Parmigiano Reggiano, +8,2% di vendite nel 2021

parmigiano-reggiano-cg-2010-cgf7130-b78fa0d8

Il Parmigiano Reggiano chiude il 2021 con dati positivi per quanto riguarda vendite e prezzi, il giro d'affari al consumo tocca il massimo storico di 2,7 miliardi di euro contro i 2,35 miliardi del 2020; al massimo anche il valore generato alla produzione con 1,71 miliardi di euro contro gli 1,52 miliardi del 2020.

Il 2021 è stato un **anno record anche per la produzione**, che cresce complessivamente del 3,9% rispetto all'anno precedente. I 4,09 milioni di forme (circa 163 mila tonnellate) rappresentano il livello più elevato nella storia del **Parmigiano Reggiano**. Volumi che orientano il Consorzio a puntare **sempre di più verso l'estero**: mercati di grandi opportunità di sviluppo per una produzione in continua, ma programmata, espansione. Negli ultimi quattro anni, la produzione è aumentata da 3,7 milioni di forme a 4,09 milioni di forme, registrando una crescita pari al 10,6%.

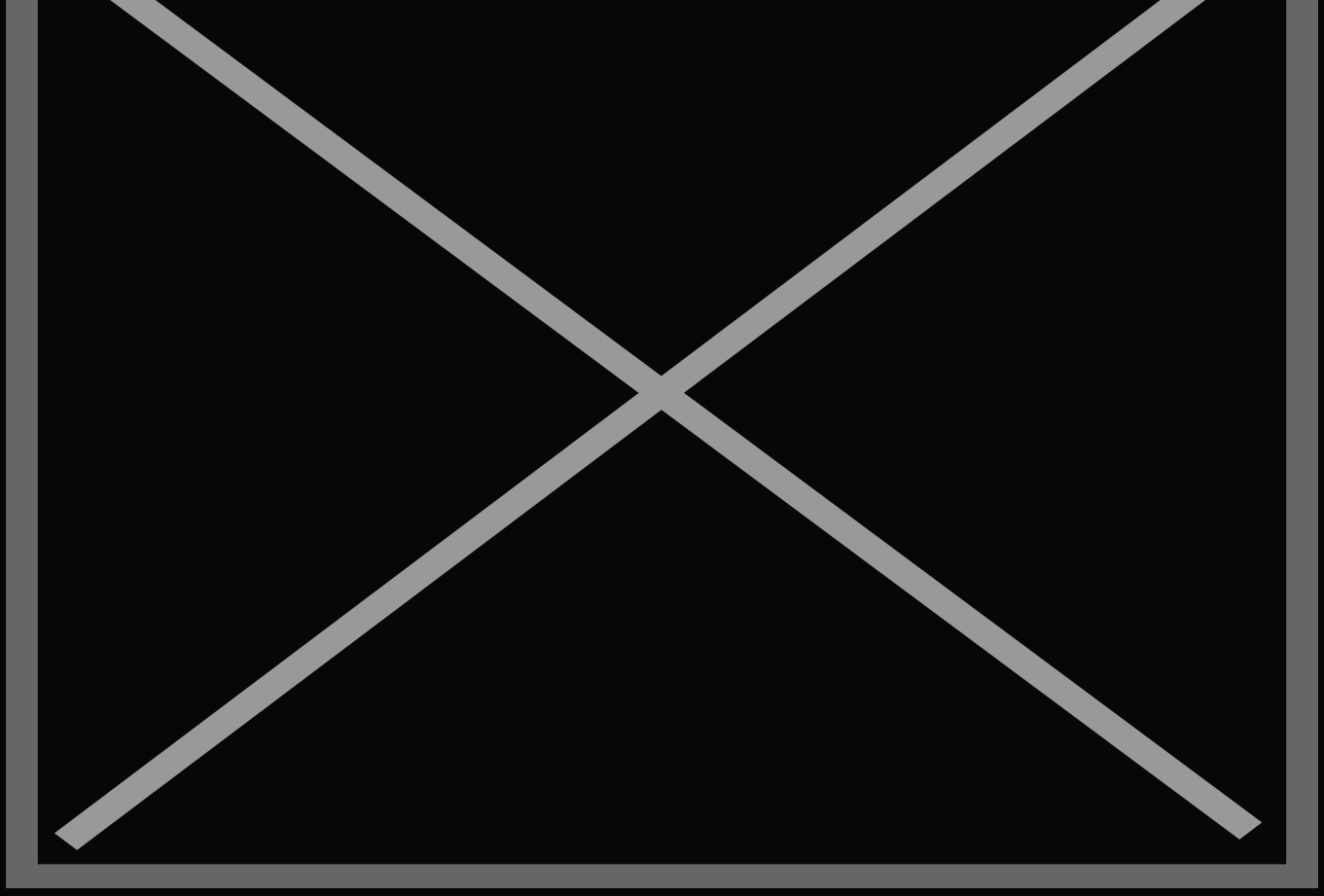


Nei mercati, il Parmigiano Reggiano ha registrato nel 2021 una **quotazione positiva e stabile**: la media annua è stata di 10,34 euro al chilo (Parmigiano Reggiano 12 mesi da caseificio produttore), con oscillazioni di prezzo contenute tra 10,25 €/kg e 10,40 €/kg. Ricordiamo che nel 2020 la media era stata di 8,57 €/kg e nel 2019, prima dell'inizio della pandemia, di 10,76 €/kg (fonte: Borsa Merci Comprensoriale di Parma).

Per quanto riguarda la distribuzione dei consumi il mercato del Parmigiano Reggiano sta diventando sempre più internazionale. L'Italia, che rappresenta **il 55% del mercato**, ha registrato un incremento dei consumi pari al +4,5% rispetto ai livelli pre-pandemia: 89.101 tonnellate nel 2021 contro le 85.258 del 2019. Il dato risulta essere in leggera flessione (-1,3%) se comparato a quello del 2020: anno straordinario in cui, a causa del primo lockdown, si registrò un boom dei consumi domestici del prodotto.

