



ASSOCASEARI

ASSOCIAZIONE COMMERCIO PRODOTTI LATTIERO - CASEARI

Servizio informativo N° 3/2023 del 27 Gennaio 2023 - RISERVATO AGLI ASSOCIATI -

NORME E NOTIZIE

RETAIL - Nielsen IQ, il carrello della spesa di dicembre in Italia: www.alimentando.info	PAG. 02
BIOLOGICO - UE, dieci anni di crescita	PAG. 03
SCAMBI UE/PAESI TERZI - UE, Il commissario Dombrovskis presenta alla commissione INTA le priorità della politica commerciale per il 2023	PAG. 04
POLONIA - La dinamica di crescita dei prezzi dei generi alimentari nel 2022: ICE	PAG. 05
CANADA - Clima e sostenibilità per la nuova politica agricola: Clal	PAG. 05
FORMAGGI D.O.P. E I.G.P. - Nuovi testi normativi	PAG. 06
FORMAGGI D.O.P. - "PARMIGIANO REGGIANO" - In Italia vendite a +3,6%, nel 2022. Atteso per il 2023 un eccesso di domanda rispetto alla produzione: www.insiderdairy.com	PAG. 06
FIERE ED EVENTI - Webinar "e-commerce dal punto di vista doganale" – 16 febbraio 2023	PAG. 07
MERCATO AGROALIMENTARE E LATTIERO-CASEARIO - Le news di Formaggi&Consumi dal 21 al 27 gennaio 2023	PAG. 08
PREZZI - Rilevazioni delle Camere di Commercio dal 23 al 27 gennaio 2023	PAG. 10

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

NIELSEN IQ: IL CARRELLO DELLA SPESA DI DICEMBRE IN ITALIA

(24/01/23) Nel mese di dicembre 2022 il fatturato totale della distribuzione in Italia ha raggiunto i 13,9 miliardi di euro. Segnando un +10,9% vs dicembre 2021. A rilevare questi dati è la società di ricerche NielsenIQ, nell'ambito del rapporto mensile 'Lo stato del largo consumo in Italia'. L'analisi sull'andamento dei consumi e le abitudini di acquisto delle famiglie italiane rileva un indice d'inflazione fisso al +15,1% (in risalita rispetto al valore annuale). Contro il caro prezzi, gli italiani riducono dell'1% il mix del carrello (2022 vs 2021), con una variazione reale dei prezzi del 14,1%



I prezzi a totale Italia Omnichannel

Come varia il Prezzo Medio dei prodotti acquistati



Fonte: Osservatorio Inflazione NielsenIQ

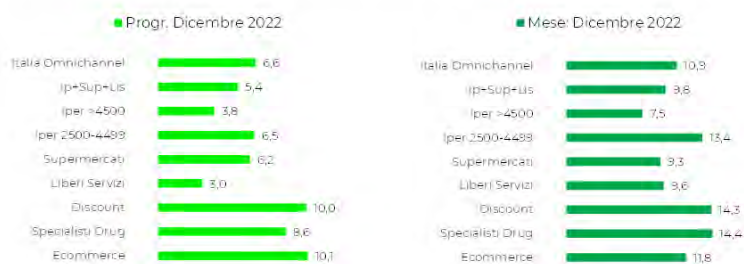
Andamento dei canali

In merito ai format distributivi, le rilevazioni di NielsenIQ sottolineano, sempre nel dicembre 2022, performance positive per i diversi canali. Rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, cresce il fatturato di specialisti casa&persona (+14,4%), discount (+14,3%), superstore (+13,4%), liberi servizi (+9,6%), supermercati (+9,3%) e iper>4500mq (+7,5%).



I trend totale fatturato - a rete corrente

Variazioni a valore vs anno precedente nei canali



Fonte: NielsenIQTradeMix Totale Negozio

Le promozioni

Cala invece di 1,5 punti percentuali l'incidenza delle vendite in promozione (totale Italia), attestandosi al 23,7% (era 25,2% nello stesso periodo 2021).

Il Marchio del distributore

In lievissima flessione la quota relativa ai prodotti a Marchio del distributore: che rappresenta il 21,3% rispetto al 21,4% del mese precedente nel perimetro iper, super e liberi servizi (ovvero i supermercati di metratura minore). Una quota che sale invece al 29,9% sul totale Italia inclusi i discount.

Il carrello della spesa

Secondo i dati NielsenIQ, le aree merceologiche con la crescita più significativa restano, anche nel mese di dicembre 2022, quelle dei prodotti dedicati agli animali domestici (+18,4%) e il cibo confezionato (+13,8%). Formaggi (+19,1%) e pane & pasticceria & pasta (+20,1%) sono state le categorie più dinamiche. Il Fresco mantiene un trend positivo nella maggior parte dei canali distributivi, con le tendenze migliori e peggiori registrate rispettivamente nei discount (+13,9%) e nei supermercati (7,7%). Continua invece, nonostante le festività, il calo della pescheria (-0,1%). In termini di migliori performance di fatturato per categoria di prodotto, infine, la Top10 di dicembre vede in testa i fazzoletti di carta (+59,4%). Seguiti da olio di semi di girasole (+54,7%) e zucchero (+47%).



