertura geografica (con l'aggiunta di nuovi Paesi UE)" - dichiara Alberto Spagnoli, Senior Policy Advisor di EFSA - "L'obiettivo rimane quello di permettere ai consumatori di migliorare conoscenze e consapevolezza rispetto alle valutazioni scientifiche, che guidano le scelte alimentari quotidiane. La campagna punta a coinvolgere il pubblico con uno stile comunicativo diretto e con formati innovativi, aiutandolo a sviluppare un occhio critico su abitudini di acquisto e di consumo".

[Da www.salute.gov.it]

AMBIENTE: RIFORMA DELL'ETS RESPINTA DAL PARLAMENTO EUROPEO

(16/06/22) La scorsa settimana il Parlamento europeo ha bocciato la sua relazione sulla riforma del Sistema europeo per lo scambio di emissioni (ETS). Il fascicolo è intrinsecamente legato al meccanismo di adeguamento del carbonio alle frontiere (CBAM), che avrebbe dovuto essere votato lo stesso giorno, ma il relatore sul fascicolo ha annunciato il rinvio della votazione in seguito alla bocciatura dell'ETS.



Entrambe le relazioni sono state rinviate alla commissione ENVI per ulteriori considerazioni.

2. **IL MONDO DELL'IMPORT-EXPORT**

IMPORTAZIONE DA PAESI TERZI: I MINISTRI DISCUOTONO DELLA SITUAZIONE DEL MERCATO E DELLE CLAUSOLE SPECULARI DURANTE IL CONSIGLIO AGRICOLTURA

(16/06/22) I ministri dell'Agricoltura degli Stati membri si sono riuniti lunedì 13 giugno per l'ultima riunione del Consiglio sotto la presidenza francese. Insieme al commissario per l'Agricoltura Wojciechowski, hanno discusso sulla situazione del mercato durante il protrarsi della guerra in Ucraina, chiedendo alla Commissione di prorogare al 2023 il principio delle deroghe temporanee ad alcune disposizioni della politica agricola comune (PAC) in vigore per il 2022.



L'altro punto all'ordine del giorno è stato il report sull'applicazione delle norme sanitarie e ambientali comunitarie ai prodotti agroalimentari importati, che mostra il ruolo chiave della UE nello sviluppo di sistemi alimentari più resilienti e sostenibili e nella promozione di elevati standard a livello mondiale.

Il documento, che stabilisce tre livelli di azione diversi ma complementari (misure multilaterali, bilaterali e unilaterali comunitarie) e ne contempla la fattibilità giuridica, è stato accolto favorevolmente dalle delegazioni, che hanno però insistito sul fatto che qualsiasi misura futura dovrà rispettare gli obblighi commerciali internazionali e non impattare negativamente sui Paesi in via di sviluppo. I ministri hanno manifestato il proprio favore soprattutto sull'opzione multilaterale, nonostante possa richiedere tempi di negoziazione più lunghi.

IMPORTAZIONI DALL'UCRAINA: RESTITUZIONE DELLE GARANZIE PER I TITOLI E LIBERALIZZAZIONE DEL COMMERCIO

(15/06/22) In seguito alla piena liberalizzazione delle importazioni UE dei prodotti ucraini, valida fino al 5 giugno 2023, è stata pubblicata una [nota di orientamento](#) per le Autorità degli Stati membri sul trattamento delle garanzie pagate in relazione ai titoli di importazione nell'ambito di contingenti tariffari.



La nota prevede che le Autorità restituiscano le garanzie agli operatori, a condizione che i titoli non siano ancora stati utilizzati e che il volume residuo sia stato immesso in circolazione a dazio zero entro il periodo di validità del titolo.

SPAGNA: EVOLUZIONE E PROSPETTIVE DEI SUPERMERCATI BIOLOGICI

(15/06/22) Veritas, Herbolario Navarro e La Biosfera sono i tre operatori con il maggior numero di negozi specializzati nella vendita di prodotti biologici in Spagna, rispettivamente con 72, 47 e 24 punti vendita.

Dopo 20 anni di presenza nel settore, Veritas continua a essere leader per numero di negozi e fatturato, con 108 milioni di euro. Come obiettivo per il 2022, l'azienda ha previsto una crescita delle vendite del 10% e un investimento di circa sei milioni di euro per l'apertura di cinque o sei negozi e la ristrutturazione di 14 strutture.

Per quanto riguarda Herbolario Navarro, l'obiettivo è quello di espandersi in tutta la Spagna. Attualmente, la sua struttura commerciale si estende a 10 delle 17 comunità autonome, anche se la metà della sua rete si trova nella Comunità Valenciana, mentre il suo secondo mercato, in termini di rappresentanza, è la Comunità di Madrid, dove, d'altra parte, è avvenuta la maggior parte dei suoi movimenti. Attualmente in Spagna esistono 212 punti vendita dedicati esclusivamente alla vendita di prodotti biologici. In terza posizione c'è La Biosfera, che appartiene a El Corte Inglés, e che mantiene i 24 stabilimenti della rete di negozi dell'azienda del triangolo verde, che vende 1.500 referenze di prodotti biologici.



