



## **Bilancio dei primi sette mesi del 2021 del formaggio DOP più consumato nel mondo**

### **GRANA PADANO: BENE L'EXPORT, CONSUMI SEMPRE PIÙ GREEN**

#### ***Ho.re.ca. in ripresa, ma molti ristoranti scelgono prodotti a prezzi bassi Berni: cambiano le scelte delle famiglie, si punta sulla sostenibilità***

Desenzano del Garda, 10 agosto 2021 - Meno consumi domestici per la ripresa della ristorazione, ma anche cambiamenti delle abitudini e delle richieste dei consumatori, in particolare dei più giovani, molto attenti alla sostenibilità ambientale nelle loro scelte. Sono queste le novità che il Consorzio Tutela Grana Padano legge nell'andamento del mercato nei primi sette mesi del 2021, dove si cerca una ripresa della vita nonostante il perdurare della pandemia, ma con sensibilità diverse. *“I numeri dei primi 7 mesi del 2021, pur rimanendo assai più alti che nel 2019, sono più bassi rispetto al 2020 – spiega Stefano Berni, Direttore Generale del Consorzio Grana Padano - Nel Retail che concentra gli acquisti delle famiglie italiane, registriamo un evidente segno negativo. Nell'Ho.re.ca, il canale della ristorazione outdoor, la tendenza è opposta, pur se siamo ben lontani dai livelli pre-Covid”*.

Ristoranti e bar che servono piatti sono oltre 330mila in Italia, con un fatturato annuo che prima del lockdown superava gli 83 miliardi di euro, rappresentando oltre il 35% dei consumi alimentari complessivi in Italia, ma regolato da logiche diverse rispetto agli acquisti delle famiglie. *“Il prezzo la fa “da padrone” nelle scelte della ristorazione a scontrino basso che, nei volumi di alimenti consumati, è la parte più rilevante – osserva Berni – Quindi, nel comparto dei formaggi vaccini duri da grattugia i similari superano i 50 punti di share, più del doppio del livello che hanno nelle famiglie, mentre il Grana Padano nello share della ristorazione scende ai 36 punti rispetto ai 48 che merita nelle famiglie”*. Il cliente di questo segmento di ristorazione non è però informato sul tipo di formaggio che trova nel piatto o sul tavolo. *“Per questo i produttori di Grana Padano DOP chiedono una collaborazione più intensa e regole sinergiche per informare chi pranza nei punti di ristoro – sottolinea il Direttore Generale del Consorzio – Questa trasparenza gioverà certamente ai prodotti DOP di maggior pregio, con regole produttive assai rigorose ma anche di maggior costo”*.

Buone notizie arrivano invece dall'**export**, dove la ristorazione punta con decisione ai pregiati formaggi italiani DOP, sia per tradizione e garanzie di qualità, che per i successi sportivi e non solo degli ultimi mesi che hanno fatto crescere il brand Italia. *“Da gennaio a luglio il Grana Padano DOP ha visto il 42% dei consumi all'estero ed il 58% in Italia - commenta Berni – E a questo trend si è adeguata anche la produzione, in leggero e voluto calo, ma che mantiene un adeguato ristoro per i produttori”*. L'andamento di questi mesi ha avviato una nuova tendenza nelle scelte dei consumatori, che condiziona quindi le produzioni del formaggio DOP più consumato nel mondo, con oltre 5,2 milioni di forme prodotte nel 2020. *“La pandemia ci ha fornito attenzioni e sensibilità diverse verso l'ambiente e il benessere delle persone. Quindi, a far crescere le aziende saranno la zootecnia e l'agricoltura di precisione, la sostenibilità, il rispetto e la tutela dell'ambiente, la salubrità ed il benessere animale – afferma Berni - Il Consorzio fornirà quindi gli strumenti di lettura e di indirizzo necessari, gli imprenditori sapranno interpretarli al meglio e di conseguenza ne trarranno le scelte migliori, integrate, complementari e soprattutto complete, interpretando e guidando il loro e nostro futuro”*.