[Da www.alimentando.info]

BIOLOGICO: UE, DIECI ANNI DI CRESCITA

(21/01/23) I terreni agricoli nella UE coltivati in agricoltura biologica è aumentata di oltre il 50% nel periodo 2012-2020, con un tasso di aumento annuo del 5,7%. Nel 2020, il 9,1% della superficie agricola comunitaria è stata destinata all'agricoltura biologica. In media, anche se con notevoli variazioni tra gli Stati membri, le aziende biologiche sono più grandi delle aziende agricole convenzionali e condotte da gestori di azienda più giovani.



Conseguenza della crescita della produzione, tra il 2015 e il 2020 sono raddoppiate le vendite al dettaglio di prodotti biologici nella UE. Queste sono alcune delle principali conclusioni del "Market Brief on organic farming" pubblicato dalla Commissione europea lo scorso 20 gennaio.

I quattro paesi con la più grande superficie coltivata a agricoltura biologica nell'UE sono Francia, Spagna, Italia e Germania, che insieme hanno rappresentato il 52% del totale nel 2012 e il 59% nel 2020. La maggior parte della superficie coltivata a biologico nell'Unione europea è stata dedicata ai prati permanenti (42%), seguiti da foraggi verdi (17%), cereali (16%) e colture permanenti. Nonostante la crescita significativa, la produzione animale biologica rappresenta una piccola quota della produzione animale totale comunitaria, tra l'1% e il 7% a seconda del settore.

Le aziende agricole biologiche per i seminativi risparmiano il 75-100% sui costi dei prodotti fitosanitari per ettaro e il 45-90% sui costi dei fertilizzanti per ettaro, rispetto alle aziende agricole convenzionali, ma hanno rese medie inferiori (5-30% in meno per le rese delle colture) e in alcuni settori hanno una maggiore necessità di manodopera per produrre lo stesso valore di produzione delle aziende agricole convenzionali. Continuano però a generare un reddito simile o più elevato per lavoratore grazie ai prezzi più elevati e ai livelli più elevati di sostegno dell'UE, derivanti principalmente dalla PAC.

La crescita delle vendite biologiche è stata particolarmente forte durante la pandemia di COVID-19, ma gli attuali sviluppi economici, come l'inflazione alimentare, stanno incidendo sul potere d'acquisto dei consumatori dell'UE e di conseguenza sulla domanda di prodotti biologici.

2. IL MONDO DELL'IMPORT-EXPORT

UE: IL COMMISSARIO DOMBROVSKIS PRESENTA ALLA COMMISSIONE INTA LE PRIORITÀ DELLA POLITICA COMMERCIALE PER IL 2023

(25/01/23) La commissione per il commercio internazionale del Parlamento europeo (INTA) si è riunita il 23 e 24 gennaio scorsi. Il commissario per il commercio e vicepresidente della Commissione Dombrovskis ha presentato agli eurodeputati le priorità della politica commerciale per il 2023. La UE deve diversificarsi e costruire nuovi legami commerciali, per esempio per alcune materie prime essenziali la UE si rivolgerà sempre più a nuovi partner, come il Kazakistan e l'Ucraina.



Inoltre, Dombrovskis prevede che la liberalizzazione tariffaria applicata alle importazioni in UE di merci ucraine sarà estesa oltre giugno, mese di scadenza dell'attuale accordo.

Per quanto riguarda il Mercosur, la Commissione ritiene possibile un'evoluzione dei negoziati dopo l'elezione del nuovo governo brasiliano alla fine del 2022. Gli Stati membri saranno consultati nei prossimi mesi sulle proposte di disposizioni sulla sostenibilità da inserire nell'accordo finale con il Mercosur.

Per quanto riguarda il tanto discusso e dibattuto *Inflation Reduction Act* statunitense, il Commissario è favorevole a rispondere in modo 'europeo' e non con ritorsioni dirette attraverso l'adozione di misure analoghe.

POLONIA: LA DINAMICA DI CRESCITA DEI PREZZI DEI GENERI ALIMENTARI NEL 2022

(24/01/23) Secondo l'analisi ciclica dei prezzi al dettaglio elaborata dall'agenzia di ricerche UCE Research e WSB Universities risulta che nel 2022 i prezzi dei generi alimentari in Polonia sono aumentati mediamente del +19,1% rispetto all'anno precedente. Il rapporto ha confrontato quasi 570 mila prezzi al dettaglio da quasi 41 mila punti vendita appartenenti a 64 catene di negozi. L'analisi copre tutte le tipologie di vendita al dettaglio: ipermercati, supermercati, discount, minimarket e catene di cash and carry operanti in Polonia.



