

Consorzio per la tutela del Formaggio Grana Padano



MADE IN ITALY, GRANA PADANO AMBASCIATORE DELL'ECCELLENZA A PALAZZO ONU NEW YORK

New York, 16 aprile 2015 - *“Il Grana Padano, il formaggio Dop più consumato del mondo, rafforza il proprio ruolo di ambasciatore del made in Italy vincente a livello internazionale, sbarcando al palazzo dell'ONU di New York. Un invito che ci inorgoglisce e che ci responsabilizza ulteriormente nel portare avanti la nostra mission di valorizzazione dell'eccellenza agroalimentare italiana ovunque”.*

Nicola Cesare Baldrighi, presidente del Consorzio Tutela Grana Padano, spiega così il significato della sua partecipazione all'incontro avvenuto oggi al 'palazzo di vetro' delle Nazioni Unite (New York), nell'ambito della presentazione del magazine 'Eccellenze Italiane', official partner dell'ONU durante Expo 2015 a Milano.

“Il livello qualitativo del Grana Padano - dice il presidente Baldrighi - è garantito oltre che da un disciplinare preciso e puntuale, da 10.000 controlli annui, effettuati a ogni livello, che certificano una produzione di oltre 4 milioni e mezzo di forme all'anno, delle quali più di 1,5 milioni esportate oltre confine. Il nostro miglior biglietto da visita è proprio il successo che continuiamo a ottenere tra i consumatori non solo italiani, ma internazionali. Non è un caso che l'export nel 2014 sia aumentato del 4,5%”.

“Un primato - aggiunge il presidente del Consorzio - che, anche in vista dell'Expo, deve stimolarci a fare ancora di più. Anche a New York abbiamo ribadito che è vietato dunque abbassare la guardia contro le scimmiettature e le contraffazioni che penalizzano in maniera pesante i consumatori, il made in Italy e le aziende produttrici”.

Guardando poi alle importanti tematiche del sostegno alle popolazioni più povere, **Nicola Cesare Baldrighi conclude così:** *“Occorre aiutare e sostenere coltivazioni e allevamenti, trasformazione e commercializzazione dei prodotti nei Paesi d'origine. Noi produttori di eccellenze dobbiamo portare le nostre esperienze nelle nazioni che possiedono eccellenze da far conoscere. Andiamo a condividere il nostro know how per tutelare quei prodotti e crearne una filiera nei territori. Diamo il benvenuto a chi vuole entrare sui mercati per crescere e trovare risorse, non solo economiche, per battere la fame e la povertà”.*