Alle spalle dei tre operatori nelle prime posizioni si trovano Supermercado IzarBide, Ecorganic-Ecomarket, Spar Natural, Nana Biosupermercats, Holland & Barrett, Economato Macabeo, Woki Organic Market, Ca l'Arpilot e Carrefour Bio, come si può vedere nel grafico sottostante. Degno di nota è anche l'arrivo di Holland & Barrett, che l'anno scorso è arrivato a Madrid, grazie alla conversione di due negozi Clarel, dato il rapporto di partecipazione indiretta di questa catena con i partner di DIA.

Nell'aprile 2022, la formula commerciale per i prodotti biologici ammonta a 212 punti vendita in Spagna, cinque in meno rispetto alla fine del 2021 (217), anno in cui si è registrato il 3,5% in meno di strutture rispetto al 2018, che è stato l'anno con il maggior numero di supermercati biologici nel Paese, con un totale di 225.

[Da ICE]

FRANCIA : IL SETTORE BIO IN CRESCITA

(17/06/22) Secondo uno studio realizzato dell'Agence Bio, anche se nel 2021 il mercato del biologico ha presentato ancora una quota complessiva del 6,6% nella spesa alimentare francese, è stato comunque impattato dal contesto economico di questi ultimi mesi. Come altri settori della produzione alimentare, il consumo di alimenti biologici è diminuito dell'1,34% (68 milioni di euro). La quota della GDO ha rappresentato solo il 50,2%, a cui si sono affiancate la distribuzione specializzata, le filiere corte e le vendite dirette e i ristoranti.



In particolare a livello locale, la domanda di prodotti biologici è aumentata. La vendita diretta ha confermato la sua importanza con 26.000 punti vendita e un fatturato in crescita dell'8%. Grazie poi alla legge EGAlim e al suo obiettivo del 20% di prodotti biologici, i prodotti biologici sono leggermente aumentati nelle mense, raggiungendo il 6,6% degli acquisti della ristorazione collettiva. D'altra parte, la ristorazione commerciale, con solo l'1,67% degli acquisti di prodotti biologici, ha un enorme margine di miglioramento. Con circa 80.000 mense e 180.000 ristoranti che introducono prodotti biologici, il settore francese della ristorazione rimane un importante motore di crescita per lo sviluppo dei prodotti biologici.

[Da ICE]

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

NUOVI TESTI NORMATIVI

(17/06/22) Nell'ultima settimana sono stati pubblicati i seguenti testi normativi:

Formaggi D.O.P. – “Roquefort” (F) – Pubblicazione documento unico a seguito di approvazione modifica minore disciplinare – Reg. (UE) n. 1151/2012: [Atto Commissione 2022/C 234/07 su G.U.C.E. C 234 del 17/06/22](#)



RIPARTE IL PROGETTO *ENJOY EUROPEAN QUALITY FOOD*: PROVOLONE VALPADANA DOP E MOZZARELLA STG IN PRIMA FILA

(16/06/22) Dopo due anni di stop a causa della pandemia, riprende il Progetto Enjoy European Quality Food, finalizzato alla valorizzazione in ambito europeo di prodotti enologici e agroalimentari a Denominazione di Origine, Indicazione Geografica e Specialità Tradizionale Garantita. E il focus si dirige sempre più su filiera garantita e transizione ecologica e digitale. Con il mondo del lattiero caseario protagonista, grazie a Provolone Valpadana Dop e Mozzarella Stg.



La Dop Economy conferma l'importanza del suo ruolo nei territori. Attualmente a essere riconosciuti sono 578 prodotti con la Denominazione Dop, di cui 170 prodotti agroalimentari e 408 vini. Sono 257 i prodotti ad Indicazione Geografica Protetta (Igp), di cui 139 agroalimentari e 118 vini. Tre le Specialità Tradizionali Garantite (Stg): la Mozzarella, la Pizza Napoletana e l'Amatriciana Tradizionale.

Il sistema tiene su tutto il territorio nazionale, con il settore italiano dei prodotti Dop e Igp che nel 2020 ha raggiunto 16,6 miliardi di euro di valore alla produzione, secondo l'ultimo rapporto Ismea-Qualivita. In particolare, le esportazioni delle Dop e Igp agroalimentari e vitivinicole hanno raggiunto i 9,5 miliardi di euro, pari al 20% dell'export agroalimentare italiano.

“Le imprese sul territorio”, sottolinea Vittorio Emanuele Pisani, Capofila del Progetto Eeqf, “stanno investendo su un processo culturale e organizzativo, fondato sull'innovazione, che consente tracciabilità e sicurezza alimentare: obiettivi fondamentali del settore per prepararsi alla transizione ecologica. Sia il comparto food, dove il processo di adeguamento richiede più tempo, sia il comparto vitivinicolo sono in prima linea per raccogliere la sfida”.

In questo scenario è stato rilanciato oggi il progetto Eeqf, Enjoy European Quality Food, co-finanziato dall'Unione Europea e dedicato all'informazione e alla valorizzazione di prodotti enogastronomici d'eccellenza.

Sono sei i prodotti italiani partner tra vino, olio e formaggi: l'Asti Docg, il Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore Docg, il Vino Nobile di Montepulciano Docg, il Provolone Valpadana Dop, l'Olio Extravergine d'Oliva Toscano Igp, la Mozzarella Stg.