Tutte le dodici categorie merceologiche analizzate hanno registrato un aumento dei prezzi a doppia cifra; tra queste vi sono grassi e olii +47,2%, prodotti sfusi (farina, riso, zucchero, pasta, sale, etc.) +27,4%, carne +25,5%, latticini +22,4%. I singoli prodotti con la maggiore crescita del prezzo sono stati: olio +51,7%, margarina +48,1%, zucchero +47,4%, burro +40,9%.

[Da ICE]

CLIMA E SOSTENIBILITÀ PER LA NUOVA POLITICA AGRICOLA CANADESE

(25/01/23) Il piano quinquennale (2018-2023) Canadese di investimenti pubblici in agricoltura, *Canadian Agricultural Partnership*, stanziava 3 miliardi di dollari per rafforzare e far crescere il settore agricolo e agroalimentare. Il prossimo piano che sarà attuato dal 1° aprile 2023, accanto a priorità tradizionali come la competitività, l'innovazione ed il commercio internazionale, metterà in primo piano gli interventi per cambiamento climatico ed ambientale, prevedendo una maggiore partecipazione delle popolazioni indigene, delle donne e dei giovani.

Il Canada è riconosciuto come leader mondiale nell'agricoltura e nella produzione agroalimentare sostenibile e si proietta verso il 2028 partendo da una solida base di Province e di Territori al fine di affrontare la sfida del cambiamento climatico ed espandersi su nuovi mercati, soddisfacendo le aspettative dei consumatori.

Per questo sono state individuate cinque priorità:

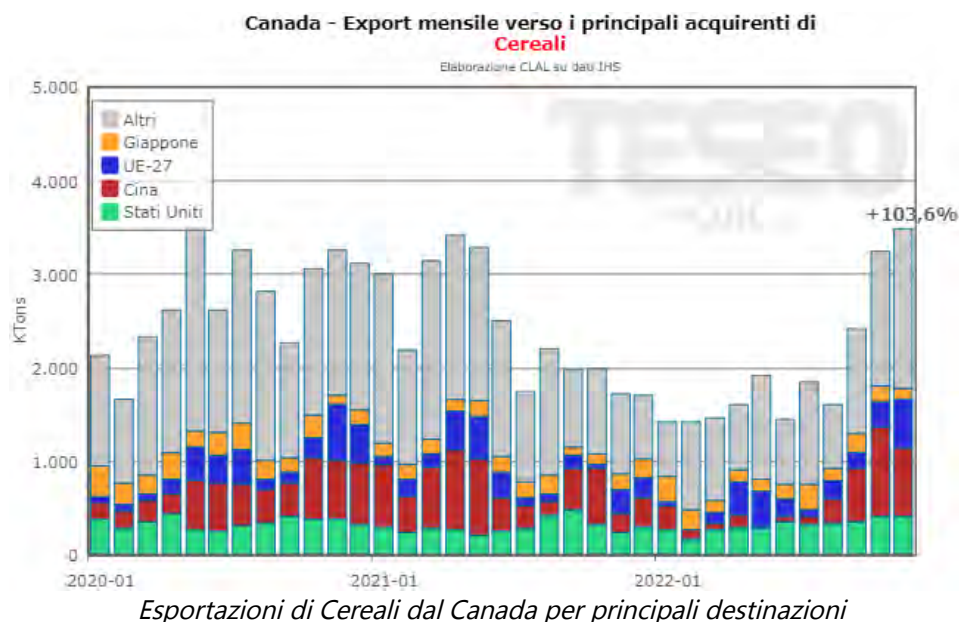
- affrontare il cambiamento climatico e la protezione dell'ambiente per sostenere la riduzione delle emissioni di gas serra e la vitalità a lungo termine del settore;
- investimenti continui e mirati in campo scientifico, nella ricerca e nell'innovazione;
- promuovere l'agricoltura sostenibile e la crescita economica creando le condizioni affinché le imprese possano affrontare la competitività sui mercati;
- sviluppare il potenziale di valore aggiunto dell'agroalimentare;
- migliorare la resilienza per anticipare, mitigare e rispondere ai rischi.

Con uno stanziamento di 500 milioni di dollari di nuovi fondi, che rappresentano un aumento del 25%, si intende migliorare la sostenibilità economica attuando specifici programmi di gestione del rischio d'impresa (BRM), tra cui l'aumento del tasso di compensazione dal 70% all'80% di *AgriStability*, il programma che protegge i produttori canadesi da forti diminuzioni del reddito agricolo per motivi quali perdite di produzione, aumento dei costi e condizioni di mercato sfavorevoli.

250 milioni di dollari andranno al programma *Resilient Agricultural Landscape* per sostenere i beni ed i servizi ecologici forniti dal settore agricolo per accrescere la sequestrazione del carbonio ed attuare interventi di adattamento ai cambiamenti climatici. Fra gli obiettivi di sostenibilità ambientale, è prevista in particolare la riduzione di 3-5 milioni di tonnellate nelle emissioni di gas serra.

