

Per Grana e Parmigiano il business è all'estero



Alla 15^a edizione dell'incontro promosso da Confagricoltura Mantova, presso il Centro congressi MaMu, i vertici dei Consorzi dop Parmigiano Reggiano e Grana Padano e gli analisti del Clal hanno delineato un quadro analitico chiaro: **il mercato interno dei formaggi a pasta dura presenta dinamiche di stagnazione e l'espansione deve necessariamente orientarsi verso i mercati esteri.**

Anno da record per l'export

In base ai dati rilevati dal centro Clal, l'Italia, ha vissuto un 2025 da record per l'export di formaggi, con un **fatturato superiore ai 6 miliardi di euro**, diventando il primo esportatore dell'Unione europea nei mercati extra UE. Inoltre, gli analisti indicano nelle aree del Sud-Est asiatico, Australia, Mercosur e Messico le zone a maggior potenziale di penetrazione commerciale.



Da **sinistra** Nicola Bertinelli e Renato Zaghini, presidenti, rispettivamente, dei Consorzi del Parmigiano Reggiano e del Grana Padano

Grana Padano: produzione ed export

Per quanto riguarda il Grana Padano i dati evidenziano un 2025 caratterizzato da un picco produttivo, con una crescita del 7,4% e il superamento della soglia dei 6 milioni di forme prodotte. Tuttavia, la pianificazione per il 2026 si basa su una politica di contenimento. Infatti, il tetto produttivo è stato fissato a un massimo di +5% rispetto ai livelli del 2024, affiancato da un meccanismo di compensazione sui costi.

Con un'incidenza dell'export che si attesta al 55% dei volumi complessivi, il presidente **Renato Zaghini** ha confermato «l'esigenza di presidiare commercialmente le aree estere».

Parmigiano Reggiano: valore e posizionamento

Sul mercato domestico la riduzione del potere d'acquisto delle famiglie si è tradotta in un -10% nei volumi di vendita nel corso del 2025.

«L'Italia non sarà più il luogo dove potremo continuare a vendere e a crescere», ha precisato **Nicola Bertinelli**. La strategia della dop si concentra sulla massimizzazione del valore: l'export ha raggiunto il 50,5% delle quote, portando il giro d'affari al consumo a 3,96 miliardi di euro. Inoltre, il piano industriale per il 2026 prevede lo stanziamento di 42 milioni di euro in investimenti mirati a posizionare il formaggio come brand globale di fascia premium, svincolandolo dalle logiche di competizione sul prezzo.

Per Grana e Parmigiano il business è all'estero

di Gabriele Erba

Per leggere l'articolo completo **abbonati** a *L'Informatore Agrario*