Il progetto coinvolge quattro paesi, Italia, Germania, Spagna e Polonia, presso i quali verranno organizzati eventi rivolti ad avvicinare consumatori, trade e opinione pubblica al mondo dell'enogastronomia di qualità.

“Anche il mercato del vino a denominazione di origine”, ha affermato Riccardo Ricci Curbastro, presidente FederDoc, “nel 2021 ha registrato trend positivi crescendo del 5,9%, con un aumento del

20% del mercato degli spumanti. Secondo un quadro tracciato da Sace il vino rappresenta un quarto dell'export dell'agroalimentare made in Italy e al 2021 riporta vendite in incremento del 12,4% rispetto all'anno precedente".

Il focus, ora, si dirige sempre più su filiera garantita e transizione ecologica e digitale. Come confermano anche i dati pubblicati dall'Osservatorio Smart Agrifood del Politecnico di Milano. A riguardo, Chiara Corbo, direttrice dell'Osservatorio, evidenzia come "le imprese italiane guardano con crescente interesse all'applicazione della blockchain per la tracciabilità dei loro prodotti. In poco tempo si è assistito a una crescita notevole, a tal punto che il nostro Paese ospita il 9% dei progetti blockchain nell'agrifood a livello globale".

"I consumatori italiani ed europei si dimostrano sempre più maturi ad apprezzare prodotti con certificazioni di qualità e provenienza e ricercano con crescente interesse alimenti con livelli qualitativi e standard di sicurezza più elevati, con un conseguente aumento della richiesta di prodotti alimentari certificati Dop, Igp, Docg o Stg. L'export Ue del settore lattiero-caseario (formaggio, latte fresco, siero, panna, burro) è aumentato del 4%, raggiungendo una quota di circa 15,3 milioni di euro nel 2021".

[Da www.insiderdairy.com]

IL PECORINO ROMANO AL FANCY SUMMER FOOD DI NEW YORK. MAODDI: "MERCATO DEGLI STATI UNITI PER NOI FONDAMENTALE, CI SONO ANCORA MARGINI DI CRESCITA"

(16/06/22) Il Pecorino Romano ha partecipato al Fancy Summer Food di New York dal 12 al 14 giugno, un appuntamento particolarmente atteso, dopo i due anni di pandemia.

Gli Stati Uniti sono da sempre il mercato estero più importante per il Pecorino Romano, dato che assorbono oltre il 40% di prodotto.

Dal 2010 ad oggi, gli USA registrano ogni anno, tranne nel 2013, un incremento delle importazioni di prodotti agroalimentari confezionati e le proiezioni al 2025 confermano questo trend. L'Italia, nel 2021, ne ha esportato per più di 5 miliardi di euro ed è il terzo paese fornitore degli Stati Uniti dopo Messico e Canada, con una quota di mercato del 7,6%; le previsioni al 2025 vedono il nostro Paese superare la soglia dei 6.5 miliardi.



"In questo contesto un posto di assoluto rispetto lo occupa la nostra DOP, che da sempre conquista gli americani con il suo sapore deciso e inconfondibile", dice il presidente del Consorzio di tutela, Gianni Maoddi. "Il mercato statunitense resta per noi fondamentale, il primo in termini di quantità e fatturato per export, e siamo pronti a sfruttare al meglio tutte le occasioni che il ritorno del Fancy Food offrirà al comparto e dunque all'economia della Sardegna. Il Nord America rappresenta, per il Made in Italy, il primo mercato di riferimento ed è quello con la più alta previsione di crescita, secondo la maggior parte degli analisti: ci sono perciò ancora importanti margini di crescita per un prodotto come l'amatissimo pecorino romano", sottolinea Maoddi.

4.FIERE ED EVENTI

WEBINAR "CHINA IMPORT PROGRAM. OVERVIEW OF CHINA'S COMPLIANCE: MARKET ACCESS AND RETAILING" - 22 GIUGNO 2021

(17/06/22) ICE organizza il webinar "China Import Program. Overview of China's Compliance: Market Access and Retailing" mercoledì 22 giugno dalle 10:00 alle 11:30.

Essendo quello Cinese uno dei più grandi mercati al mondo per i prodotti di consumo, i marchi che intendono accedervi devono essere ben informati sui severi requisiti normativi.

Questo webinar esplora una serie di sistemi specifici di supervisione della qualità attualmente in vigore in Cina, dando un'introduzione al sistema di standard e allo schema di certificazione cinese (CCC). Verrà inoltre analizzato l'impatto di queste normative, concentrandosi in dettaglio su specifiche categorie di prodotti. Una migliore comprensione dei requisiti attuali contribuirà a facilitare l'ingresso con successo in questo mercato di consumo così dinamico.

Per partecipare, compilare il [form di iscrizione](#).



WEBINAR "SHOCK DI PREZZO DELLE MATERIE PRIME FOOD: QUALI IMPATTI PER INDUSTRIA E GDO?" - 21 GIUGNO 2022

(17/06/22) Areté, insieme a Largo Consumo, organizza il webinar "Shock di prezzo delle materie prime food: quali impatti per industria e GDO?" il 21 giugno dalle 11:30 alle 13:00.

I mercati agroalimentari stanno attraversando una fase di forti rialzi di prezzo, cominciata già nel 2021 con la ripartenza della domanda cinese, un'impennata dei costi della logistica via mare ed un meteo sfavorevole in alcune aree produttive, ed ora aggravata da un contesto macroeconomico e geopolitico instabile.