Agricoltura ed agroalimentare continuano ad essere un motore economico che traina l'economia canadese, contribuendo per quasi 135 miliardi di dollari al PIL nazionale e garantendo più di 2 milioni di posti di lavoro (1 posto di lavoro su 9).

Le esportazioni di prodotti agricoli ed agroalimentari continuano a crescere, con un valore di oltre 82 miliardi di dollari nel 2021, rispetto ai 74 miliardi del 2020.



[Da Clal - Fonte: Government of Canada]

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

NUOVI TESTI NORMATIVI

(27/01/23) Nell'ultima settimana sono stati pubblicati i seguenti testi normativi:

[DECRETO 9 gennaio 2023](#) – Conferma dell'incarico al Consorzio tutela del Formaggio Raschera DOP a svolgere le funzioni di cui all'articolo 53 della legge 24 aprile 1998, n. 128, come modificato dall'art. 14, comma 15, della legge 21 dicembre 1999, n. 526 per la DOP «Raschera». (23A00255) (GU n.17 del 21-1-2023)



[DECRETO 9 gennaio 2023](#) – Conferma dell'incarico al Consorzio tutela Formaggio Bra DOP a svolgere le funzioni di cui all'articolo 53 della legge 24 aprile 1998, n. 128, come modificato dall'art. 14, comma 15, della legge 21 dicembre 1999, n. 526 per la DOP «Bra». (23A00256) (GU n.17 del 21-1-2023)

PARMIGIANO REGGIANO: IN ITALIA VENDITE A +3,6%, NEL 2022. ATTESO PER IL 2023 UN ECCESSO DI DOMANDA RISPETTO ALLA PRODUZIONE

(20/01/23) Le vendite a volume di Parmigiano Reggiano hanno segnato un +3% totale nel 2022 (138.364 tonnellate vs 134.367 nel 2021), con una crescita del 3,6% in Italia (60.035 tonnellate vs 57.969) e un +1,7% all'estero (59.375 tonnellate vs 58.398). Dopo aver chiuso un 2021 positivo, con un giro

d'affari al consumo pari a 2,7 miliardi di euro, nel 2022 proseguono dunque le buone performance della Dop.

Segno che le aziende del Consorzio hanno reagito bene alla pandemia, alle incognite legate alla crisi geopolitica, al caro energia e alla riduzione del potere di acquisto delle famiglie in alcuni mercati.

[Straordinari i risultati dei consumi domestici nel mercato Italia nell'ultimo bimestre](#), il più importante dell'anno nella categoria, che registra una crescita di Parmigiano Reggiano del 10,3% e la conquista di quota di mercato nelle famiglie italiane.



“Nonostante le preoccupazioni per le difficoltà che stanno affrontando le famiglie per l'aumento dei prezzi e per il caro energia, il 2022 è stato un anno positivo per il Consorzio”, ha commentato Nicola Bertinelli, presidente del [Consorzio](#) Parmigiano Reggiano. “Le vendite a volume hanno registrato un +3% sul 2021, con una crescita importante del +3,6% nel mercato italiano. Questi risultati sono merito sia del grande impegno che tutta la filiera sta portando avanti, sia della fedeltà che i consumatori continuano a dimostrare ai valori della nostra Dop. Il Consorzio sta lavorando con gli operatori e le catene distributive per sostenere questi consumi anche nel corso dei primi mesi del 2023, per far sì che sulle tavole di tutti gli italiani non manchi mai quello che non è solo un formaggio, ma un simbolo della nostra cultura. Nella seconda parte dell'anno dovremo anche considerare che la produzione totale del 2022 ha registrato, per le conseguenze della variazione del clima e dell'inatteso picco del prezzo del latte spot, una contrazione del 2,2% che potrebbe determinare un eccesso di domanda”.

[Da www.insiderdairy.com]

4. FIERE ED EVENTI

WEBINAR “E-COMMERCE DAL PUNTO DI VISTA DOGANALE” – 16 FEBBRAIO 2023

(27/01/23) Il 16 febbraio dalle 10:00 alle 12:00 p.v. AICE organizza il webinar “E-commerce dal punto di vista doganale”.

E-commerce e dogana sono argomenti che sviluppano peculiarità su entrambi i fronti: dal punto di vista dell'e-commerce, il rapporto con i Paesi extra-UE termina specificità inesistenti nel commercio on-line nazionale e unionale; dal punto di vista doganale, l'e-commerce ha apportato nuove procedure doganali tipizzate volte a rendere più fluido e sicuro lo scambio commerciale.



L'incontro webinar guarderà all'e-commerce internazionale con questa duplice attenzione, per fornire all'azienda gli elementi pratici che sussistono nel rapportarsi con i mercati extra-UE e che si sono ultimamente invece sviluppati accanto allo strumento digitale in relazioni B2C, B2B e anche B2B2C e in presenza di nuove realtà come le piattaforme commerciali.

