

# Il Grana Padano fa rotta a Est «Pronti a conquistare Russia e Cina»

Il presidente del Consorzio: «La tutela del made in Italy va rafforzata»

**NICOLA CESARE BALDRIGHI**

**Investiamo per aumentare l'export in Germania e abbiamo iniziato campagne promozionali anche in Usa e Inghilterra**

**Achille Perego**  
MILANO

È UNA delle eccellenze del made in Italy agroalimentare. Prodotto, solo con latte di alta qualità di 5322 stalle italiane, in 130 caseifici (più 156 stagionatori) tra Lombardia, Veneto e le province di Cuneo e Piacenza e sottoposto ai rigidi controlli dell'omonimo Consorzio, il Grana Padano è un protagonista delle tavole. Non solo le nostre. Perché circa un terzo dei 4,72 milioni di forme prodotte nel 2012 (3,477 da gennaio a settembre) da un'industria che complessivamente dà lavoro a 50mila persone, per un valore di 1,457 miliardi di euro, prendono la via dell'estero. E se il trend delle vendite in Italia, causa la crisi dei consumi, è leggermente in discesa, quelle fuori confine crescono con forza. E il Consorzio punta a farle crescere ancora di più investendo in promozione sui più importanti mercati europei (dalla Germania all'Inghilterra), su grandi realtà come gli Stati Uniti e su consumatori nuovi come quelli russi o cinesi.

«Oltre a investire molto sulla penetrazione in Germania, che già assorbe l'8% dell'export, e dove abbiamo cominciato anche le campagne televisive, e in Inghilterra e Stati Uniti, abbiamo progetti promozionali interessanti per la Russia e la Cina — conferma Nicola Cesare Baldrighi, presidente del Consorzio Grana Padano — facendo da apripista alle nostre aziende per lo sviluppo delle vendite. In Russia i consumatori sono già predisposti al consumo di latticini, in Cina molto meno. Per questo è importante, oltre a far conoscere l'eccellenza del Grana Padano, destinato a una fascia medio-alta del mercato, anche uno sforzo culturale. Perché è più facile far cambiare le abitudini nell'indossare un abito che nel consumare per la prima volta un formaggio».

**Quanto è importante l'export per la produzione dei caseifici del Consorzio?**

«Fondamentale, anche perché, grazie all'aumento delle esportazioni abbiamo sopperito al trend in leggera contrazione dei consumi interni. Così, in sei anni, dal 2006 al 2012, la produzione è cresciuta complessivamente del 13%».

**Produrre troppo non rischia di far scendere i prezzi?**

«Il ruolo del Consorzio, oltre al rispetto dei disciplinari che contraddistinguono un 'Dop' come il Grana Padano e quindi tutta la vigilanza e i controlli a tutela della qualità e dei consumatori, è anche quello di garantire l'equilibrio produttivo. Il 18 dicembre il Consorzio programmerà e assegnerà i riferimenti produttivi per il prossimo anno, con un incremento rispetto al 2013 che sfiorerà il 2%. Le aziende che superano i limiti assegnati, oltre alla quota associativa base al Consorzio, devono pagare un extra in proporzione all'incremento della produzione. Anche perché ogni forma in più ha bisogno di una spinta per essere venduta ed è giusto quindi che chi la produce sostenga maggiormente i costi della promozione».

**PRODUZIONE IN CRESCITA**

**Grazie all'aumento dell'export abbiamo sopperito alla contrazione dei consumi interni**

**Si può dire che il Consorzio del Grana Padano è un'isola felice in un panorama economico italiano che sta vivendo un periodo molto difficile?**

«Direi di sì. Il prezzo per le forme con nove mesi di stagionatura è risalito in questi mesi a 7,5 euro al chilo, anche per i forti aumenti della materia prima, il latte. Una forma (38 chili) vale quasi 300 euro, una cifra in grado di remunerare la produzione. Ma soprattutto il successo del Grana Padano all'estero testimonia come sia importante valorizzare le nostre produzioni d'eccellenza. E tutelarle dai falsi made in Italy, dai Parmesan, dai Padona e dai Parano. Una tutela che non significa impedire l'importazione dei formaggi o dei prosciutti francesi o tedeschi, perché facciamo tutti parte dell'Europa e ne rispettiamo le regole, ma eliminare la zona grigia della scarsa chiarezza e della non tracciabilità degli alimenti».





Nicola Cesare  
Baldrighi,  
presidente del  
Consorzio  
Grana Padano

**LA CRISI**

**63**  
**PER CENTO**  
La percentuale di italiani che secondo Coldiretti vuole acquistare prodotti Made in Italy a Natale per aiutare l'economia

**18**  
**MILIONI**  
L'Istat stima che oltre 18 milioni di italiani sono esposti al pericolo povertà. In Europa ci precede solo la Grecia.