

SETTORE LATTIERO-CASEARIO ITALIANO: UN BILANCIO SEMPRE PIU' DIFFICILE, TRA TRIONFI ALL'ESTERO E CRISI IN ITALIA

Assolatte: è dai mercati stranieri che le aziende lattiero-casearie italiane ottengono le maggiori soddisfazioni. L'apprezzamento per la qualità dei prodotti italiani nel mondo continua a crescere, mentre in Italia i consumi globali ristagnano.

(Milano, 13 giugno 2017) Oltre 1.500 aziende, che danno lavoro a 25.000 persone (100.000 con l'indotto). Aziende presenti in ogni parte d'Italia, legate al territorio, che raccolgono ogni giorno 36 milioni di litri di latte, ossia tutto quello prodotto nel nostro paese. Aziende che portano nei punti vendita italiani e sulle tavole di tutto il mondo i formaggi freschi e stagionati tanto apprezzati dai consumatori in quanto vere e proprie eccellenze del "made in Italy". E che assicurano ai consumatori di trovare freschi ogni giorno, sia sotto casa che nei grandi centri commerciali, latte e yogurt, burro e panna, formaggi e latticini. È questo il biglietto da visita del settore lattiero-caseario italiano, che si è presentato oggi a Milano all'appuntamento annuale con l'assemblea di **Assolatte**, che ha visto riuniti gli imprenditori del settore lattiero-caseario per fare il punto sulla situazione del Paese e del mercato.

"I primi mesi del 2017 hanno portato dei segnali di miglioramento nei macro-indicatori relativi all'economia e alla ricchezza del nostro Paese e questo fa pensare che stiamo uscendo dalla crisi con la quale abbiamo convissuto molti anni" ha esordito nel suo intervento **il presidente di Assolatte, Giuseppe Ambrosi**, confermato alla guida dell'associazione anche per il prossimo triennio.

Però è presto per tirare un sospiro di sollievo. La strada da percorrere è ancora lunga e difficile, anche perché il gap tra l'Italia e gli altri paesi si allarga in modo preoccupante. "Occorre lavorare alle vere criticità del nostro Paese, prima tra tutte la scarsa **competitività**, che è all'origine di buona parte dei nostri problemi – ha sottolineato Ambrosi – Le inefficienze del sistema paese si trasformano in costi che solo le imprese italiane devono sostenere. Costi che ci fanno essere meno competitivi dei colleghi europei, che provocano inefficienze e portano alla chiusura delle imprese. Costi che, purtroppo, stimolano la delocalizzazione".

Quel che serve, dunque, sono un'analisi completa e imparziale dei costi di ogni anello della catena produttiva e l'impegno concreto per eliminare quelli inutili. Solo in questo modo, ha sottolineato il presidente di **Assolatte**, si potrà dare una svolta alla situazione attuale e smettere di subire il mercato mondiale, con le drammatiche crisi che ciclicamente caratterizzano il settore lattiero-caseario.

Purtroppo, però, la voce degli imprenditori resta inascoltata e la politica – anziché lavorare al fianco di chi produce ricchezza – cavalca la protesta, scaricando sulle imprese colpe e responsabilità che esse non hanno, e minando le fondamenta su cui è costruito il **mercato unico europeo** in una deriva localistica e protezionistica. "Se siamo una Comunità dobbiamo avere regole comuni – ha rimarcato Ambrosi – Non possiamo essere ambigui: se diciamo 'no' alle etichette a semaforo inglesi, che agiscono da misura protezionistica, non possiamo accettare fughe in avanti su aspetti come l'etichetta di origine o su molte altre regole nate solo per proteggere il mercato italiano".

Nonostante la difficile situazione e i tanti ostacoli che incontrano sul loro cammino, le imprese lattiero-casearie e Assolatte hanno continuato a credere nel loro lavoro, a realizzare nuovi

investimenti, a creare nuovi prodotti, a migliorare processi e logistica, e a sviluppare nuovi mercati, anche molto lontani.

Un impegnativo lavoro quotidiano che ha portato il settore lattiero-caseario italiano a risultati importanti: **nel 2016 ha stabilito il nuovo record di vendite all'estero**, con esportazioni che hanno sfiorato le 390mila tonnellate per un valore che supera i 2,4 miliardi di euro. E così, nel giro solo di una decina di anni, gli imprenditori del lattiero-caseario italiano hanno cambiato i connotati del settore: il saldo commerciale dei formaggi, che fino a una decina di anni fa era negativo, è ora saldamente positivo e nel 2016 si è avvicinato ai 900 milioni di euro.

LA PRODUZIONE

Mentre in alcuni Paesi europei, negli ultimi mesi, si è registrato un certo rallentamento delle consegne di latte, in Italia la tendenza continua ad essere al rialzo: il 2016 si è chiuso con un +3,2% e con una produzione di latte vaccino arrivata a superare gli 11,5 milioni di tonnellate. Con la fine delle quote latte, infatti, gli allevamenti italiani hanno aumentato in modo sensibile le produzioni, soprattutto nelle zone a maggior vocazione. Di conseguenza, sono calate le importazioni di latte in cisterna ed è aumentato il tasso di auto-approvvisionamento delle imprese italiane.

