

Latticini e formaggi, esportazioni a pieni giri ma in Italia vendite giù

Al calo degli acquisti interni è seguito il rallentamento della produzione

Mi.Ca.

Se latte e formaggi italiani riusciranno a chiudere anche il 2022 con il segno più, sarà merito soltanto dell'export. Perché il caro-energia, l'aumento delle materie prime e l'inflazione stanno mettendo il freno a mano ai consumi interni, tanto che la produzione nazionale in questi ultimi mesi ha cominciato a flettere.

Oggi Milano ospita la 77esima assemblea di Assolatte e i dati che vengono presentati stamattina lanciano i primi segnali di preoccupazione per il futuro. Dall'inizio dell'anno la domanda interna si è contratta. Tra gennaio e aprile gli acquisti domestici di formaggi hanno segnato -5%: se questo numero dovesse trasferirsi sui 12 mesi, porterebbe i volumi complessivi di quest'anno sotto la soglia delle 800mila tonnellate. In calo anche le vendite di latte: del 4,2% il segmento a lunga conservazione e del 7,2% quello fresco. Come conseguenza di questi minori acquisti, anche la produzione ha scelto di rallentare: -1,1% quella dei formaggi e -4,6% quella delle creme. Solo le consegne di latte sono rimaste stabili per tutto il primo trimestre, a differenza di quanto sta succedendo in altri grandi Paesi europei come la Germania – dove sono diminuite dell'1,4% – o la Francia, dove sono calate dell'1,2 per cento.

Le buone notizie arrivano dall'export, che tiene. Nel primo trimestre dell'anno i volumi di vendite nella Ue sono cresciuti del 21 per cento. A trainare sono sempre Francia (+18%), Spagna (+38%), Polonia (+36%), Belgio, Olanda e Paesi scandinavi. Oltre l'Europa, si consolidano i mercati statunitense, canadese e cinese, ma segnali di sostanziosa ripresa arrivano anche dalle vendite nel Regno Unito (+17%) e in Giappone (+41%).

Anche nel 2021 il motore della crescita del settore caseario italiano era stato l'export: incassi sui mercati internazionali per 4,1 miliardi di euro di fatturato, di cui 3,5 miliardi legati soltanto ai formaggi, per la prima volta sopra le 500mila tonnellate vendute. Le percentuali di crescita più elevate sono state registrate dal mascarpone (+42%) e dal provolone (+20%). «Siamo fieri dei risultati raggiunti – ha detto il presidente di Assolatte, Paolo Zanetti – perché nonostante l'ondata negativa che ci ha travolto lo scorso anno la nostra produzione è cresciuta dell'1,3% con una crescita media annua del 2,3% nell'ultimo quinquennio. Il lattiero caseario ha surclassato la crescita ottenuta dall'industria alimentare nel suo insieme, che è stata in media dell'1,9%».

Nel 2021, con quasi 400mila tonnellate, la mozzarella si è confermata il formaggio italiano più prodotto, anche se altri prodotti freschi come il mascarpone e la burrata hanno mostrato buone performance di crescita. Per quanto riguarda il comparto Dop, che da solo vale la metà della produzione casearia nazionale, con il 35% dei volumi prodotti al primo posto si posiziona il Grana padano. Seguono il Parmigiano reggiano (28%), il Gorgonzola (11%), la Mozzarella di bufala campana (9%), il Pecorino romano (6%), l'Asiago (4%) e il Taleggio (2%).

Tra la fine del 2021 e l'inizio di quest'anno, sulla via dell'industria della trasformazione casearia sono comparse molte sfide. Tra i rincari più pesanti ci sono quello del gas naturale, cresciuto del 400%, e quello dei noli container, schizzati del 170%, mentre il cartone ha avuto rincari medi del 48%, la plastica del 73% e i pallet del 46 per cento. La guerra in Ucraina ha poi aggravato molte delle tensioni che agiscono sul fronte prezzi. E per la prima volta si è cominciato a parlare dei rischi di carenza e razionamento dell'energia e di alcune materie prime agricole. Un primo pesante effetto della crisi sulla filiera lattiero casearia è stato l'aumento vertiginoso del prezzo dei mangimi, che a cascata si è ripercosso sul costo di produzione del latte e sulle sue quotazioni d'acquisto.

«Nonostante queste difficoltà – ha detto Zanetti – il settore lattiero caseario ha accettato le principali sfide del futuro, quelle ambientali e della sostenibilità. È un impegno che ci vede protagonisti già da alcuni anni: abbiamo investito nel fotovoltaico e nelle fonti rinnovabili, abbiamo acquistato moderni impianti di cogenerazione, e abbiamo ridotto e ottimizzato l'uso dell'acqua e delle emissioni in atmosfera».

© RIPRODUZIONE RISERVATA