La GDA rimane **il primo canale distributivo** (51%), seguita dalle vendite dirette dei caseifici che registrano un forte aumento, e dall'industria (14%), che beneficia della crescente popolarità dei prodotti caratterizzati dalla presenza di Parmigiano Reggiano tra gli ingredienti. Il canale **Horeca rimane fanalino di coda**, e quindi enorme potenziale di sviluppo, ma recupera volumi e si attesta al 7% del totale rispetto al 2% registrato nel 2020. Il restante 8% è distribuito negli altri canali di vendita.

La **quota export** è pari al 45% (+2,9% di crescita a volume rispetto all'anno precedente). Gli Stati Uniti sono il primo mercato (21% dell'export totale), seguito da Francia (19%), Germania (17%), Regno Unito (11%) e Canada (5%). Nei mercati più importanti, le performance migliori, rispetto al 2020, sono state registrate negli **USA** (+10,4%), in **Francia** (+4,5%) e in **Canada** (+5,5%). Crescono anche la maggior parte dei mercati europei, in particolare **Svizzera** (+14,7%) e **Svezia** (+13,2%). Perde terreno il Regno Unito (-15,6%) a causa di Brexit, e la Germania (-1,9 % ma dopo una crescita importante rispetto al 2019).



“La tregua che il Covid sta dando all’Europa potrebbe preludere, secondo l’OMS, alla fine della pandemia – ha affermato **Nicola Bertinelli**, presidente del Consorzio Parmigiano Reggiano. *La nostra filiera non solo ha retto all’**onda d’urto del Covid** ma in questo anno è riuscita a espandere i consumi e a trovare la **stabilità dei prezzi alla produzione**. Ora che stiamo uscendo da questa fase, dovremo fare fronte ai riflessi di un mercato che è stato tonico ma che potrebbe manifestare - a seguito di un aumento produttivo trainato dai prezzi e dalla domanda - dei problemi di eccesso di offerta. Il piano marketing e i nuovi piani produttivi, deliberati in Assemblea a dicembre 2021, sono i due strumenti principali con i quali ci apprestiamo ad affrontare queste **sfide di breve e medio termine** per posizionare, ancora una volta, il Parmigiano Reggiano su una **traiettoria di crescita forte** e di lungo periodo”.*