La delicata complessità della situazione attuale, si aggiunge ad anni di volatilità pronunciata sostanzialmente su tutti i mercati, con un andamento dell'inflazione sempre più difficile da gestire per gli operatori.

Il webinar si pone l'obiettivo di far luce sullo stato dei mercati e sui trend attesi e di analizzare le risposte di Industria e GDO al contesto di riferimento.

La partecipazione è gratuita previa registrazione al link <https://www.aretagrifood.com/video/purchase/?plan=768>.





Le news di “FORMAGGI&CONSUMI”

Assemblea di Assocaseari: focus sul DI 198/2021 contro le pratiche sleali e sulle tendenze del mondo del latte

Peschiera del Garda (Vr) – Mercoledì 15 giugno. Si è svolta ieri mattina, a Peschiera del Garda, l'Assemblea di Assocaseari. E, per l'occasione, sono stati organizzati due incontri che hanno consentito agli associati di approfondire importanti temi di attualità che riguardano l'intera filiera lattiero casearia. Gli avvocati Cerminara e Allocca di Confcommercio-Imprese per l'Italia hanno svolto un approfondimento dal titolo *Pratiche commerciali sleali tra imprese nella filiera agroalimentare: novità dopo l'entrata in vigore della legge n. 51 del 20 maggio 2022 e del D. Lgs. n. 198/2021*. Il decreto definisce le pratiche vietate nelle relazioni B2B tra fornitori e acquirenti di prodotti agricoli e alimentari, in quanto contrarie ai principi di buona fede e correttezza. E si applicherà a partire dal 16 giugno per quanto riguarda tutti i contratti stipulati prima del 15 dicembre 2021. In seguito, Christophe Lafougère, analista di Gira Food, ha presentato una relazione intitolata *Le tendenze del mondo del latte per il 2022-2016*, in cui, delineato l'attuale contesto di mercato, ha evidenziato in quale direzione si muoveranno i principali attori mondiali del settore: Cina, Europa, Stati Uniti e Nuova Zelanda. Sotto la lente di ingrandimento, l'andamento dei consumi, trainati principalmente dal mercato americano e cinese, e dei prezzi, vera incognita per le aziende produttrici, visti i crescenti aumenti dei costi. Lafougère si è inoltre soffermato sul mercato delle referenze alternative al latte vaccino, che stanno attirando crescenti investimenti.

Latte, a marzo calano le consegne in Italia. E il trend negativo potrebbe proseguire

Sermide (Mo) – Lunedì 13 giugno. Gli aumentati costi di produzione fanno sentire le proprie conseguenze sul latte italiano. A marzo, infatti, le consegne in Italia sono diminuite dello -0,84% rispetto allo stesso periodo dello scorso anno. Ampliando l'angolo di osservazione, però, emerge che il bilancio dei primi tre mesi del 2022 resta comunque con consegne più alte (+0,75% su base tendenziale e oltre 3,37 milioni di tonnellate di latte prodotto). I dati sono del portale Clal.it. Dalle rilevazioni emerge inoltre che ad aprile, maggio e giugno quasi sicuramente si avrà una diminuzione dell'offerta di latte, anche per un incremento delle macellazioni di vacche, che a marzo e aprile sono cresciute, rispettivamente del 28,3% dell'11,8% rispetto allo stesso periodo del 2021. Secondo le proiezioni di Clal.it, nei prossimi mesi, si assisterà probabilmente a una ulteriore concentrazione a livello numerico del settore, con meno stalle e più capi per azienda. Non sarebbe inoltre da escludere un incremento delle produzioni in Lombardia, mentre in altre regioni, dove i costi di produzione sono ancora più elevati a causa di maggiori difficoltà logistiche, potrebbe proseguire il trend di chiusura delle stalle. Ad aggravare tale situazione di incertezza per gli

allevatori figurano le conseguenze del cambiamento climatico: la tropicalizzazione del clima è causa della minore produzione di foraggi e del loro costo aumentato. L'inverno e la primavera appena trascorsi, inoltre, sono stati caratterizzati da una straordinaria siccità.

Zanetti (presidente Assolatte): "Le aziende del settore caseario sono in grossa sofferenza"

Milano – Lunedì 13 giugno. "Non si tratta di una situazione drammatica, ma in effetti alcuni produttori iniziano a far fatica a trovare il latte o rinunciano a produrre perché vengono chiesti prezzi troppo alti. I distributori ci dicono che ricevono alcuni rifiuti a soddisfare picchi di domanda. Del resto la disponibilità in questo momento è ridotta a livello europeo e la stagione estiva che comporta una produzione naturalmente più bassa". A parlare è Paolo Zanetti, presidente di Assolatte, interpellato dal Sole 24 Ore a proposito del mercato del latte. La produzione, infatti, secondo le previsioni di Ismea, potrebbe subire una contrazione importante nella seconda metà dell'anno a causa della siccità, del contesto internazionale e del costo di mangimi e foraggi. A preoccupare è la marginalità sui ricavi: "Gli aumenti che la distribuzione sta gradualmente riconoscendo sono del 5-6%", spiega Zanetti, "ma abbiamo calcolato che i costi sono cresciuti di circa 1,9 miliardi sui 16,7 che fattura il settore, vuol dire oltre l'11%, il doppio. Considerando che la marginalità media prima di questa tempesta era del 2,5%, è logico che le aziende sono in grossa sofferenza e non potranno resistere per molto tempo". Preoccupa anche l'export, nonostante Ismea registri un aumento del +23% in volume e +27% in valore nei primi due mesi dell'anno. "Il confronto è su un inizio 2021 che è stato molto negativo", spiega Zanetti. "Noi continuiamo a puntare sull'estero ma data la crisi internazionale e l'aumento dei noli è sempre più difficile crescere, anche considerando che i nostri prodotti costano di più della media".