La maggior disponibilità di materia prima si è trasferita in una crescita della produzione dei **formaggi Dop**, che nel 2016 è aumentata complessivamente del 4%, raggiungendo le 525mila tonnellate. A guidare questo trend sono stati soprattutto Grana Padano (+1,2%), Parmigiano Reggiano (+5,1%), Gorgonzola (+1,8%), Pecorino Romano (+19%) e Mozzarella di Bufala Campana (+7,0%). Sostanzialmente stabile, invece, la produzione degli altri **formaggi**, arrivati complessivamente a 705mila tonnellate.

Cala la produzione di **latte alimentare** (-2%), dei **latti fermentati** (300.000 tonnellate nel 2016), di **panna** (123.500 tonnellate) e di **burro** (95.000 tonnellate).

Alla disponibilità complessiva di prodotti lattiero-caseari contribuisce anche l'import, che nel 2016 ha visto calare del 20,2% le quantità di latte arrivate in Italia, e aumentare quelle di latti fermentati (+11,4%), yogurt (+5,3%) e formaggi (+1,6%). La Germania resta il nostro maggior fornitore di latte sfuso - quello utilizzato dalle imprese italiane per sopperire alla carenza di latte nazionale - formaggi, yogurt e latti fermentati, mentre per il latte confezionato il primato va all'Austria.

La bilancia commerciale dei formaggi, però, pende sempre di più a favore dell'Italia. Nel 2016 è ancora migliorata, chiudendo con un saldo positivo di 867 milioni di euro. Un nuovo straordinario record per il settore.

I CONSUMI

Non si registra purtroppo nessun segnale di ripresa del mercato interno, in frenata da anni.

Nel settore del **latte alimentare**, il 2016 si è chiuso con una nuova flessione del 3,1% dei volumi di vendita. La maggior riduzione ha riguardato il latte fresco, che ha perso il 6,4%. Si tratta purtroppo di una tendenza consolidata, che ha portato questo prodotto a rappresentare meno di un quarto del mercato totale del latte da bere. Il latte UHT ha mostrato performance leggermente migliori, ma certamente non soddisfacenti (-4,9%), anche perché la perdita di valore è stata di gran lunga superiore (-9%). Confermano la leggera crescita (+0,4%) i latti a shelf life prolungata, che comprendono sia i latti microfiltrati che quelli a pastorizzazione elevata. Nuovo exploit, infine, per il latte delattosato, che ha messo a segno un interessantissimo +12%. Grazie alla crescita registrata

negli ultimi anni (+55% dal 2011) questa categoria rappresenta oggi l'11,4% delle vendite complessive di latte.

Gli italiani ne riconoscono il valore nutrizionale, la versatilità e la praticità, ma ne acquistano meno che in passato: infatti anche nel 2016 i consumi domestici di **yogurt e lattici fermentati** sono diminuiti dello 0,9%, attestandosi attorno alle 487.450 tonnellate, penalizzati soprattutto dalla frenata degli yogurt tradizionali (ossia interi e light), nonostante gli importanti investimenti degli operatori in comunicazione e promozioni. Risultati positivi, invece, per i prodotti da bere, i funzionali, il "greco", i delattosati e gli yogurt biologici.

Sul fronte dei **formaggi freschi** il 2016 si è chiuso con un calo del 2,9% delle vendite di mozzarella vaccina, mentre è cresciuto il mercato della bufala (+3,3%). In aumento i consumi di ricotta (+1,5%), caprini (+9,6%) e formaggi spalmabili (+6,1%). Nel mercato dei molli, va segnalato l'aumento delle vendite di Quattirolo Lombardo (+5,6%), mentre il Taleggio ha perso circa il 6% dei propri volumi.

Nel 2016 si è registrato un leggero calo delle vendite di **formaggi duri** (-0,3%), che ha interessato in modo differente i diversi prodotti: -1,3% per il Grana Padano e -0,7% per il Parmigiano Reggiano. Gli altri "duri" invece sono cresciuti del 3,3%. Il mercato resta saldamente in mano al Grana Padano, che copre il 47,1% delle vendite della categoria, e al Parmigiano Reggiano, con il 35,4% di quota di mercato.

L'EXPORT

Molto importanti i risultati ottenuti sul fronte dell'export, che oggi porta fuori dal nostro Paese poco meno del 40% della produzione casearia nazionale e che l'anno scorso, rispetto al 2015, è cresciuto del 8,6% a volume e del 7% a valore.

Il 2016 si è chiuso con un export che ha superato le 388mila tonnellate per un valore di 2,4 miliardi di euro: un record per il settore che ha portato a un avanzo della bilancia commerciale superiore agli 860 milioni di euro.

I formaggi freschi si confermano nuovamente la categoria più esportata, così come la Francia resta la prima destinazione dei nostri formaggi con 82.234 tonnellate, in crescita dell'8%.

IN CASO DI PUBBLICAZIONE SI PREGA DI CITARE LA FONTE ASSOLATTE

Per maggiori informazioni: Carmen Besta - Assolatte Milano - mail: besta@assolatte.it - tel.02-72021817