

PARLA IL PRESIDENTE CESARE BALDRIGHI: "LE NORME SUI GRASSI DI BRUXELLES CI PENALIZZANO, LE QUOTE LATTE CREANO PROBLEMI DI PREZZO DELLA MATERIA PRIMA, MA ANCHE NEL 2016 ABBIAMO MESSO IN CARNIERE UN AUMENTO DEL 7% DELLE VENDITE ALL'ESTERO"

Gloria Riva

Brescia

Cambiare tutto per restare uguale a se stesso. È così che il Grana Padano continua a essere il prodotto di denominazione di origine protetta - dop - più venduto al mondo. E infatti il Consorzio che ne gestisce la marchiatura e l'intera filiera si da un gran da fare tra pubblicità, ricerche, lotta alla contraffazione per preservare intatta una ricetta unica. Sfrecciando sulla A4, l'autostrada che attraversa la Pianura Padana, all'altezza di Desenzano del Garda, è impossibile non far caso alla gigantesca forma di Grana che sovrasta l'headquarter del Consorzio, la casa di 282 caseifici (di cui 129 produttori e gli altri stagionatori) che producono Grana per un valore di 1,5 miliardi di euro. E, via via che la filiera si allunga verso il consumatore finale, fra confezionatori e rivenditori il volume d'affari lievita a 2,6 miliardi di euro. Un business enorme e in crescita: «Nell'assemblea di fine aprile abbiamo tracciato le linee guida per i prossimi mesi. Due le priorità: comunicazione ed export», dice Nicola Cesare Baldrighi, presidente del Consorzio e capo della Cooperativa Plac, il quarto più grande caseificio del Consorzio Grana Padano che rappresenta 92 allevatori di Cremona.

«Il 70% dell'attività del consorzio è promozione, che assorbe il 45% degli investimenti in pubblicità. Quest'anno insisteremo soprattutto su Europa e Nord America - spiega Baldrighi - L'export vale 1,06 miliardi e nel 2016 abbiamo esportato il 38% della produzione, cioè 1 miliardo di forme di grana, segnando un miglioramento del 7% sul 2015. La Germania, da sola, vale il 10% dell'export, seguita dagli Usa, anche se alcune dichiarazioni di Trump ci preoccupano». Baldrighi si riferisce al blocco dell'accordo Ttip che, se fosse stato approvato, avrebbe garantito un surplus di esportazioni, come sta accadendo in Canada.

Del resto un certo clima di protezionismo si respira anche in Europa, dove sei multinazionali alimentari hanno proposto alla Commissione Europea di adottare il semaforo alimentare, già in uso in Gran Bretagna: il faro rosso si accenderebbe su prodotti ricchi di grasso, come olio extra vergine d'oliva, pro-

Consorzio Grana Padano "Quel semaforo della Ue attacca il made in Italy"

sciutto di Parma e, ovviamente, grana padano. «Un'assurdità che danneggerebbe il made in Italy. Addirittura una bibita gassata o una patatina risulterebbe preferibile a un prodotto genuino italiano», si scaldava Baldrighi, che promette battaglia a Bruxelles. Per altro il Consorzio ha investito moltissimo per promuovere il grana come prodotto qualitativamente favorevole alla dieta e alla salute, sostenendo filoni di ricerca, composti da un network di 600 medici da tutto il mondo, che hanno determinato come il grana sia privo di lattosio e contribuisca a ridurre l'ipertensione arteriosa.

Il sistema Grana Padano impie-

ga 40 mila persone e dà lavoro a 5 mila stalle: il 70% del latte prodotto in Val Padana, al di sopra del Po, finisce in una delle 4 milioni 860 mila forme di grana, con un margine di profitto per questi allevatori è del 15% superiore rispetto alla media nazionale. Ma da Bruxelles arrivano altri problemi ancora: «La novità dell'abolizione delle quote latte sta creando squilibrio



tra domanda e offerta. Così all'interno del Consorzio abbiamo deciso di dotarci di un nostro sistema di programmazione per ovviare all'incertezza dei prezzi», spiega il presidente.

Sostanzialmente a ogni caseificio viene assegnata una quota di produzione di latte, in base alla quale si paga al Consorzio una percentuale associativa. Chi decide di

muovere dovranno nascere ed essere allevate solo nei territori del Grana Padano e sull'etichettatura si dovrà indicare l'origine del latte usato.

Infine il capitolo sul contrasto alle frodi, soprattutto all'estero. «L'ultimo contenzioso si è chiuso poche settimane fa con un produttore di Antalya, Turchia. «Ovunque troviamo evocazione delle parole "Grana" e "Padano" - spiega Berni - In Olanda abbiamo bloccato il "Grana Padano" e sul web è un gran fiorire di attività. Abbiamo uno studio legale interno, un sistema di vigilanza. Effettuiamo 3 mila visite in punti vendita in Europa, Usa e Canada e spendiamo un milione di euro per contrastare le contraffazioni su un bilancio complessivo del Consorzio di 35 milioni di euro».



produrre più latte, dove pagare al consorzio un'extra quota che serve a sostenere i maggiori investimenti pubblicitari necessari a vendere il formaggio prodotto in più. «Alla fine di ogni anno le quote vengono riassegnate a seconda delle esigenze di ciascun caseificio», aggiunge Baldrighi. Negli ultimi dieci anni il numero delle stalle si è leggermente ridotto, ma è aumentata la dimensione media: «Notiamo l'ingresso nelle aziende di molti giovani laureati che pur conservandone la dimensione familiare, riescono a renderle più efficienti, grazie a nuove competenze», commenta il direttore del Consorzio, Stefano Berni.

L'ultima novità introdotta è un protocollo studiato dagli allevatori insieme al Consorzio sul benessere animale, in base al quale dal 2018 le

1,5

MILIARDI DI EURO

È il valore alla produzione del grana padano fatturato ogni anno, valore che sul mercato al consumo arriva a quota 2,6 miliardi di euro

282

CASEIFICI

Sono i caseifici aderenti al Consorzio (129 produttori, 153 stagionatori). Ci sono poi 130 aziende che lo confezionano e altre 30 che lo grattugiano



