



Comunicato stampa

26-5-23

Il Consorzio di Tutela presenta a Milano numeri e progetti futuri come la nuova campagna social internazionale

Gorgonzola dop: condividere per crescere, puntando sui giovani

Si è svolta al Westin Palace di Milano l'Assemblea nazionale dei Soci del Consorzio per la Tutela del Formaggio Gorgonzola Dop, il tradizionale appuntamento, intitolato quest'anno "**Generazioni G: Condividere per crescere**", che vede riuniti i 39 soci del Consorzio per fare il punto su uno dei formaggi italiani più amati.

La sua storia millenaria e la presenza in piatti tradizionali e diffusissimi come il risotto o la pizza, rendono il Gorgonzola un grande classico della cucina italiana amato in tutto il mondo. Ma anche la tradizione culinaria oggi si rinnova e il Consorzio di Tutela raccoglie la sfida proponendo il Gorgonzola Dop in modi sempre nuovi e puntando su giovani e giovanissimi.

La parte pubblica dell'Assemblea, aperta ad operatori, istituzioni e stampa specializzata, è partita dai numeri di quest'anno. La produzione di Gorgonzola Dop mostra una crescita costante e raggiunge **1.760.117 forme**, ad aprile 2023, **con un incremento del +7,26%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Anche l'**export** è partito con segno positivo facendo registrare, a gennaio 2023, un **+5,2%** (fonte Clal).

Il Presidente del Consorzio **Antonio Auricchio**, dopo aver chiesto di osservare un minuto di silenzio per le vittime dell'alluvione in Emilia Romagna, ha spiegato: "*Il 2022 è stato l'anno più difficile dell'ultimo decennio con una congiuntura sfavorevole che è pesata su tutti i grandi formaggi. Sono molto orgoglioso, tuttavia, che non abbiamo ceduto sulla qualità, e mai lo faremo. L'andamento positivo di questo inizio d'anno mi fa essere più fiducioso. Certo non si può nascondere il calo di consumi che si sta ripercuotendo anche sul nostro settore. L'estero continua a darci una mano ricercando le eccellenze italiane come il Gorgonzola Dop, ma basti pensare che anche la Germania, tradizionalmente nostro primo importatore, fatica a mantenere i numeri del passato perché lì il calo dei consumi è molto forte soprattutto sul cibo. Il Gorgonzola Dop resta un ambasciatore del Made in Italy nel mondo con una presenza in ben 86 Paesi. La nostra nuova campagna internazionale punta sulla condivisione, sui social, in Italia e all'estero, e ci interessa moltissimo raggiungere giovani e giovanissimi, sempre più interessati alla cucina e alle eccellenze agroalimentari*".

Il riconoscimento del lavoro svolto dalle aziende associate è venuto anche dal **Ministro dell'Agricoltura e della Sovranità Alimentare Francesco Lollobrigida**, intervenuto con un videomessaggio. *“Ringrazio Auricchio per l’invito a questo importante evento di confronto. Purtroppo anche a causa dell’emergenza in Emilia Romagna non riesco ad essere presente, ma ci tengo a dirvi che il Governo è vicino agli imprenditori su cui si basa la crescita della nostra nazione. Il Gorgonzola è un emblema del Made in Italy, espressione profonda di una cultura millenaria radicata nel territorio. La tutela del marchio Italia è una delle sfide che questo Governo vuole vincere puntando sulla qualità, caratteristica che rende uniche sul mercato globale le nostre produzioni agroalimentari. Promozione e informazione sono fondamentali per presentare quello che ci distingue nel resto del mondo, puntando anche sui giovani. (...) E’ nostra ferma intenzione contrastare in ogni sede qualsiasi produzione che rischia di spezzare il legame millenario tra agricoltura, allevamento, produttori e trasformatori a cominciare dai prodotti sintetici. (...) Difenderemo le nostre produzioni con interventi per 250 milioni sull’innovazione tecnologica e sulle filiere più deboli, con campagne apposite e una partecipazione coordinata agli eventi fieristici mettendo in correlazione anche l’arte, la musica, il turismo per renderle ancora più visibili. Anche la campagna che stiamo conducendo per fare riconoscere nel 2025 la Cucina Italiana patrimonio immateriale dell’Unesco si basa su questi principi. Ogni tanto ci troviamo di fronte ad aggressioni da parte di sistemi di etichettatura condizionanti, come il Nutriscore, che fanno passare per veleno prodotti nobili, come il Gorgonzola Dop, che hanno garantito il nostro benessere per secoli. Siamo impegnati a contrastarli da un lato, e ad aprire nuovi mercati dall’altro”.*

Su base annua, nel 2022 la produzione di Gorgonzola Dop è stata di 5.048.311 forme con un tradizionale rallentamento nei mesi più caldi. Entrambe le regioni che costituiscono la zona d’origine del Gorgonzola Dop, hanno avuto segno negativo nella produzione rispetto al 2021: **Piemonte -2,73% (per un totale di 3.627.372 di forme) e Lombardia -7,11% (1.420.939 forme).**

La **tipologia BIO** è diminuita del 20,93% (42.225 forme) e ha rappresentato lo scorso anno lo 0,84% della produzione totale. Analoga diminuzione anche per la tipologia Piccante (-8,14%) che ha raggiunto comunque il 12,47% del totale prodotto lo scorso anno.