Inalpi premiata da Unhcr per il suo impegno a favore dei rifugiati

Moretta (Cn) – Mercoledì 15 giugno. L'Unhcr, agenzia Onu per i rifugiati, ha conferito a 107 grandi, piccole e medie imprese e a 41 organizzazioni della società civile i loghi Welcome e WeWelcome per il biennio 2020/2021, per il loro impegno a favore dell'integrazione lavorativa dei rifugiati. La piemontese Inalpi ha ricevuto il riconoscimento del logo Welcome. Working for refugee integration, ritirato presso il Campidoglio da Matteo Torchio, responsabile marketing & comunicazione, alla presenza del Sindaco di Roma Roberto Gualtieri e del Ministro del Lavoro Andrea Orlando. Già nel 2019 Unhcr aveva attribuito all'azienda di Moretta (Cn) lo stesso riconoscimento per il lavoro svolto in collaborazione con l'Associazione Papa Giovanni XXIII, per l'inclusione nel mondo del lavoro, di giovani profughi e ragazze vittime di tratta. "Siamo convinti che, come imprenditori, abbiamo delle responsabilità, fare impresa non può significare solo fare profitto, ma vuole anche dire pensare al territorio in cui lavoriamo quotidianamente, alla sua comunità, alle generazioni di domani, per costruire insieme un futuro. Ci è quindi sembrato importante creare delle opportunità anche per ragazzi che hanno avuto storie complesse alle spalle, perché siamo convinti che il lavoro sia dignità, riscatto e renda le persone libere", commenta il presidente di Inalpi, Ambrogio Invernizzi.

Arborea lancia i nuovi gusti dello yogurt A-Yo

Oristano – Giovedì 16 giugno. Arborea, cooperativa lattiero casearia sarda, lancia tre nuovi gusti di A-Yo, gli yogurt pensati per i consumatori che amano rimanere in forma. Sono il Cremoso alla vaniglia, il Cremoso alla nocciola e il Cremoso alla stracciatella. A-Yo si caratterizza perché unisce il sapore e le proprietà nutrizionali del latte vaccino, raccolto presso i soci Arborea, con la carica proteica del latte ovino, proveniente da un gruppo selezionato di allevatori della cooperativa Cao. I

tre nuovi A·Yo si uniscono ai quattro bianchi di Sardegna e alla linea di yogurt intero magro e senza lattosio. Tutta la gamma è disponibile in un formato da 140 grammi e un packaging 100% riciclabile.

Fiera Milano dialoga con Firenze Fiera: trattative in corso per potenziale partnership

Milano – Mercoledì 15 giugno. Il Consiglio di amministrazione di Fiera Milano ha firmato un accordo di riservatezza con Firenze Fiera che, all'interno di Fortezza da Basso, ha recentemente ospitato la 15esima edizione di Taste, il salone di Pitti Immagine dedicato alle produzioni gastronomiche di qualità e alla food culture contemporanea. Tale accordo, si legge in una nota, è stato siglato "per avviare interlocuzioni relative a una potenziale collaborazione commerciale" tra i due enti e per "definire e implementare iniziative di sviluppo congiunto in ambito fieristico e congressuale". "Ulteriori sviluppi", prosegue la nota, "verranno comunicati al mercato nei modi e nei termini previsti dalle applicabili disposizioni di legge".

BolognaFiere cresce e allarga il numero degli immobili di proprietà

Bologna – Lunedì 13 giugno. BolognaFiere diventa proprietaria di tutta l'area sulla quale esercita la propria attività. Il gruppo, infatti, allarga il numero degli immobili in portafoglio grazie all'aumento di capitale da 105 milioni di euro. In totale il polo emiliano arriverà ad avere 900mila metri quadrati di proprietà (rispetto agli attuali 357mila ndr). Gli immobili in questione sono, nello specifico, il Palazzo degli Affari e la 'Sala Borsa e contrattazioni', ex proprietà della Camera di commercio di Bologna, e una serie di beni che erano di proprietà del Comune di Bologna tra i quali il Palazzo dei congressi, il Ristorante Europa e gli uffici di Piazza Costituzione, Parco Nord e altre aree collocate all'interno del quartiere fieristico. La crescita del polo emiliano, con l'ampliamento e l'innovazione dell'infrastruttura, permetterà di diversificare l'attività nella direzione della polifunzionalità, sviluppare il business degli allestimenti e dell'offerta digitale.

Penny: cambio di logo e nuova apertura a Saronno (Va)

Saronno (Va) – Mercoledì 15 giugno. Penny Market diventa 'Penny, punto'. Il nuovo logo è stato presentato il 15 giugno in anteprima alla stampa, in occasione dell'apertura del nuovo punto vendita di Saronno (Varese), via San Francesco ang. via Sabotino. Il pdv, 870 metri quadri e 2mila referenze, è dotato di tecnologie con basso impatto ambientale, con l'obiettivo di ottenere la massima qualità riducendo i consumi. Sono presenti corpi illuminanti a Led con bassi consumi energetici ed alta resa cromatica e banchi frigoriferi con chiusure vetrate. Il risparmio sarà di 53mila kWh annui, traducibili in circa 10 tonnellate equivalenti di petrolio non bruciate ed una mancata emissione di Co2 in atmosfera pari a circa 18 tonnellate. Nell'occasione, oltre al nuovo brand che punta ad una maggiore chiarezza, sono stati anche comunicati i principali risultati finanziari e gli investimenti in atto. La catena ha chiuso il 2021 con un fatturato di quasi 1,5 miliardi di euro e una rete di 404 punti di vendita (passati oggi con le nuove aperture a 410 store) e 4.350 dipendenti, di cui oltre il 75% donne. Per il 2023 si punta ad arrivare a 423 negozi. L'Ad Nicola Pierdomenico (primo italiano a ricoprire la carica) ha dichiarato di voler "rafforzare la presenza di Penny dove è già presente, in particolare Lombardia, Piemonte, Liguria, Toscana e Puglia. Un'altra regione su cui puntiamo sarà la Calabria". Il piano di sviluppo riguarda anche la Mdd: la catena prevede di arrivare a una quota del 75% nel 2025. Nel 2021 il gruppo Rewe ha investito nel nostro Paese 60 milioni di euro attraverso Penny Italia. Prosegue inoltre il piano di sviluppo di gastronomie e macellerie: entro il 2023 Penny punta ad arrivare a 70 reparti macelleria servita e 94 reparti gastronomia, con un'attenzione peculiare ai prodotti del territorio.

*PREZZI
AGRICOLI*

A cura di: Emanuela Denti

MILANO - Rilevazione del 13 Giugno 2022

FRANCO CASEIFICIO O MAGAZZINO DI STAGIONATURA, MERCE NUDA, CONTENUTO DI GRASSI SECONDO LA PRESCRIZIONE DI LEGGE PAGAMENTO IN CONTANTI – IVA ESCLUSA –

N.B. Le forme, se del caso, o le confezioni dei prodotti d'origine e tipici devono recare impresso il marchio dei rispettivi Consorzi di Tutela.

			06/06/2022	13/06/2022	VAR.
FORMAGGI		U.M.	Euro	Euro	
9	parmigiano reggiano (scelto 01): per frazione di partita: stagionatura di 30 mesi e oltre	Kg	13,20- 13,75	13,20- 13,75	
10	stagionatura da 24 mesi e oltre	Kg	12,45 – 13,00	12,45 – 13,00	
21	stagionatura di 18 mesi e oltre	Kg	11,80 – 12,05	11,80 – 12,05	
22	stagionatura minima di 12 mesi per lotto/lotto da produttore	Kg	10,45 – 10,75	10,45 – 10,75	
28	grana padano (scelto 01): per frazione di partita: riserva 20 mesi e oltre	Kg	9,95 – 10,15	9,95 – 10,15	
29	stagionatura di 16 mesi e oltre	Kg	9,50 – 9,90	9,50 – 9,90	
40	stagionatura di 9 mesi da produttore	Kg	8,80 – 9,00	8,80 – 9,00	
41	stagionatura 60-90 gg. fuori sale	Kg	7,50 – 7,60	7,50 – 7,60	
50	provolone valpadana: fino a 3 mesi di stagionatura	Kg	6,55 – 6,70	6,55 – 6,70	
60	oltre 3 mesi di stagionatura	Kg	6,80 – 7,05	6,80 – 7,05	
65	pecorino romano: stagionatura di 5 mesi e oltre da produttore	Kg	11,05 – 11,35	11,15 – 11,45	+0,10/+0,10
70	asiago: d'allevato con stagionatura minima 90 gg.	Kg	7,00 – 7,30	7,00 – 7,30	
80	pressato fresco	Kg	6,30 – 6,60	6,30 – 6,60	
90	gorgonzola: maturo dolce	Kg	6,25 – 6,55	6,25 – 6,55	
100	maturo piccante	Kg	7,25 – 7,55	7,25 – 7,55	
110	Italico: prodotto fresco	Kg	4,85 – 4,95	4,85 – 4,95	
120	prodotto maturo	Kg	5,65 – 5,95	5,65 – 5,95	
140	taleggio: prodotto fresco fuori sale	Kg	5,35 – 5,55	5,35 – 5,55	
150	prodotto maturo	Kg	6,10 – 6,50	6,10 – 6,50	
160	quartiolo lombardo	Kg	5,60 – 5,80	5,60 – 5,80	
170	crecenza matura	Kg	4,70 – 4,95	4,70 – 4,95	
180	mozzarella di latte vaccino confezione (125 gr. Circa)	Kg	5,05 – 5,15	5,05 – 5,15	
190	mascarpone	Kg	4,90 – 5,15	4,90 – 5,15	
191	siero di latte raffreddato per uso industriale	1000 Kg	22,50 – 23,50	22,50 – 23,50	
192	siero di latte per uso zootecnico	1000 Kg	7,50 – 8,50	7,50 – 8,50	