Il programma segue le fasi commerciali dell'azienda per definire le dovute attenzioni agli elementi di conformità ma anche di vantaggio competitivo. Chi ha l'onere di svolgere le formalità doganali, quali esse siano, come sono assolti i tributi doganali e quanto aumento determinano sul prezzo effettivo del bene, la possibilità di facilitare gli adempimenti tramite l'intermediazione della piattaforma commerciale, le opportunità per contenere i prezzi dei propri prodotti sui mercati esteri: questi alcuni argomenti che saranno trattati.

La partecipazione è gratuita previa compilazione del [form di iscrizione](#).



Le news di “FORMAGGI&CONSUMI”

Arborea-ShopFully, rinnovata la partnership per incentivare gli acquisti in negozio

Milano, Lunedì 23 gennaio - Milano – Arborea, realtà sarda specializzata nel settore lattiero e caseario, ha stipulato per il terzo anno consecutivo una partnership con ShopFully, tech company italiana leader europeo nel *drive to store* che connette il consumatore ai negozi fisici intorno a lui. Obiettivi della collaborazione: promuovere lo yogurt Ayo e incentivarne gli acquisti in negozio. Grazie all'utilizzo dell'intelligenza artificiale, Arborea è riuscita ad entrare in contatto con i consumatori lungo tutte le fasi del processo di acquisto, dalla ricerca online fino all'acquisto in negozio. Sfruttando questa tecnologia, le visite nei negozi coinvolti nella campagna sono aumentate del +11,5%. Inoltre, sono state mandate più di 10.000 notifiche *push* ai consumatori che si trovavano all'interno dei punti vendita per incentivare l'acquisto. “Siamo soddisfatti di aver rinnovato la nostra partnership con ShopFully”, commenta Stefano Reali, direttore marketing di Arborea. “Dal 2020 portiamo avanti insieme questa collaborazione che ci ha permesso di raggiungere gli obiettivi prefissati, impiegando tecnologie innovative”.

Granarolo lancia le bottiglie di latte con tappo 'ancorato'

Bologna, Martedì 24 gennaio - Granarolo lancia il nuovo tappo ancorato alle bottiglie, che sono state alleggerite, riducendo la grammatura del collo della preforma e del tappo stesso. Il nuovo tappo anticipa una direttiva europea che entrerà in vigore a partire dal 2024. E punta all'obiettivo di ridurre il peso degli imballaggi primari e secondari, ora realizzati con il 30% di plastica in meno. La novità di applicherà alle bottiglie del latte pastorizzato a temperatura elevata Granarolo in tutti i formati (1 l, 500 ml, 1,5 l), alle bottigliette di Kefir 500 ml, al latte per l'infanzia Latte Crescita 3 e Granarolo Bimbi 500 ml. Saranno così prodotte 7,3 milioni di confezioni di latte al mese, cioè oltre 85 milioni di confezioni all'anno con il nuovo tappo (-30% di plastica) e una preforma alleggerita (-13% di plastica). Oltre ai nuovi tappi per latte e kefir, Granarolo ha convertito i vasetti di yogurt Yomo da plastica a carta, diminuendo ulteriormente il proprio impatto ambientale. Considerando tutti i nuovi formati adottati, Granarolo prevede di risparmiare oltre 355mila kg di plastica in un anno: si tratta di 537 ton di CO2 eq pari all'illuminazione annua di un paese di 7.760 abitanti. La nuova bottiglia Granarolo con tappo ancorato ha ottenuto l'Adi Packaging Design Award, che si è svolto in occasione di Marca, svoltasi il 18 e 19 gennaio.

Newlat, il fatturato preliminare consolidato 2022 raggiunge i 730 milioni di euro

Reggio Emilia, Lunedì 23 gennaio - Il fatturato preliminare consolidato 2022 di Newlat ha raggiunto i

730 milioni di euro. Si tratta di una crescita del 17% organico su base annua rispetto ai 625 milioni di euro riportati a fine esercizio 2021 e del 128% rispetto all'esercizio 2019, in cui il fatturato era pari a 320 milioni di euro, anno della quotazione nel segmento Star di Borsa Italiana. Il dato è stato annunciato da Newlat stessa attraverso una nota. Ed è il risultato di un trend di volumi, già annunciato alla fine dei primi nove mesi di attività e che è andato rafforzandosi nel corso del quarto trimestre. Newlat Food ha inoltre adottato politiche di aumento dei prezzi per affrontare l'eccezionale ondata inflattiva.

Sottoscritta un'intesa tra L'Antica Cascina e Sicla

Faenza (Ra), Martedì 24 gennaio - L'Antica Cascina, caseificio forlivese specializzato nella produzione di pecorini, tra cui il Vero Formaggio Scoparolo, ha sottoscritto un'intesa con il caseificio Sicla, centro di raccolta latte, produttore di latte e di formaggi vaccini tipici della zona di Faenza. In questo modo, viene garantito un futuro alla realtà faentina. "Questa importante operazione permetterà la creazione di un polo caseario romagnolo che potrà garantire una maggiore efficienza nella produzione e contrastare la costante pressione dei rincari che negli ultimi mesi hanno inciso pesantemente sulla quotidianità di ciascun cittadino, oltre che sulle imprese", dichiara Gazzoni Gian Luca, Ceo di Antica Cascina.

