

Parmigiano Reggiano, nel 2020 produzione al record storico (+4,9%)

AGROALIMENTARE

Export boom in Stati Uniti e Gran Bretagna, bene il mercato interno

Ilaria Vesentini

«Un anno sorprendente». Così esordisce il presidente del Consorzio Parmigiano Reggiano, Nicola Bertinelli, anticipando al Sole-24 Ore il bilancio del 2020 della regina tra le Dop italiane, straordinario non solo per la vivacità della crescita (+4,9% la produzione complessiva) ma per l'inattesa scalata in due mercati chiave in cui si temeva una pesante débâcle: Stati Uniti e Gran Bretagna.

Invece, nonostante i dazi di Trump, il mercato a stelle e strisce è diventato il più importante bacino oltreconfine per i 326 caseifici della Dop (assorbe il 20% dell'export complessivo, +1,9% la crescita). Così come Oltremarica la temuta etichetta a semaforo non ha penalizzato il formaggio simbolo del Made in Italy, che contiene il 30% di grassi e almeno un grammo e mezzo di sale ogni etto. Anzi la Gran Bretagna è stato il Paese con l'impennata più alta di vendite (+21,8%) ed è arrivata a pesare il 13% dell'export complessivo (dietro a Usa, Francia e Germania).

«Se all'estero abbiamo messo a segno complessivamente una crescita in volume del 10,7%, anche in Italia, che resta comunque il nostro primo mercato con il 56% delle vendite, abbiamo registrato un aumento di quasi l'8% (+7,9% ndr), un risultato insperato in un anno di pandemia e crollo dei consumi - sottolinea il presidente -. La spiegazione? Con la chiusura della ristorazione collettiva le famiglie hanno scelto di trattarsi bene a tavola e nel carrello della spesa hanno premiato la Dop per la reputazione, la qualità, la tradizione

e la sostenibilità».

13,94 milioni di forme di Parmigiano reggiano (circa 160 mila tonnellate) realizzate nel 2020 rappresentano il livello più elevato di produzione nella storia della Dop, con un giro d'affari al consumo pari a 2,35 miliardi, valore che sconta il calo delle quotazioni nel primo semestre 2020. «Negli Stati Uniti la flessione del listino, sommato al rialzo del dollaro sull'euro, ci ha permesso di calmierare l'effetto dazi lo scorso anno. Siamo invece preoccupati per i risultati 2021 - sottolinea Bertinelli - perché i prezzi all'ingrosso sono saliti a 10,3 €/kg, contro i 7,5 euro dei primi sei mesi 2020, e il dollaro si è indebolito. Così come temiamo per le vendite nel Regno Unito dopo la Brexit: la crescita del Parmigiano nel 2020 è stata drogata dalla corsa per riempire i magazzini di fronte alle incertezze sugli esiti dell'accordo con l'Ue, raggiunto al fotofinish».

Il Consorzio non è preoccupato per la tutela in sé della Dop dalle imitazioni, avendo registrato lo scorso anno Oltremarica non solo il marchio "Parmigiano Reggiano" ma anche quello "Parmesan", che potrà essere utilizzato solo per i lingotti prodotti e stagionati tra Parma e Bologna, ma per i costi di protezione. Con la Brexit viene infatti meno il principio "ex Officio", in base al quale responsabilità e costi della vigilanza su Dop e Igp fanno capo ai singoli Stati membri. «Il 2021 ci metterà davanti a una duplice prova: reggere il calo di capacità di spesa delle famiglie, man mano che diminuiranno i sostegni pubblici ai redditi - conclude Bertinelli - e affrontare maggiori costi per valorizzare e proteggere una marca sempre più internazionale». Il Consorzio ha infatti messo in pista quest'anno una campagna marketing globale da 26 milioni.

RIPRODUZIONE RISERVATA

