



PARMIGIANO REGGIANO: NEL 2023 SUPERATO IL RECORD DEI 3 MILIARDI DI EURO AL CONSUMO. CRESCONO VENDITE TOTALI (+8,4%), ITALIA (+10,9%) ED ESTERO (+5,7%)

La produzione resta stabile (4 milioni di forme). Il prezzo medio all'ingrosso ha registrato un lieve calo (-5%) rispetto al 2022, ma è in decisa ripresa nel 2024

Milano, 26 marzo 2024 – Oggi, martedì 26 marzo, nel corso dell'annuale conferenza stampa a Palazzo Giureconsulti a Milano, il **Consorzio del Parmigiano Reggiano** ha presentato i **dati economici del 2023**. Per la Dop, si è trattato di un anno di grandi sfide: i caseifici e gli operatori commerciali hanno collocato sul mercato la produzione più alta, quella del 2021 (4,1 milioni di forme), in un contesto legato alle incertezze macroeconomiche causate dai conflitti internazionali e al trend inflattivo che ha ridotto il potere d'acquisto delle famiglie. Nonostante queste premesse, il 2023 è stato un anno positivo. Nel complesso, il **giro d'affari al consumo** ha toccato il **massimo storico di 3,05 miliardi di euro** contro i 2,9 miliardi del 2022, con un **aumento del 5%**. Risultati positivi per le **vendite totali a volume (+8,4%)**, sostenute da un **andamento positivo dell'export (+5,7%)**, e, soprattutto, delle **vendite in Italia (+10,9%)**: un exploit sorretto in modo particolare dalla convenienza relativa del Parmigiano Reggiano nei canali retail e ingrosso, dovuta a un calo delle quotazioni del prodotto stagionato e al contemporaneo aumento dei prezzi dei prodotti alternativi.

Tale tendenza ha coinvolto anche il mercato del "fresco": per il Parmigiano Reggiano 12 mesi da caseificio produttore la media annuale delle **quotazioni all'origine**, pari a **10,12 €/kg**, ha registrato nel 2023 un lieve calo del 5% rispetto alla media del 2022 (10,65 €/kg).

La **produzione** è risultata **stabile** rispetto al 2022: **4,014 milioni di forme** vs 4,002 milioni nel 2022 (**+0,3%**). Tra le **province** della zona di origine, prima per produzione è **Parma** (1.350.415 forme vs 1.357.224, -0,50%), seguita da **Reggio Emilia** (1.217.380 forme vs 1.245.159, -2,23%), **Modena** (860.971 forme vs 849.145, +1,39), **Mantova** (476.361 forme vs 455.439, +4,59) e **Bologna** (109.173 forme vs 95.303, +14,55%). Tale stabilizzazione costituisce un punto di forza per guidare il comparto verso condizioni di equilibrio negli anni di commercializzazione 2024 e 2025.

La **quota Italia** si attesta al **57%**. Per quanto riguarda i canali distributivi, la **GDO** rimane il primo (**65%**), seguita dall'**industria (17,1%)**, che beneficia della crescente popolarità dei prodotti caratterizzati dalla presenza di Parmigiano Reggiano tra gli ingredienti. Il canale **Horeca** rimane fanalino di coda, e quindi con un enorme potenziale di sviluppo, attestandosi all'**8,2%** del totale. Il restante **9,9%** è distribuito negli **altri canali di vendita**.

Le **vendite dirette** dei caseifici (per oltre l'85% in Italia, con circa 8.000 t. vendute) rappresentano il 5% delle vendite totali e hanno registrato un forte aumento (**+10,8%**)

La quota export rappresenta oggi il 43%, con una **crescita del 5,7%**. Risultati particolarmente positivi in **Spagna (+7,8%)**, **Francia (+6,9%)**, **Stati Uniti**, primo mercato estero per la Dop (**+7,7%**) e **Australia**



(+21,8%). Uniche note negative sono quelle registrate in Canada (-6,5%) e Giappone (-8,2%), rispettivamente per problemi legati alle quote e al cambio. Con **31,8 milioni di euro** investiti per **marketing, comunicazione e sviluppo dei mercati nel 2023**, Parmigiano Reggiano ha confermato il percorso avviato da alcuni anni per diventare un **vero brand globale**, pronto ad affrontare gli ostacoli posti da mercati estremamente vasti, ricchi di prodotti d'imitazione e caratterizzati da una marcata confusione al momento dell'acquisto. Il Consorzio sta lavorando assiduamente per valorizzare la distintività della Dop, fornendo al consumatore più informazioni sulle sue caratteristiche: la stagionatura, la provenienza, il processo produttivo e il gusto, tutti particolari che offrono l'opportunità di differenziarsi dai concorrenti.