Pugliese lascia Conad: voci, conferme, smentite

Milano, Martedì 24 gennaio - Lo riporta oggi Il Sole 24 Ore, con un pezzo a firma Giorgio dell'Orefice: con l'assemblea dei soci di maggio dovrebbe giungere a termine il mandato di Francesco Pugliese alla guida del Gruppo Conad. Carica che ricopre dal 2004, quindi da quasi 20 anni. Al suo posto, si legge, alcune candidature tra cui quella dell'attuale presidente di Legacoop, Mauro Lusetti. "Manca l'accordo sull'uscita, le discussioni sono ancora in corso", sottolinea il quotidiano finanziario. Che definisce quella di Pugliese in Conad una "brillante storia di successo". In due decenni ha portato il Consorzio nazionale dettaglianti a raddoppiare il giro d'affari (da 8 a 18,5 miliardi di euro) e a essere la prima insegna della Gdo italiana per quote di mercato. Tra i momenti che hanno segnato la sua carriera nel Gruppo: il processo d'integrazione delle cooperative che compongono Conad (passate da 8 a 4); la forte crescita della Mdd, che oggi vanta una quota del 30%; la fusione per incorporazione di Auchan Italia e la conseguente nascita di Margherita srl, di cui Conad è azionista al 51% (il restante 49% è dell'immobiliarista Raffaele Mincione). Diventato presidente del Gruppo, a fine 2021 Pugliese è stato nominato anche alla vicepresidenza di Confcommercio. A confermare la notizia Cristina Lazzati, direttrice di Mark Up e Gdo Week, in un articolo intitolato 'Francesco Pugliese lascia, Conad al bivio'. Il bivio, secondo Lazzati, è la scelta tra un altro manager 'forte', come Pugliese, o un esponente più vicino al mondo politico. Nel frattempo, voci solitamente ben informate interne a Conad sottolineano che la decisione verrà presa in occasione della prossima assemblea dei soci di maggio.

Esselunga picchia duro con gli sconti: un buono da 18 euro su una spesa da 90

Limite di Pioltello (Mi), Giovedì 26 gennaio - Tempi duri per la distribuzione moderna: l'inflazione continua a mordere e la diaspora verso i discount prosegue inesorabile. Se poi, come nel caso di Esselunga, sulle spalle c'è anche la nota campagna contro il carovita e una concorrenza agguerrita, le cose si complicano. Sarà forse per questo che da inizio anno si stanno moltiplicando i buoni sconto personalizzati: da notare in particolare la campagna 'Uno, due, tre: un altro buono per te!'. Per tre settimane consecutive (il più recente scade il 29 gennaio) è stato inviato ad alcuni clienti un buono di 18 euro per una spesa di almeno 90 euro. Ormai da anni, in Lombardia, la catena fondata da Bernardo Caprotti sente il fiato sul collo di Iperal e Tigros. E dunque tenta di recuperare clienti poco fedeli. È una mossa che funzionerà?

*PREZZI
AGRICOLI*

A cura di: Emanuela Denti

MILANO - Rilevazione 23 Gennaio 2023

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.

			16/01/2023	23/01/2023	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	13,10- 13,65	-0,10/-0,10
10	stagionatura da 24 mesi e oltre	Kg	12,45 – 13,00	12,35 – 12,90	-0,10/-0,10
21	stagionatura di 18 mesi e oltre	Kg	11,80 – 12,05	11,70 – 11,95	-0,10/-0,10
22	stagionatura minima di 12 mesi per lotto/lotti da produttore	Kg	10,45 – 10,75	10,35 – 10,65	-0,10/-0,10
28	grana padano (scelto 01): per frazione di partita: riserva 20 mesi e oltre	Kg	10,45 – 10,60	10,45 – 10,60	
29	stagionatura di 16 mesi e oltre	Kg	10,00 – 10,35	10,00 – 10,35	
40	stagionatura di 9 mesi da produttore	Kg	9,35 – 9,50	9,35 – 9,50	
41	stagionatura 60-90 gg. fuori sale	Kg	8,05 – 8,10	8,05 – 8,10	
50	provolone valpadana: fino a 3 mesi di stagionatura	Kg	7,55 – 7,70	7,55 – 7,70	
60	oltre 3 mesi di stagionatura	Kg	7,80 – 8,05	7,80 – 8,05	
65	pecorino romano: stagionatura di 5 mesi e oltre da produttore	Kg	13,55 – 13,85	13,70 – 14,00	+0,15/+0,15
70	asiago: d'allevato con stagionatura minima 90 gg.	Kg	8,70 – 9,00	8,70 – 9,00	
80	pressato fresco	Kg	7,60 – 7,90	7,60 – 7,90	
90	gorgonzola: maturo dolce	Kg	7,25 – 7,55	7,25 – 7,55	
100	maturo piccante	Kg	8,25 – 8,55	8,25 – 8,55	
110	Italico: prodotto fresco	Kg	5,85 – 5,95	5,85 – 5,95	
120	prodotto maturo	Kg	6,65 – 6,95	6,65 – 6,95	
140	taleggio: prodotto fresco fuori sale	Kg	6,35 – 6,55	6,35 – 6,55	
150	prodotto maturo	Kg	7,10 – 7,50	7,10 – 7,50	
160	quartiolo lombardo	Kg	6,60 – 6,80	6,60 – 6,80	
170	crescenza matura	Kg	5,70 – 5,95	5,70 – 5,95	
180	mozzarella di latte vaccino confezione (125 gr. Circa)	Kg	6,05 – 6,15	6,05 – 6,15	
190	mascarpone	Kg	5,45 – 5,70	5,25 – 5,50	-0,20/-0,20
191	siero di latte raffreddato per uso industriale	1000 Kg	14,00 – 15,50	12,50 – 14,00	-1,50/-1,50
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

			16/01/2023	23/01/2023	VAR.
BURRO E CREMA DI LATTE		U.M.	Euro	Euro	
11	burro pastorizzato (al netto dei premi quali quantitativi, oneri trasporti, provvigioni)	Kg	3,05	2,85	-0,20
20	burro prodotto con crema di latte sottoposta a centrifugazione e pastorizzazione (secondo Regolamento UE n. 1308/2013)	Kg	4,70	4,50	-0,20
30	burro di centrifuga	Kg	4,85	4,65	-0,20
32	zangolato di creme fresche per la burrificazione (al netto dei premi quali quantitativi, oneri trasporti, provvigioni)	Kg	2,85	2,65	-0,20
40	crema di latte (40% di sostanza grassa)	Kg	2,18	2,00	-0,18
41	crema da latte italiano (40% di sostanza grassa)	Kg	2,28	2,12	-0,16

Franco arrivo latterie del Nord Italia comprensivo di qualità e pagamento secondo articolo 62 Decreto Legge n.1/2012

			16/01/2023	23/01/2023	VAR.
LATTE SPOT E PRODOTTI CASEARI		U.M.	Euro	Euro	
	latte spot				
10	latte nazionale crudo	1000 Kg	525 - 550	515 - 525	-10/-25
	latte estero pastorizzato 3,6% di grasso peso volume f.co arrivo pagamento 60 gg. IVA escl.				
11	latte bovino biologico	1000 Kg	615 - 630	610 - 620	-5/-10
21	francese	1000 Kg	435 - 445	410 - 425	-25/-20
22	tedesco	1000 Kg	450 - 460	425 - 440	-25/-20
25	latte estero scremato 0,03	1000 Kg	195 – 205	195 – 205	

BORSA MERCI DI MODENA - Rilevazioni di Lunedì 23 Gennaio 2023-

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.		2,45	-0,15	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.	11,10	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.	10,65	10,85	=	Prezzo franco magazzino venditore. Note: Adeguamento tecnico del prezzo

BORSA MERCI DI NOVARA - Rilevazioni di Lunedì 23 Gennaio 2023 -

Franco caseificio, merce nuda, contenuto dei grassi secondo la prescrizione di legge, I.V.A. esclusa al kg.

PRODOTTO		Min.	Max.	Var.
Zangolato di creme fresche per la burrificazione (prezzo medio)	€/kg	2,80	2,90	-0,30/-0,30
Burro pastorizzato (prezzo medio)	€/kg	3,00	3,05	-0,10/-0,25
Gorgonzola piccante maturo	€/kg	8,55	8,85	=
Gorgonzola dolce maturo	€/kg	7,55	7,85	=
Siero di gorgonzola freddo franco caseificio	€/1000 kg	15,00	16,00	=
Toma piemontese Dop fresca a latte intero	€/kg	6,00	6,10	=
Toma piemontese Dop fresca a latte scremato	€/kg	6,20	6,30	=

BORSA MERCI DI VERONA- Rilevazioni di Lunedì 23 Gennaio 2023 -

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.	11,00	12,00	
Per uso industriale	Ton.	15,00	16,00	-1,00/-1,00
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.	8,10	8,25	
Grana Padano DOP - Stagionato 10/12 mesi	Kg.	9,45	9,55	
Grana Padano DOP - Stagionato oltre 15 mesi	Kg.	9,90	10,20	
Grana Padano DOP - Stagionato oltre 20 mesi	Kg.	10,55	10,70	

