



## L'Assemblea Generale del Consorzio di Tutela aggiorna il Piano Produttivo **Grana Padano: produrre in base a consumi e prezzi**

*Zaghini: facciamo crescere la domanda prima di lavorare più forme  
Berni: la nuova strategia di marketing sta spingendo tutti i mercati*

Desenzano del Garda (BS), 24 maggio 2022 – Consumi in crescita, prezzi in decisa ripresa e produzione in linea con gli obiettivi di crescita: sono i tre obiettivi raggiunti nel 2021 dal Consorzio Tutela Grana Padano e che hanno positivamente influito anche sui risultati dei primi mesi del 2022. A confermarlo la relazione presentata dal Consiglio d'Amministrazione all'Assemblea Generale riunita al Centro Fiere di Montichiari (BS), che l'ha approvato con il 98% di consensi.

“Con il piano produttivo varato a novembre ci siamo prefissati di legare la produzione all'aumento dei consumi, che devono anticipare e giustificare il suo andamento per evitare ripercussioni negative sui prezzi – ha spiegato **Renato Zaghini, presidente del Consorzio** – Lo abbiamo deciso a vedendo l'andamento dei consumi globali nel 2021 e i numeri di fine anno ci hanno dato ragione, perché si è registrato un +2,8% in Italia, segno di stabilità e per certi versi inatteso dopo la loro vistosa crescita nel 2020. Ed anche i primi quattro mesi del 2022 confermano la tendenza, che così ha portato il mercato del Grana Padano DOP ad un andamento assai positivo. Dobbiamo tuttavia mantenere la guardia alta, per il caro energia, con il quale le aziende consorziate devono ogni giorno fare i conti”.

Prima dell'apertura dei lavori, ha portato un saluto e la benedizione ai consorziati, anche collegati in streaming, **Padre Stefano Zanolini, Abate dell'Abbazia di Chiaravalle**, dove la tradizione vuole che nel 1135 i monaci cistercensi abbiano creato la prima forma di Grana Padano.” Se si lavora con discrezione e con rispetto si lascia un'importante eredità a quelli che verranno dopo di noi - ha detto l'abate -. Vi auguro di mantenere in tutte le vostre attività la stabilità, un valore che permette di superare le situazioni più difficili”.

Il Presidente Zaghini ed il Direttore Generale Berni hanno quindi letto all'assemblea la relazione sui risultati ottenuti nel 2021 dal Piano Produttivo e sulle attività del Consorzio, approvata dall'assemblea, con alcuni provvedimenti per il 2022 per meglio allinearli con gli obiettivi.

Dati decisamente positivi sono poi arrivati dall'export, cresciuto del 7,07%, grazie alla congiuntura internazionale e alle nuove strategie ispirate e accompagnate da KPMG, il prestigioso partner strategico che il Consorzio ha coinvolto circa un anno e mezzo fa. “Questa collaborazione ci ha portato a rivisitare gli investimenti promo pubblicitari e a rivedere la struttura marketing interna – ha sottolineato **Stefano Berni, Direttore Generale del Consorzio** -, scelte che stanno favorendo l'incoraggiante momento per l'intera nostra filiera e che vedono per il 2022 investimenti per 36 milioni di euro”.

All'assemblea hanno portato il loro saluto gli ospiti, con **Sorella Emilia Scarcella, Ispettrice Nazionale del Corpo delle Infermiere Volontarie della Croce Rossa Italiana**, che ha

ringraziato il Consorzio Grana Padano da anni vicino alle missioni di pace della CRI. “Oggi siamo impegnati a Leopoli a sostegno del popolo ucraino – ha ricordato - anche con la donazione di 200mila euro fatta dal Consorzio”

A condividere le preoccupazioni e gli obiettivi contenuti nella relazione i rappresentanti di associazioni e istituzioni.

Per **Paolo Zanetti, presidente di Assolatte**, “grazie ad una grande sintonia di tutti gli imprenditori, il settore non ha ridotto l’offerta di latte, a differenza di altri paesi”, come ha ribadito **Giovanni Guarneri, presidente del settore lattiero caseario di Confcooperative FedagriPesca Lombardia**, sottolineando la carenza di latte a livello europeo, mentre **Matteo Lasagna, vice presidente nazionale di Confagricoltura**, non ha nascosto le preoccupazioni per l’ipotizzata norma europea sulle Indicazioni Geografica, alimentata a suo dire da spinte ideologiche.

**Cristiano Fini**, da pochi giorni nuovo **Presidente Nazionale CIA e al suo primo impegno ufficiale in tale veste**, ha elogiato la capacità di programmazione del Consorzio, fondamentale in un’ottica di crescita. Ci vuole però tanta prudenza per i rincari di materie prime e costi energetici – ha detto Fini -, frutto di una speculazione che impatta molto sui redditi e il future delle aziende. , **Paolo Carra, presidente di Coldiretti Lombardia**, ha sottolineato l’importanza degli investimenti pubblicitari, in particolare perché valorizzano la comunicazione con i consumatori sul tema della tutela del territorio”.

