



A Montichiari torna in presenza l'Assemblea Generale del Consorzio

**GRANA PADANO: 2021 IN POSITIVO.**

**CONSUMI GLOBALI +1,4% rispetto al 2020**

*Investimenti per 38 mln in promozione con il sì al Piano Produttivo 2022-2024*

*Zaghini: i consumatori si fidano di noi, ci aspetta un futuro di soddisfazioni*

Desenzano del Garda (BS), 26 Novembre 2021 – Se lo scorso anno la crisi generata dall'emergenza sanitaria ha portato maggiori consumi casalinghi a discapito del settore Ho.Re.Ca., nel 2021 Grana Padano ha recuperato le vendite fuori casa e si conferma il prodotto DOP più consumato al mondo con una netta ripresa anche del mercato estero. La ripartenza del settore ristorazione e fuori casa ha portato, come previsto, ad una diminuzione degli acquisti nel retail (-1,4% nei primi 9 mesi del 2021) in Italia e a un recupero del + 9,1% dell'Ho.Re.Ca. Tuttavia, da gennaio a ottobre 2021, **i consumi di Grana Padano hanno fatto registrare un complessivo +1,4%** grazie al +5,8% dei primi 8 mesi di export. La Germania ha registrato il +3,1%, pari al 26,5% del totale esportato. Sta correndo il Belgio che porta gli otto mesi a + 21,45% e raggiunge il 4,4% del totale, così come la Svezia che con il +18% di agosto porta gli otto mesi al 26,5% e quindi al +2,9% del totale esportato. Il periodo Gennaio - Agosto permette di stilare questa classifica per volumi nelle prime dieci posizioni: 1° Germania, 2° Francia, 3° USA, 4° Svizzera, 5° UK (unico nella top ten che cala dell'11%), 6° Spagna, 7° Belgio, 8° Paesi Bassi, 9° Austria, 10° Svezia.

Questi, in sintesi, i numeri che anticipano l'andamento 2021 del Grana Padano, commentati durante l'Assemblea Generale che quest'oggi è tornata a svolgersi in presenza alla Fiera di Montichiari (BS), nel massimo rispetto di tutte le attuali norme anti-Covid. *“Lo scenario delle vendite nel 2021 si presenta positivamente e, a fronte di una prevista riduzione dei consumi casalinghi, schizzati nel 2020 a causa del lockdown con il conseguente rallentamento della ristorazione fuori casa, quest'anno si assiste ad un recupero dei consumi italiani outdoor e ad una decisa ripresa dell'export in UE e USA – ha commentato Renato Zaghini, presidente del Consorzio di Tutela del Grana Padano - Il nostro prodotto al momento non è stato danneggiato dalla crisi, perché, come riportano alcune recenti ricerche, è percepito dal consumatore come uno dei prodotti più rassicuranti e genuini”*.

All'ordine del giorno dell'Assemblea **tre argomenti fondamentali per il comparto e il futuro del Consorzio: il Piano Produttivo 2022-2024, il nuovo Piano Strategico di Marketing e Comunicazione e le modifiche del disciplinare di produzione** finalizzato a valorizzare ulteriormente la qualità del Grana Padano e del suo latte.

*“Grazie all'adozione del nuovo Piano Produttivo 2022-2024 ad ogni caseificio richiedente verrà assegnato aggiuntivamente l'1% del proprio riferimento produttivo – ha spiegato Stefano Berni, direttore generale del Consorzio - . Questo provvedimento, unito al ripristino dell'intero riferimento produttivo dopo la decurtazione deliberata a seguito della pandemia, consentirà nel 2022 di partire con un'assegnazione complessiva della produzione di un + 2,2% rispetto al 2021. E' un aumento che, unito alla riduzione prevista del costo della contribuzione differenziata, rende il Piano anche espansivo”*.



Dopo un approfondito dibattito, il piano produttivo è stato approvato con il 96% dei consensi.

Tra le novità, di grande importanza, c'è anche l'adozione del nuovo Piano di Marketing e Comunicazione, che con un voto unanime il Consorzio ha scelto di affidare a KPMG, gruppo leader nei servizi professionali alle imprese, con l'obiettivo di potenziare i consumi, grazie ad un riposizionamento del prodotto e ad una rivisitazione delle metodologie di investimento promozionale. *“La cifra a disposizione per le attività di comunicazione sarà imponente, oltre che la più alta nella storia del Consorzio Grana Padano – **ha sottolineato il direttore** -. Ipotizziamo circa 38 milioni di euro da ripartire equamente tra Italia ed estero”.*

Il 2022 vedrà anche la modifica del disciplinare di produzione depositato a Bruxelles, che ha ottenuto il 99,85% di voti, finalizzata a valorizzare ulteriormente la qualità del formaggio e del latte delle 4.000 stalle destinate a Grana Padano, con un'ulteriore apertura ai nuovi scenari di sostenibilità di filiera e benessere animale. Tutto ciò per offrire ai consumatori un prodotto sempre più genuino e adeguato ai gusti di oggi, nel rispetto delle antiche tradizioni di un territorio e della sua gente.

L'assemblea inoltre ha ratificato per acclamazione la nomina a consigliere d'amministrazione di Paolo Brutti, presidente della Latteria Sociale Mantova.

Ai rappresentanti di produttori e stagionatori hanno portato il loro saluto Ettore Prandini, presidente nazionale di Coldiretti, il Vice presidente nazionale di Confagricoltura Matteo Lasagna, il presidente di AFIDOP Antonio Auricchio, il presidente di Assolatte Paolo Zanetti e Giovanni Guarneri, presidente della sezione latte di Confcooperative.

I lavori hanno avuto anche un significativo e commovente momento celebrativo con la consegna di un riconoscimento ad Adolfo Medeghini, storico produttore tra i fondatori del Consorzio di Tutela e per anni membro del Consiglio d'Amministrazione.

*“Non è stato facile affrontare le incertezze di questi ultimi due anni - **ha commentato il presidente Zaghini chiudendo l'Assemblea** -, ma abbiamo la convinzione che il duro lavoro e la garanzia della massima qualità del nostro prodotto, unite alla fiducia che ci stanno dimostrando i consumatori, ci condurranno fuori da questo brutto periodo e verso un futuro di soddisfazioni”.*