

# Grana Padano, l'export sale del 7%

Sarà che il marketing è ormai imprescindibile, ma il Consorzio del Grana Padano anche quest'anno ha deciso di investire in pubblicità per promuovere il proprio formaggio Dop di grande qualità. Un'opera di sensibilizzazione che costa 27 milioni di euro: a tanto ammonta la cifra approvata ieri dall'Assemblea del Consorzio che si è riunita sul Garda. Dei 27 milioni, più di un terzo sono destinati alle attività all'estero (11,5 milioni), mentre l'Italia, che rimane il primo mercato di riferimento, ha raccolto gli altri 15,5 milioni di impieghi pubblicitari. Ma se gli investimenti crescono, non sono da meno i numeri delle vendite: l'export ha fatto segnare nel 2016 un +7% che dimostra il grande interesse del formaggio Dop fuori dai confini italiani. Insieme, Germania, Stati Uniti, Canda, Svizzera, Francia, Regno Unito, ma anche Cina e

Giappone assorbono il 38% delle forme prodotte. Con il vantaggio che all'estero i margini di guadagno sono più in alti che in Italia. «Il rispetto del piano produttivo ha portato esiti positivi – ha detto ieri il presidente Nicola Baldrighi – mantenendo equilibrio tra produzione e richiesta da parte del mercato». Nel nostro Paese c'è stata una leggera contrazione delle vendite (-1,3%), compensata dall'export (+7%) e da una produzione in crescita (+1,2%). A fronte di un totale di 4 milioni e 860 mila forme, la provincia di Brescia si conferma la seconda più importante: caseifici e industrie hanno sfornato l'anno scorso un milione e 72 mila forme, in crescita dell'1,75%. In realtà, questo prodotto Dop registra un trend in costante crescita: dal '98 al 2016 la produzione di Grana in Italia è aumentata del 46%. (m.tr.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA

