

Igor: un'azienda export oriented

Con una quota del mercato mondiale di gorgonzola pari al 45%, il gruppo di Cameri (No) è leader nel commercio oltreconfine della Dop. Che porta sulle tavole di 32 paesi. Grazie a due milioni di forme prodotte ogni anno.



"Il nostro è un tipico esempio di azienda export oriented. Bastano i numeri a certificarlo". Fabio Leonardi, amministratore delegato dell'azienda novarese Igor, il cui core business è la produzione e commercializzazione di gorgonzola Dop, presenta i numeri, importanti, che riguardano il business con i paesi oltreconfine: 32 paesi di destinazione, 45% di quota sul mercato mondiale e un'incidenza del 50% sul fatturato complessivo. La quota di esportazione si divide, a sua volta, in 80% di esportazione in Europa e 20% fuori dai confini europei. "In generale, tutto il settore del gorgonzola ha compiuto un balzo notevole sul fronte export", spiega Leonardi, che è anche vicepresidente del Consorzio di tutela dell'erborinato Dop. "Basti pensare che, nel 2015, si è registrata una crescita a volume di gorgonzola esportato del +12,62% sul 2014. Considerando che il trend di crescita medio degli ultimi cinque anni, per i formaggi nel loro insieme, si attestava intorno al +7%, risalta ancora di più questa ottima performance del settore gorgonzola. Crescita che anche nel 2016 non si è fermata, segnando un +8,86% sul 2015".

Il Vecchio continente

"I dati dell'export certificano risultati incredibili per i mercati classici della Vecchia Europa. Germania, Francia, Regno Unito, Spagna e Paesi Bassi sono i cinque principali paesi di esportazione di gorgonzola Dop", aggiunge Leonardi. "Mercati che molti analisti consideravano saturi e con possibilità di incrementi minimi, in realtà, crescono tutti in modo importante, vicino alla doppia cifra a volume, ogni anno. Un segnale positivo, che porta grande entusiasmo, poiché crescere nei mercati considerati maturi e con quantità importanti significa che il prodotto è apprezzato. Non solo, è veramente diventato una referenza di mass market". Ottime performance di crescita si registrano anche nell'Est Europa.

I mercati extra Ue

Anche i dati extra Ue sono positivi, con una eccezione. "Nel Nord America, con riferimento a Usa e Canada, si registrano alcuni problemi. Si tratta certamente di Paesi ad alto potenziale, per le esportazioni, con una domanda e un consumo di formaggi italiani che risulta in forte crescita, ma dove siamo penalizzati dall'italian sounding e da produttori autoctoni, che sono i veri leader di mercato". Il riferimento è anche all'accordo Ceta, che presenta alcune criticità, soprattutto rispetto all'assegnazione delle quote import.

Il caso Canada

"In Canada, le problematiche collegate all'accordo e il fatto che ancora non sia stato applicato hanno fatto registrare nel 2016, per l'intero settore del gorgonzola, un calo notevole: - 45 % sul 2015, a volume. Un dato che, confrontato al +25% del 2015 sul 2014, appare davvero allarmante. A questo si aggiunge la mancata assegnazione delle quote aggiuntive previste dall'accordo che sta rallentando gli acquisti degli importatori, eccezion fatta per il parmigiano reggiano. In Canada i principali importatori sono circa sei. Il problema è rappresentato dai produttori canadesi: Arla, Saputo e, soprattutto, la grandissima cooperativa Agropur, che hanno come obiettivo quello di accaparrarsi le licenze aggiuntive dell'accordo Ceta per controllare e limitare l'ingresso in Canada delle sempre più richieste Dop italiane". Ma complessivamente il giudizio di Leonardi sull'accordo è positivo. "Il Ceta ha diverse condizioni migliorative che, se verranno rispettate, segnano un importante traguardo per l'export dei formaggi italiani". Grazie a questo accordo, infatti, si è raggiunta la protezione assoluta della denominazione per grana padano, parmigiano reggiano e altri formaggi.

"Asiago, fontina e gorgonzola, invece, sono denominazioni considerate generiche dal Canada e continueranno, quindi, ad essere presenti sul mercato interno e ad essere vendute con lo stesso nome. Tuttavia, dovrà essere evidente, per il consumatore finale, l'indicazione della vera origine del prodotto e che si tratti di imitazioni dell'originale". Accanto alla denominazione di vendita, infatti, l'accordo prevede che vengano riportate indicazioni quali: tipo, genere, stile, imitazione, etc, eliminando così qualsiasi richiamo all'italianità e di conseguenza l'italian sounding. "Questo è un grande risultato a salvaguardia delle nostre indicazioni geografiche. Un altro importante risultato è l'aumento di 17.500 tonnellate delle quote di importazione a favore dei formaggi, da distribuire nei prossimi cinque anni. Ciò permetterà un trend favorevole di crescita delle esportazioni portando l'Italia a raggiungere traguardi importanti. Un tipo di accordo che sarebbe importante replicare, ma solo per gli Stati Uniti. Una cosa rimane certa, infatti: l'accordo Ceta non deve in alcun modo rappresentare un modello di riferimento per gli accordi di libero scambio (Fta - Free trade agreement) dell'Unione europea con paesi terzi. È importante non dimenticarlo, per la salvaguardia delle nostre indicazioni geografiche e per la tutela del nostro patrimonio culturale e produttivo".

L'accordo bilaterale con il Giappone

Ottimo, secondo Leonardi, anche le condizioni stipulate nell'accordo bilaterale Ue-Giappone, cioè l'Economic partnership agreement. "In questo caso, tra le 10 Dop italiane che godranno della tutela della denominazione di origine e dell'azzeramento dei dazi, che per certe categorie arrivano a quasi il 30% sul valore del prodotto, compare anche il gorgonzola". Un traguardo importante, ancor più se si guardano i numeri di un mercato come quello giapponese che, di anno in anno, segna trend di crescita a volume pari a circa il 7%.

La strategia del colosso di Cameri

"Per affrontare questi mercati è importante investire negli impianti produttivi. Questo per migliorare sempre la qualità del prodotto e assicurare il rispetto delle rigorosissime norme igienico-sanitarie richieste sui mercati esteri", spiega Leonardi. "Abbiamo infatti ampliato la nostra sede centrale, con un sito produttivo che si sviluppa su 50 mila metri quadrati di superficie ed è all'avanguardia dal punto di vista tecnologico, all'insegna dell'industria 4.0. Queste scelte nascono dal fatto che i compratori che arrivano da tutto il mondo non vogliono verificare solo la qualità del prodotto, ma anche l'affidabilità dell'azienda, la sua capacità di investire in nuove tecnologie e la tracciabilità massima integrata nei processi". Questo aspetto unito alla costante presenza in fiere internazionali, all'attenzione alle trattative di libero scambio, con analisi dei mercati esteri, e alle attività di digital marketing, con focus sul consumatore, rappresentano la strategia intrapresa da Igor per il continuo sviluppo dell'export di gorgonzola. "Riteniamo che in futuro per continuare la grande crescita dei nostri prodotti all'estero sia necessario fare squadra con tutti gli attori istituzionali, associativi, in primis i Consorzi di tutela, e politici, per meglio condividere e promuovere le nostre eccellenze nel mondo. Non dovremo pensare solo alla crescita, ma anche a proteggere quanto di ottimo è stato fatto in questi anni. È fondamentale partecipare a tutti i tavoli di trattativa, soprattutto quelli inerenti agli accordi di libero scambio internazionale, come il Ceta, che possono dare ulteriore spinta alla riduzione dei dazi doganali, aumentando le quote di importazione per i mercati in cui i nostri prodotti sono apprezzati e ritenuti di primaria eccellenza".

Il sito produttivo di Cameri,
in provincia di Novara



Fabio Leonardi

I NUMERI

2.000.000 forme di gorgonzola prodotte all'anno

250 le aziende agricole di Piemonte e Lombardia che producono latte per Igor

1.000 le famiglie coinvolte nella supply chain



45% la quota del gorgonzola Igor nel mercato mondiale

50% la quota export sul fatturato

32 i paesi di destinazione dell'export

LA PRODUZIONE

Confezioni in vendita:

- forma intera da 12 Kg - mezza forma da 6 Kg
- 1/8 da 1,5 Kg - 1/16 da 750 gr
- porzionato da 150 gr / 200 gr

Linee di prodotto:

- Gorgonzola Gran Riserva Leonardi La Selezione
- Gorgonzola Gran Riserva Leonardi Bordeaux
- Blu di capra
- Crumbles
- Linea inBlu - il gorgonzola cremoso in fascia premium
- Gorgonzola e mascarpone
- Linea Casa Leonardi - il gorgonzola classico
- Linea Igorcreme - il gorgonzola classico cremoso
- Linea Piccante - il gorgonzola dal gusto deciso
- Linea Biologico - il gorgonzola bio
- Linea Industria - il gorgonzola a cubetti e quello spalmabile
- Linea Petit Plateau - il gustoso assortimento dolce e piccante
- Mascarpone e ricotta - il rinomato tronchetto di gorgonzola e mascarpone
- Altri formaggi - taleggio, grana padano, provolone, fontal