

Grana Padano: nel 2022 crescono consumi ed export



Un **aumento complessivo delle vendite** di Grana Padano dop nel 2022 del 2,38%, spinto soprattutto dalla **crescita dell'export**.

Il dato, assieme a molti altri, è stato presentato nel corso della recente **assemblea generale del Consorzio di tutela**, che si è svolta al Centro Fiere di Montichiari (Brescia).

«L'anno scorso ipotizzammo un **buon riposizionamento del valore** del Grana Padano dop, ma non avevamo azzardato di raggiungere i livelli senza precedenti

toccati nel secondo semestre 2022 – ha detto Renato Zaghini, presidente del Consorzio di tutela -. Questo traguardo ha consentito una rilevante ricaduta sul territorio premiando gli sforzi degli operatori. Significativa in particolare la spinta del **grattugiato**, soprattutto all'estero, cresciuto complessivamente del 10,2%».

«Nessun settore del lattiero-caseario italiano **ha performato tanto** quanto il Grana Padano – ha spiegato il direttore generale del Consorzio, Stefano Berni – Questo ha permesso alla filiera di apportare al suo territorio un **reddito ulteriore** di circa 300 milioni di euro rispetto alle altre destinazioni del latte a vantaggio delle 50.000 persone coinvolte dal sistema, per un **valore complessivo alla produzione di 1,7 miliardi di euro**. Inoltre la **materia prima destinata a Grana Padano** ha avuto nel 2022 un **plus di valorizzazione** di circa il 20% superiore rispetto alle altre destinazioni del latte omogeneo, cioè quello prodotto da bovine alimentate anche con insilati di mais e che costituisce circa l'80% del latte vaccino prodotto in Italia».

Dall'analisi dei dati emerge che il 65,30% delle 5.212.103 forme complessivamente prodotte nel 2022 si è concentrata nella cooperazione, rispetto al 34,70% dell'industria casearia.

L'**export è salito del 6,19%** a 2.363.706 forme, con 1.960.523 forme commercializzate complessivamente in Europa, e oggi vale il 47% del totale marchiato.

Mercato leader si conferma la Germania, con una nuova crescita dell'1,33%, davanti alla Francia con un incremento dell'11,44%.

Nei **consumi nazionali**, i supermercati con il 63,4% sono il canale di vendita più significativo. Seguono i discount con il 14,9%, le superettes – punti vendita sino a 400 metri quadrati- con 11,9% e gli ipermercati con il 9,8%.