FRANCO PARTENZA, PAGAMENTO IN CONTANTI - IVA ESCLUSA - Rilevazione settimanale sulla piazza di Milano

			06/06/2022	13/06/2022	VAR.
BURRO E CREMA DI LATTE		U.M.	Euro	Euro	
11	burro pastorizzato (al netto dei premi quali quantitativi, oneri trasporti, provvigioni)	Kg	5,35	5,38	+0,03
20	burro prodotto con crema di latte sottoposta a centrifugazione e pastorizzazione (secondo Regolamento CE n. 1234/07)	Kg	7,00	7,03	+0,03
30	burro di centrifuga	Kg	7,15	7,18	+0,03
32	zangolato di creme fresche per la burrificazione (al netto dei premi quali quantitativi, oneri trasporti, provvigioni)	Kg	5,15	5,18	+0,03
40	crema di latte (40% di sostanza grassa)	Kg	3,48	3,52	+0,04
41	crema da latte italiano (40% di sostanza grassa)	Kg	3,50	3,54	+0,04

			06/06/2022	13/06/2022	
LATTE SPOT E PRODOTTI CASEARI		U.M.	Euro	Euro	
	latte spot				
10	latte nazionale crudo	1000 Kg	565 - 580	590 - 600	+25/+20
	latte estero pastorizzato 3,6% di grasso peso volume f.co arrivo pagamento 60 gg. IVA escl.				
11	latte bovino biologico	1000 Kg	595 - 610	615 - 625	+20/+15
21	francese	1000 Kg	530 - 540	545 - 555	+15/+15
22	tedesco	1000 Kg	550 - 570	565 - 585	+15/+15
25	latte estero scremato 0,03	1000 Kg	265 – 280	285 – 300	+20/+20

BORSA MERCI DI MODENA - Rilevazioni di Lunedì 13 Giugno 2022 -

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 <i>ulteriore</i> lavorazione, raffreddato e conservato a temperatura inferiore a 4°C, materia grassa min 82%, residuo secco magro max 2%, acidità max 1%</u>	Kg.		4,75	0,07	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 250 forme circa: produzione minimo 36 mesi e oltre	Kg.	14,00	14,70		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 30 mesi e oltre	Kg.	13,05	13,95	=	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 24 mesi e oltre	Kg.	12,40	13,05	=	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.	11,65	12,30	=	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.	11,05	11,35	=	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.	10,60	10,85	=	Prezzo franco magazzino venditore. Note: Adeguamento tecnico del prezzo

BORSA MERCI DI NOVARA- Rilevazioni di Lunedì 13 Giugno 2022 -

Franco caseificio, merce nuda, contenuto dei grassi secondo la prescrizione di legge, I.V.A. esclusa al kg.
Le forme di gorgonzola devono recare impresso il marchio del Consorzio di tutela.

PRODOTTO				Var.
		Min.	Max.	
Zangolato di creme fresche per la burrificazione (prezzo medio)	€/kg	5		=
Burro pastorizzato (prezzo medio)	€/kg	5,20		=
Gorgonzola piccante maturo	€/kg	7,80	8,10	=
Gorgonzola dolce maturo	€/kg	6,80	7,10	=
Siero di gorgonzola freddo franco caseificio	€/1000 kg	23,00		=

BORSA MERCI DI VERONA - Rilevazioni di Lunedì 13 Giugno 2022 -

PRODOTTI CASEARI	U.M.	Min EURO	Max EURO	Var.
<u>Siero di latte (residuo secco totale 5 - 6% - prezzo franco partenza - I.V.A. escl.)</u>				
Per uso zootecnico	Ton.	11,50	12,50	
Per uso industriale	Ton.	27,00	28,00	
FORMAGGI per merce nuda, franco caseificio o magazzino di stagionatura, con un contenuto di grassi secondo le prescrizioni di legge, a pronta consegna e pagamento.				

Grana Padano - "Formaggio fuori sale" atto a divenire Grana Padano	Kg.	7,65	7,80	
Grana Padano DOP - Stagionato 10/12 mesi	Kg.	8,90	9,00	
Grana Padano DOP - Stagionato oltre 15 mesi	Kg.	9,10	9,40	
Grana Padano DOP - Stagionato oltre 20 mesi	Kg.	9,75	9,90	
Provolone Valpadana DOP – Merce fresca	Kg.	5,90	6,00	
Provolone Valpadana DOP – Stagionatura oltre 3 mesi	Kg.	6,10	6,20	
Monte Veronese DOP – A latte intero	Kg.	6,25	6,45	+0,05/+0,05
Monte Veronese DOP – D'allevato fresco	Kg.	6,95	7,05	+0,05/+0,05
Monte Veronese DOP – Mezzano	Kg.	7,55	7,65	+0,05/+0,05
Monte Veronese DOP - Vecchio	Kg.	9,35	9,45	+0,05/+0,05
LATTE SPOT - in cisterna - franco arrivo				
Latte Spot Nazionale crudo	Ton.	600	610	+20/+20
Latte Estero di provenienza Germania - Austria	Ton.	585	595	+20/+20
Latte Magro Pastorizzato tipo 0,03 M.G	Ton.	290	300	+10/+10
Panna di centrifuga 40% M.G. (nazionale)	Ton.	3500	3600	+50/+50
Panna di centrifuga 40% M.G. (U.E.)	Ton.	3480	3580	+50/+50