Per quanto riguarda i **consumi**, si confermano sopra la media gli acquirenti del Nord, soprattutto Nord-Ovest, dove ci sono registrate le maggiori quantità acquistate. I nuclei familiari composti da due persone con RA (responsabile acquisti), di 55 anni e oltre, senza figli, di classe socio-economica alta o medio-alta, mostrano la maggiore concentrazione e i livelli più alti di acquisto medio. Nei **canali d’acquisto**, è la GDO a registrare le migliori performance guadagnando più spazio in termini di volumi (55%) e valore (56,3%). Stabile, ma marginale, la percentuale dei “tradizionali specializzati (1,3%) e il canale costituito da ambulanti/mercati, secondo per importanza, si stabilizza intono al 22% di volume. Le **modalità d’acquisto** sono stabili: take-away, peso fisso e variabile al banco si dividono pressoché equamente il mercato.

L’**export** di Gorgonzola nel 2022 è aumentato dell’**1,9%, per un totale di 25.191 tons esportate** di cui 21.733 **intra-UE (+2,7%)** e le restanti 3.458 **extra-UE (-3%)**. Germania e Francia, con oltre 11,6 tonnellate rappresentano il 46,2% delle esportazioni totali di Gorgonzola Dop. La Francia registra un aumento del 2,31% mentre la Germania, segna -11,8%.

Menzioni d’onore per: Lussemburgo, 1.316 tonnellate, +199,9% e Ungheria +57,72%.

Fuori dall’Unione, con segno positivo troviamo: Giappone 29,51%, Regno Unito 4,39% e Corea del Sud 5,23%. **Sono complessivamente 86 gli Stati nel mondo dove si consuma il Gorgonzola Dop con un aumento a valore del 16,4% rispetto al 2021** (elaborazione Clal su fonte Istat).

L’Assemblea annuale dei Soci di quest’anno ha guardato al futuro e ai prossimi progetti di comunicazione del Consorzio di Tutela che parlano sempre più al pubblico giovane sottolineando la

versatilità in cucina e la valenza transgenerazionale del Gorgonzola Dop. Sul palco, oltre ad **Anita**, volto dello spot Gorgonzola Dop "*Il gusto che unisce le generazioni*", alcuni tra i più amati food influencer hanno condiviso le loro esperienze ed emozioni legate al Gorgonzola Dop. Tra i presenti **Francesco Facchinetti**, che ha raccontato la sua esperienza nella challenge in cui è stato protagonista nel ruolo di chef; **Tommaso Cassisa**, comico, cantante e conduttore televisivo, ha proposto in stile freestyle un classico a base di Gorgonzola; **Valentina Ricci** (aka "La Vale"), scrittrice e conduttrice radiofonica e **Samantha Biale**, nutrizionista e diet-coach, che ha sottolineato le proprietà nutrizionali del formaggio Gorgonzola.

La capacità di questo prodotto di unire tutte le generazioni a qualsiasi latitudine è raccontata, del resto, anche nella nuova campagna di comunicazione lanciata dal Consorzio che abbina al nuovo spot tv un'intensa attività sugli account social @gorgonzoladop e sul sito in 11 lingue. La campagna internazionale "*Il gusto che unisce le generazioni*" coinvolgerà, per i prossimi due mesi, **25 tra i più noti food creators di Francia, Spagna, Regno Unito, Germania e Svizzera**, oltre all'Italia, con un obiettivo stimato di reach organica di 874mila utenti. I talent saranno chiamati a rivisitare una ricetta tipica della tradizione gastronomica del proprio Paese utilizzando il Gorgonzola Dop.

Forte di un engagement social tra i più alti nell'ambito delle Indicazioni Geografiche italiane – con 589mila menzioni oggi su Instagram – e di un export in costante crescita, con oltre 2milioni di forme nel 2022 che rappresentano il 42% circa della produzione per un valore di oltre 178 milioni di euro, il Gorgonzola Dop è amatissimo nei Paesi oggetto della campagna. In particolare Francia e Germania realizzano da sole quasi la metà delle esportazioni, con la Francia primo Paese importatore per la prima volta dal 2012.

Tra gli intervenuti il Gen. Daniel Melis, Comandante Carabinieri Tutela Agroalimentare, il Presidente di Assolatte Paolo Zanetti, l'Ass. all'Agricoltura della Regione Lombardia Alessandro Beduschi, l'ass. all'Agricoltura Regione Piemonte Marco Protopapa e il Sindaco di Novara Alessandro Canelli, che con la loro attiva partecipazione hanno dato ancor più risalto all'evento.