


FORMAGGI

TREND % (yoy)
MESE DI GENNAIO
 (dal 02/01/2017 al 29/01/2017)
PROGRESSIVO 2017
 (dal 02/01/2017 al 29/01/2017)
ANNO TERMINANTE
 (dal 31/01/2016 al 01/01/2017)
 Fonte: The Nielsen Company (Italy)

Valore	Confezione
+1,3%	+1,2%
+1,3%	+1,2%
+0,2%	+1,6%

GORGONZOLA AVANTI TUTTA

Crescono produzione, consumi interni e soprattutto l'export, che vola a doppia cifra in mercati fondamentali come Francia, Spagna e Stati Uniti. Un trend molto positivo cavalcato bene dal leader Igor, che riesce a fare meglio del mercato e lancia la variante No Ogm  Domenico Apicella

La produzione aumenta, confermando un trend in atto dal 2013; i consumi interni crescono, seppur di poco, e questa è già una notizia nel comparto lattiero caseario; l'export viaggia a ottimi ritmi, consolidando i risultati messi a segno nel recente passato. Il Gorgonzola archivia il 2016 in maniera positiva e si conferma una delle Dop italiane più 'in salute'. Il racconto in numeri di quello che è accaduto nelle aree di produzione comprese tra Piemonte e Lombardia comincia con i dati diffusi dal Consorzio Gorgonzola: i 37 caseifici che rappresentano la totalità della produzione di Gorgonzola hanno realizzato **4.581.155 forme**. Una cifra cresciuta di 79.918 unità rispetto al 2015, il che significa **+1,78 per cento**. Il confronto con il biennio precedente è ancora più lusinghiero: 138mila forme in più rispetto al 2014 (+3,10%) e ben oltre 400mila a fronte del 2013 (+10% circa). La tipologia **Piccante** continua a rappresentare una nicchia con 516.363 forme prodotte nel 2016 (**11,27% sul totale**), ma anch'essa è in costante crescita. Dal 2013, infatti, quando ha raggiunto il 9% del totale, la produzione di Gorgonzola Piccante è salita all'incirca di un punto percentuale ogni anno.

Secondo aspetto: i **consumi domestici**. Le elaborazioni a fonte Clal indicano un **incremento a volume nel periodo gennaio-novembre 2016 di +1,3% a valore e +0,50% a volume**. L'esiguità della variazione non tragga in inganno, perché nello stesso periodo altri prodotti caseari di primissimo piano hanno conosciuto maggiori difficoltà. Sempre in base ai dati Clal, nei primi undici mesi dello scorso anno il Grana Padano



ha registrato nei consumi domestici una flessione del 3,3% a valore e di 1,8% in quantità; il bilancio negativo è praticamente identico per il provolone (rispettivamente -3% e -1,8%), mentre il burro ha perso il 2,9% a valore e il 2,1% a volume. Un calo che ha assunto proporzioni preoccupanti nel caso del latte fresco (-3,9% e -4,0%) e uht (-6,5% e -3,1%). A restare in territorio positivo, almeno a volume, sono stati l'Asiago (+2,3%, ma con una flessione di 1,2% a valore) e i formaggi duri non Dop, che sono cresciuti del 2,1% in quantità, a fronte però del -1,3% patito a valore.

Insomma il Gorgonzola esce bene dal confronto e, in aggiunta, raccoglie ottimi risultati all'estero. In questo caso i numeri sono a fonte Istat: nei primi nove mesi del 2016 l'export ha raggiunto **14.706 tonnellate, con un saldo positivo di +8,9%** rispetto all'analogo periodo precedente. Il controvalore è calcolato dall'Istat in più di 86,7 milioni di euro. Il primo mercato fuori dai confini nazionali si conferma la **Germania, con 4.329 tonnellate (+6%)**, segui-

ta dalla **Francia (3.168 t)** che sale del **13,47%** sempre nel periodo compreso tra il 1° gennaio e il 31 settembre 2016. Ancora migliore il trend delle vendite in **Spagna, terzo mercato per il Gorgonzola con 820 tonnellate e un balzo delle vendite del 14,34%** rispetto ai primi nove mesi del 2015. In grande ripresa gli Usa, che hanno acquistato il **41,91%** in più di Gorgonzola, per un totale superiore alle 329 tonnellate. Appare invece in leggera flessione (-1,52%) il prezzo medio del prodotto esportato nei vari paesi, attestato a 5,9 euro/kg. Da segnalare infine che **a fare meglio del mercato è il leader Igor, che ha visto la sua produzione salire del 3,27% nel 2016**, toccando il 45% di incidenza sul totale del Gorgonzola. E a crescere è anche l'offerta: **"L'ultima nostra novità è un Gorgonzola No Ogm - dichiarata a Food Fabio Leonardi, Ceo di Igor - perché realizzato con il latte di mucche alimentate con prodotti No Ogm, proveniente da dieci aziende agricole dell'alta provincia di Novara. Abbiamo avuto coraggio e successo, perché abbiamo riscontrato molto interesse per questo prodotto, anche da parte di qualche operatore estero. Inoltre il Ministero della Salute ha comunicato al Consorzio Gorgonzola che i nostri prodotti rientrano nella tipologia senza lattosio e questo è un plus in più, visto che diamo la possibilità agli intolleranti al lattosio di mangiare un grande formaggio italiano"**.

**IN NETTO AUMENTO NEL 2016
LE ESPORTAZIONI A VOLUME**

+8,9%