BORSA MERCI DI REGGIO EMILIA - Rilevazioni di Martedì 14 Giugno 2022 -

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	4,78	4,78	+0,03	+0,03
Siero (franco caseificio)	100 Kg	0,15	0,40	=	=
FORMAGGIO PARMIGIANO-REGGIANO qualità: scelto + 12% fra 0-1 per lotti di partita					
<u>Produzione minimo 30 mesi e oltre</u>	Kg	13,15	13,80	=	=
<u>Produzione minimo 24 mesi e oltre</u>	Kg	12,20	12,75	=	=
<u>Produzione minimo 18 mesi e oltre</u>	Kg	11,60	11,85	=	=
<u>Produzione minimo 15 mesi e oltre</u>	Kg	10,85	10,90	=	=
<u>Lotto/i di produzione minima 12 mesi e oltre (da caseificio produttore)</u>	Kg	10,70	10,80	=	=

BORSA MERCI DI CREMONA - Rilevazioni di Mercoledì 15 Giugno 2022 -

PRODOTTO (kg)		MIN	MAX	Var.
Burro	Pastorizzato	6,25		+0,05
Grana Padano (scelto 01)*	Stag. di 9 mesi	8,85	9,00	
	Stag. tra 12-15 mesi	9,10	9,35	
	Stag. oltre 15 mesi	9,50	9,95	
Provolone Valpadana	Dolce	6,50	6,60	
	Piccante	6,70	6,90	

Provolone	Stag. fino a 3 mesi	6,05	6,25	
	Stag. oltre 5 mesi	6,30	6,60	

* da stagionare franco luogo di stagionatura – pagamento secondo uso corrente

** con bollo provvisorio di origine del Grana Padano – in partite contrattate a numero con esclusione dello scarto – termini di pagamento secondo uso corrente

BORSA MERCI DI MANTOVA - Rilevazioni di Mercoledì 16 Giugno 2022

PRODOTTO (kg)		MIN	MAX	Var.
Burro	Zangolato di creme fresche	5,000		=
	Mantovano pastorizzato	5,200		=
	Burro mantovano fresco CEE	6,800		=
Siero di latte raffreddato per uso industriale	1000 kg	22,000	23,000	=
Siero di latte per uso zootecnico	1000 kg	7,000	7,500	=
Grana Padano (1)	Stagionatura 10 mesi	8,750	9,000	=
	Stagionatura 14 mesi	9,400	9,550	=
	Stagionatura 20 mesi	9,900	10,050	=
	<u>Stagionatura tra i 60 e i 90 giorni fuori sale (con bollo provvisorio di origine del Grana Padano)</u>	7,600	7,800	=
Parmigiano Reggiano (2)	Stagionatura 12 mesi	10,600	10,850	=
	Stagionatura fino a 18 mesi	11,550	11,950	=
	Stagionatura fino a 24 mesi	12,400	12,700	=
	Stagionatura fino a 30 mesi	12,900	13,350	=

BORSA MERCI DI PARMA - Rilevazioni di Venerdì 17 Giugno 2022 -

DENOMINAZIONE E QUALITA'	Variazio ne	Min.	Max.
		€/kg	
ZANGOLATO DI CREME FRESCHE PER BURRIFICAZIONE della provincia di Parma, destinato ad ulteriore lavorazione, raffreddato e conservato a temperatura inferiore a 4° C, materia grassa minima 82%, residuo secco magro max 2%, acidità max 1%.	+0,030	4,780	
SIERO DI LATTE <u>Prezzi del 17/06/2022</u> prezzi rilevati il terzo venerdì di ogni mese (€/100 kg)			
<u>Residuato della lavorazione del formaggio grana, per uso zootecnico, franco caseificio</u>	-0,100/=	2,000	2,200
<u>Raffreddato, per uso industriale, franco caseificio</u>	-0,200/=	9,700	11,700
<u>FORMAGGIO PARMIGIANO-REGGIANO</u> qualità scelto 12% fra 0-1 per lotti di partita Produzione minimo 36 mesi e oltre	=	13,950	14,600
<u>FORMAGGIO PARMIGIANO-REGGIANO</u> qualità scelto 12% fra 0-1 per lotti di partita Produzione minimo 30 mesi e oltre	=	13,100	13,900
<u>FORMAGGIO PARMIGIANO-REGGIANO</u> qualità scelto 12% fra 0-1 per lotti di partita Produzione minimo 24 mesi e oltre	=	12,350	13,050
<u>FORMAGGIO PARMIGIANO-REGGIANO</u> qualità scelto 12% fra 0-1 per lotti di partita Produzione minimo 18 mesi e oltre	=	11,650	12,300
<u>FORMAGGIO PARMIGIANO-REGGIANO</u> qualità scelto 12% fra 0-1 per lotti di partita Produzione minimo 15 mesi e oltre	=	10,900	11,400
<u>FORMAGGIO PARMIGIANO-REGGIANO</u> qualità scelto 12% fra 0-1 per lotti di partita Lotto/i di produzione minima 12 mesi e oltre (caseificio produttore)	=	10,600	10,800