La conferenza stampa, a cui hanno partecipato in veste di relatori **Nicola Bertinelli**, presidente del Consorzio, **Riccardo Deserti**, direttore del Consorzio, e **Maddalena Fossati Dondero**, direttore della *Cucina Italiana* e di *Condé Nast Traveller Italia*, è stata anche l'occasione per discutere delle **opportunità del turismo enogastronomico**. Si tratta infatti di un vero e proprio pilastro valoriale per il Consorzio, che vede nell'esperienza diretta della visita in caseificio e in magazzino il veicolo più potente per spiegare i valori e le distintività del Parmigiano Reggiano. Nel **2023**, i **visitatori totali nei caseifici** del comprensorio sono stati **170.000, in aumento del 10% sul 2022**. Di questi, **44.600** visitatori (+19% sul 2022) hanno prenotato la visita tramite il **portale dedicato sul sito del Consorzio**, di cui la **metà provenienti dall'estero**. A questi numeri contribuisce anche **Caseifici Aperti**, la manifestazione promossa dal Consorzio che due volte all'anno offre agli appassionati la possibilità di visitare i caseifici partecipanti e scoprire i segreti della lavorazione della Dop (**l'edizione di primavera 2024** è prevista per **sabato 20 e domenica 21 aprile**). I due appuntamenti del **2023** hanno infatti registrato **24.500 partecipanti**, con un **aumento del 19,5% sul 2022**. Il Consorzio ha dunque salutato con grande favore l'approvazione del **nuovo testo unico europeo sulle produzioni di qualità**, che entrerà in vigore nei prossimi mesi e rafforzerà ulteriormente il ruolo dei Consorzi nella promozione del turismo enogastronomico.

«Il 2023 è stato un anno di grandi sfide per il Parmigiano Reggiano, ma si è concluso con risultati positivi, con vendite al +8,4% ed esportazioni al +5,7%», ha dichiarato Nicola Bertinelli, presidente del Consorzio del Parmigiano Reggiano. «Nel prossimo futuro, il Consorzio dovrà sempre più investire sulla crescita nei mercati esteri, che rappresentano il futuro della nostra Dop. Ciò impone una partnership sempre più forte tra i produttori e quei commercianti che dispongono di una rete vendite e della forza per affrontare i mercati internazionali. È evidente come, in questo scenario, gli USA svolgano un ruolo fondamentale; motivo per cui siamo particolarmente preoccupati dal risultato delle elezioni di novembre, in cui rischia di prevalere una politica di protezionismo. Nel 2024 il Consorzio compie 90 anni, ma ci sentiamo più energici e proiettati al futuro che mai. Siamo attraversando un momento di forte cambiamento, in cui si profilano con chiarezza le inevitabili rivoluzioni del futuro: il tema della sostenibilità; la gestione dei costi di produzione in uno scenario di incertezze mondiali; la tutela nella dimensione globale dei mercati e degli accordi di libero scambio; le nuove sensibilità dei consumatori. Questi aspetti, centrali per il futuro della Dop e delle imprese della filiera, si manifesteranno in ambiti che dovranno essere governati o presidiati dal Consorzio, fondato il 27 luglio 1934 proprio sul principio della potenza dell'azione collettiva rispetto a quella dei singoli. Insieme fronteggeremo le sfide future».



Press Info

Benedetto Colli - Consorzio Parmigiano Reggiano – Ufficio Stampa e Relazioni Esterne
mobile +39 380 3712272; press@parmigianoreggiano.it

Fabrizio Raimondi - Consorzio Parmigiano Reggiano – Ufficio Stampa e Relazioni Esterne
mobile +39 335 389848; raimondi@parmigianoreggiano.it