Ha chiuso gli interventi **l’assessore regionale lombardo all'Agricoltura, Alimentazione e Sistemi Verdi, Fabio Rolfi**. “Il Grana Padano si conferma portabandiera della Lombardia e dell'Italia nel mondo. Non solo per i numeri economici, ma per i valori che sa trasmettere, per la valorizzazione del lavoro degli agricoltori e di tutta la filiera, per la sostenibilità ambientale dei cicli produttivi e per la riconosciuta sicurezza alimentare che sa garantire - ha detto Rolfi - Dobbiamo fare sistema per difendere un modello produttivo che è sotto attacco da una certa visione ideologica europea che vorrebbe equiparare le emissioni degli allevamenti a quelle industriali e che vorrebbe relegare le indicazioni geografiche a questione burocratica e non agricola. Una proposta di riforma che preoccupa e che deve essere rivista. Serve poi una accelerazione sul PNRR. Ci sono le risorse ma dal ministero non sono ancora stati pubblicati i bandi. Il mondo agricolo ha bisogno di investimenti in innovazione”.

I consorziati hanno poi discusso del Disciplinare di produzione, confrontandosi in particolare sulle iniziative legate alla sostenibilità ambientale, alla salubrità di prodotto e di processo e al benessere animale. Temi che hanno visto il Grana Padano primissimo protagonista italiano in materia, come conferma il progetto LIFE TTGG, realizzato con il Politecnico di Milano, la Cattolica di Piacenza, Qualivita e il formaggio francese Comtè, che portano alla certificazione Made Green in Italy del Ministero della Transizione ecologica.

“L’Assemblea ha dunque giudicato il recente passato e se lo “coccola” – ha concluso il presidente del Consorzio di Tutela -. Al tempo stesso ha scelto di guardare con energia al futuro, mettendo a disposizione esperienza, risorse, intuizioni e tanta voglia di modernità, sempre nell’orgoglioso rispetto delle tradizioni



## Dati produttivi ed Export 2021

Il 2021 ha chiuso con una produzione complessiva di **5.234.443 forme** pari a 2.032.896 quintali, **(-0,40% rispetto al 2020)**, il **44% di formaggio marchiato esportato ed un conseguente 56% consumato in Italia**. Con **2.240.335 forme (da 37,5 kg)**, l'export 2021 fa segnare una **crescita del +7,07%**. L'Europa, con 1.862.833 forme, assorbe oltre l'83% delle esportazioni di Grana Padano DOP, con un incremento del 5,93% rispetto al 2020. La **Germania**, con una crescita del 2,83%, consolida sempre più la posizione di primo destinatario per le esportazioni di Grana Padano DOP, per un totale di 581.246 forme. Al secondo posto assoluto si conferma la **Francia** con 256.645 forme, incrementando del 8,3%, come al terzo i **Paesi del Benelux (Belgio, Olanda e Lussemburgo)**, con un incremento complessivo del 14,92% e un totale di 188.907 forme, davanti agli **Stati Uniti**, tornati a crescere del 14,54% raggiungendo un totale di 172.486 forme. La Svizzera sale al quinto posto, con 137.604 forme e un aumento del 4,44%, scavalcando il Regno Unito, che per effetto della Brexit perde l'11,17%, unico in calo tra i principali importatori, e scende a 127.567 forme. Completano la top ten Spagna, Austria, Canada e la sorprendente Svezia, che ha il primato del tasso di crescita con il 20,04%

**La produzione nel 2021 si è divisa per il 37,28% a favore delle Industrie e per il 62,72% a favore delle Cooperative.** Guardando, poi, nello specifico alle aree geografiche si evidenzia che la provincia di Mantova, con 28 caseifici, ha prodotto il 30,40% del totale annuo. Seguono: Brescia con 29 caseifici e una produzione del 22,06%, Cremona con 9 caseifici e il 17,46% e Piacenza con 20 caseifici e l'11,47%. Il Veneto, con 25 Caseifici (tenendo conto anche del latte veneto lavorato fuori Regione), ha prodotto il 15,49%.

## SEGUE TABELLA PRODUZIONI

### PRODUZIONE ANNO 2021

PRODUZIONE	TOTALE FORME	PERCENTUALE SUL TOTALE ANNUO
MANTOVA	1.591.421	30,40%
BRESCIA	1.154.546	22,06%
CREMONA	914.090	17,46%
PIACENZA	595.181	11,37%
VENETO	579.462	11,07% <b>(15,49%)*</b>
TRENTO	151.953	2,90%
BERGAMO	107.038	2,04%
LODI	85.320	1,63%
CUNEO	39.818	0,76%
PAVIA	15.614	0,30%
<b>TOTALE FORME</b>	<b>5.234.443</b>	<b>100%</b>

\*\*\* PERCENTUALE OTTENUTA CONTEGGIANDO LA PRODUZIONE OTTENUTA CON LATTE VENETO FUORI DAL VENETO