

Il Consorzio Parmigiano Reggiano ha presentato i dati economici del primo semestre 2022.

Dopo aver chiuso un 2021 da record, con un giro d'affari al consumo pari a 2,7 miliardi di euro, nel primo semestre 2022, il Consorzio ha registrato – rispetto al primo semestre 2021 – un incremento delle vendite totali pari al 2,4% (68.461 tonnellate vs 66.884 tonnellate), con un aumento dei volumi anche nei mercati internazionali che crescono dell'1,6% (29.215 tonnellate vs 28.751).

Segno positivo anche per le vendite nel mercato italiano: +2% (27.435 tonnellate vs 26.887), grazie alla ripresa del canale della ristorazione e delle vendite dirette che aumentano del 4% (8.242 tonnellate vs 8.100 tonnellate).

Le aziende del Consorzio Parmigiano Reggiano hanno quindi reagito in modo positivo alla pandemia, alle incognite legate alle incertezze della crisi geopolitica accesi con l'invasione russa del 24 febbraio, al caro energia e alla riduzione del potere di acquisto delle famiglie in alcuni mercati.

Prima nello sviluppo, la Spagna (+14,7% con 656 tonnellate vs 572 tonnellate del primo semestre 2021), bene anche Stati Uniti, primo mercato estero per la Dop Parmigiano Reggiano (+12,6% con 7.170 tonnellate vs 6.366 tonnellate) e Francia (+8,3% con 6.033 tonnellate vs 5.570).

Buoni i risultati anche Oltreoceano con il Giappone che cresce del 79,6% (445 tonnellate vs 248) e l'Australia che segna un +57,9% (290 tonnellate vs 184 tonnellate).

“Superato il periodo della pandemia con un sostanziale ‘premio’ dei consumatori, che ha dimostrato fedeltà al Parmigiano Reggiano per i valori che la Dop esprime, il 2022 mette a segno un ulteriore sviluppo con un primo semestre che segna un +2,4% di crescita a volume. Un risultato che stimolerà le nostre aziende ad affrontare il secondo semestre con energia, tenendo presente la situazione geopolitica internazionale instabile e le problematiche legate al caro energia e all'incremento dei costi delle materie prime che condizioneranno inevitabilmente anche il nostro comparto. Nel prossimo futuro punteremo molto sui mercati internazionali. Ci preoccupa la situazione economica italiana, e le difficoltà che dovranno affrontare le famiglie per l'aumento dei prezzi previsto nei prossimi mesi. Il nostro obiettivo è quello di garantire al consumatore un prezzo equo del nostro prodotto sul mercato, evitando fenomeni speculativi” ha commentato Nicola Bertinelli, presidente del Consorzio Parmigiano Reggiano.

Proprio ieri il Ministero delle Politiche Agricole ha approvato il Piano di regolazione dell'offerta del Parmigiano Reggiano DOP per il triennio 2023-2025 che entrerà in vigore il 1 gennaio 2023.

Il Piano Regolazione Offerta è uno strumento previsto dal Regolamento (UE) N. 261/2012 e ha l'obiettivo di definire le modalità di gestione dell'offerta di Parmigiano Reggiano al fine di adeguarla alla domanda.

Nel merito dei contenuti specifici, la novità più importanti sono due: consolidare, senza ulteriori aumenti, la produzione di fine 2021, prevedendo una riduzione delle riassegnazioni annuali (dal 10,0% allo 0,5%) e l'aumento degli importi di contribuzione aggiuntiva con Importo unico da 18 a 25 €/quintale e Importo Grande splafonatore da 30 a 40 €/quintale; la seconda è la generazione e distribuzione di nuove Quote Latte Parmigiano Reggiano agevolate per circa 1,8 milioni di quintali (gratuite e a prezzi agevolati) finalizzate a ridurre il livello di splafonamento, e di conseguenza di contribuzione economica aggiuntiva, per gli allevatori che rispetteranno i criteri specifici di non aumento produttivo.

Al fianco di tali interventi, la proposta introduce altri importanti novità e miglioramenti per sostenere politiche specifiche rivolte ai giovani e ai produttori di montagna, e introdurre leve di

flessibilità per gestire lo strumento in correlazione ai bisogni reali del mercato e per dare maggiore efficacia al contrasto delle eventuali crisi di mercato.

“L'obiettivo del Piano è assicurare un allineamento dell'offerta di Parmigiano Reggiano DOP alla sua domanda di mercato, partendo dal consolidamento dei punti di riferimento produttivi al fine di garantire il valore aggiunto per le imprese della filiera, mantenere inalterati gli standard qualitativi del prodotto e garantire al consumatore un prezzo di mercato adeguato” ha commentato il presidente Nicola Bertinelli.