Provolone Valpadana DOP – Merce fresca	Kg.	7,05	7,15	
Provolone Valpadana DOP – Stagionatura oltre 3 mesi	Kg.	7,25	7,35	
Monte Veronese DOP – A latte intero	Kg.	7,70	7,90	
Monte Veronese DOP – D'allevato fresco	Kg.	8,60	8,70	
Monte Veronese DOP – Mezzano	Kg.	9,15	9,25	
Monte Veronese DOP - Vecchio	Kg.	10,05	10,15	
LATTE SPOT - in cisterna - franco arrivo				
Latte Spot Nazionale crudo	Ton.	520	550	-20/-20
Latte Estero di provenienza Germania - Austria	Ton.	420	450	-30/-30
Latte Magro Pastorizzato tipo 0,03 M.G	Ton.	190	200	
Panna di centrifuga 40% M.G. (nazionale)	Ton.	2100	2200	-200/-200
Panna di centrifuga 40% M.G. (U.E.)	Ton.	2000	2100	-150/-150

BORSA MERCI DI REGGIO EMILIA - Rilevazioni di Martedì 24 Gennaio 2023 -

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	2,25	2,25	-0,20	-0,20
SIERO					
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	13,05	13,70	-0,10	-0,10
<u>Produzione minimo 24 mesi e oltre</u>	Kg	12,10	12,65	-0,10	-0,10
<u>Produzione minimo 18 mesi e oltre</u>	Kg	11,50	11,75	-0,10	-0,10
<u>Produzione minimo 15 mesi e oltre</u>	Kg	10,80	10,90	-0,10	-0,10
<u>Lotto/i di produzione minima 12 mesi e oltre (da caseificio produttore)</u>	Kg	10,60	10,70	-0,10	-0,10

BORSA MERCI DI CREMONA - Rilevazioni di Mercoledì 25 Gennaio 2023 -

PRODOTTO (kg)		MIN	MAX	Var.
Burro	Pastorizzato	3,90		-0,20
Grana Padano (scelto 01)*	Stag. di 9 mesi	9,40	9,55	=
	Stag. tra 12-15 mesi	9,60	9,85	=
	Stag. oltre 15 mesi	9,90	10,35	=
Provolone Valpadana	Dolce	7,65	7,75	=
	Piccante	7,85	8,05	=
Provolone	Stag. fino a 3 mesi	7,20	7,40	=
	Stag. oltre 5 mesi	7,45	7,75	=

* 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 Giovedì 26 Gennaio 2023

PRODOTTO (kg)		MIN	MAX	Var.
Burro	Zangolato di creme fresche	2,700		-0,200
	Mantovano pastorizzato	2,900		-0,200
	Burro mantovano fresco CEE	4,500		-0,200
Siero di latte raffreddato per uso industriale	1000 kg	10,500	12,500	-0,500/-0,500
Siero di latte per uso zootecnico	1000 kg	6,500	7,000	-0,500/-0,500
Grana Padano (1)	Stagionatura 10 mesi	9,300	9,500	=
	Stagionatura 14 mesi	9,750	10,000	=
	Stagionatura 20 mesi	10,250	10,450	=
	<u>Stagionatura tra i 60 e i 90 giorni fuori sale (con bollo provvisorio di origine del Grana Padano)</u>	8,050	8,300	=
Parmigiano Reggiano (2)	Stagionatura 12 mesi	10,450	10,700	-0,100/-0,100
	Stagionatura fino a 18 mesi	11,350	11,750	-0,100/-0,100
	Stagionatura fino a 24 mesi	12,200	12,500	-0,100/-0,100
	Stagionatura fino a 30 mesi	12,700	13,150	-0,100/-0,100

BORSA MERCI DI PARMA
- Rilevazioni di Venerdì 27 Gennaio 2023 -

DENOMINAZIONE E QUALITA'	Variazione	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%.	-0,200	2,250	
SIERO DI LATTE <u>Prezzi del 20/01/2023</u> prezzi rilevati il terzo venerdì di ogni mese (€/100 kg)			
<u>Residuato della lavorazione del formaggio grana, per uso zootecnico, franco caseificio</u>	=	1,700	1,900
<u>Raffreddato, per uso industriale, franco caseificio</u>	=	5,000	8,000
<u>FORMAGGIO PARMIGIANO-REGGIANO</u> qualità scelto 12% fra 0-1 per lotti di partita Produzione minimo 36 mesi e oltre	-0,100/-0,100	13,850	14,500
<u>FORMAGGIO PARMIGIANO-REGGIANO</u> qualità scelto 12% fra 0-1 per lotti di partita Produzione minimo 30 mesi e oltre	-0,100/-0,100	13,000	13,800
<u>FORMAGGIO PARMIGIANO-REGGIANO</u> qualità scelto 12% fra 0-1 per lotti di partita Produzione minimo 24 mesi e oltre	-0,100/-0,100	12,250	12,950
<u>FORMAGGIO PARMIGIANO-REGGIANO</u> qualità scelto 12% fra 0-1 per lotti di partita Produzione minimo 18 mesi e oltre	-0,100/-0,100	11,550	12,200
<u>FORMAGGIO PARMIGIANO-REGGIANO</u> qualità scelto 12% fra 0-1 per lotti di partita Produzione minimo 15 mesi e oltre	-0,100/-0,100	10,800	11,300
<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)	-0,100/=	10,550	10,800