

Il Parmigiano è re all'estero Meno sulle tavole italiane

Nel 2025 l'export supera il mercato interno Prezzi saliti del 20% e vendite a quattro miliardi

di **Ilaria Vesentini**

«Il 2026 sarà un anno di tenuta delle quotazioni, che restano ai massimi storici, perché i magazzini sono ancora scarichi e non ci sono stati aumenti produttivi. Anche se l'Italia è un po' in flessione, la filiera è sana e il mercato è in equilibrio». Così Riccardo Deserti, direttore generale del Consorzio Parmigiano Reggiano, delinea le prospettive del re delle Dop alla luce dei dati economici presentati ieri a Milano. Nel 2025 il giro d'affari al consumo del Parmigiano Reggiano ha raggiunto i 3,96 miliardi di euro, nuovo record per la Dop. Che, per la prima volta nella sua storia, vede le vendite all'estero superare quelle sul mercato interno: la quota export è salita al 50,5%, a fronte del 49,5% realizzato in Italia. I volumi esteri sono infatti cresciuti del 2,7%, fino a 74.980 tonnellate, mentre nel nostro Paese si è registrata una contrazione del 10%, compensata dal forte rialzo dei prezzi, che ha ridotto frequenza e pezzature d'acquisto delle famiglie italiane. Una proiezione internazionale che il Consorzio intende rafforzare nei prossimi anni, puntando a trasformare il Parmigiano Reggiano in una vera destinazione enogastrono-

mica attraverso il turismo esperienziale. Il "Progetto Turismo" è la principale novità del piano marketing 2026 da 42 milioni di euro: l'obiettivo è scalare le visite ai caseifici durante la permanenza nel territorio della Dop, per vedere la lavorazione, conoscere le aziende agricole, partecipare a degustazioni e acquistare direttamente il prodotto. Il traguardo è intercettare una quota crescente dei circa quattro milioni di visitatori che ogni anno transitano nel comprensorio, triplicando in tre anni i visitatori, da 100mila a 300mila. «I mercati su cui puntiamo anche per il 2026 restano quelli europei, Francia e Germania in primis, insieme a Belgio, Spagna, Grecia, Paesi nordici e Regno Unito. Nonostante le incertezze, confidiamo di restare in area leggermente positiva anche negli Stati Uniti, se non ci saranno nuove manovre sui dazi, già arrivati al 25%», aggiunge Deserti. Sul fronte domestico, invece, la riduzione delle promozioni e la concorrenza dei formaggi duri non Dop, spesso sostenuti dalle private label, si prevedono consumi più selettivi. Complice l'aumento a doppia cifra dei prezzi all'origine del Parmigiano: lo stagionato 12 mesi ha raggiunto una media di 13,22 euro/

kg nel 2025, con un balzo di oltre il 20% sull'anno prima, e il 24 mesi è salito a 15,59 euro/kg, +25% sul 2024. Si è così allargata la forbice rispetto al Grana Padano, passata da poco più di un euro a oltre cinque euro tra fine 2023 e inizio 2026. Un differenziale che il Consorzio vuole preservare, evitando che la spinta produttiva metta sotto pressione i margini nel medio periodo. L'assemblea generale dei consorziati, riunita due giorni fa a Parma, ha infatti approvato non solo il bilancio consuntivo 2025 (chiuso con circa 60 milioni di ricavi e un utile in crescita del 21% a 192.679 euro) ma anche un pacchetto di misure per il contenimento dell'offerta, accompagnato da un plafond fino a 15 milioni di euro per incentivare l'autoregolamentazione dei soci e dall'aumento dei contributi aggiuntivi per chi supera i limiti fissati dal piano di regolazione dell'offerta. «Abbiamo scelto di agire con tempestività per raffreddare una spinta produttiva che prosegue ininterrotta dall'agosto 2025 - spiega il presidente Nicola Bertinelli - una precondizione necessaria per garantire stabilità alle prospettive future del comparto», in un contesto di tensioni geopolitiche, possibili nuove barriere doganali e concorrenza crescente di formaggi duri a basso costo.





— Il presidente del Consorzio Nicola Bertinelli (Canio Romaniello, Imagoeconomica)