

Grana Padano, star a prova di crisi

PAOLO GALLIANI

Paolo Galliani MILANO È UNO DI QUEI MITI della gastronomia italiana che non hanno nemmeno bisogno della legittimazione mediatica per stare in vetrina. Perché ci sono cibi iconici per natura. E il Grana Padano Dop lo è per convinzione diffusa, come recita il breve ma felice claim «Buono per la vita». Come dubitarne in un mondo che l'ha eletto come il formaggio italo più venduto e consumato al mondo? I numeri evocati e interpretati dal presidente del Consorzio che lo tutela, Nicola Cesare Baldrigi, rivelano una fotografia illuminante dell'agroalimentare nella pianura Padana, specie a nord del Po: 4,9 milioni di forme prodotte nel 2017 (+1,7 rispetto al 2016), un indotto occupazionale dell'intera filiera valutato in 40mila addetti e il coinvolgimento di 129 caseifici (il 60% circa cooperative) e di oltre 300 aziende per la stagionatura e il confezionamento. Senza parlare del conferimento del latte assicurato da 4.300 allevamenti e aziende zootecniche: praticamente il 23% di tutto il latte prodotto in Italia serve per fare il famoso formaggio a denominazione di origine protetta. Come dire: una filiera che sembra reggere bene agli umori alterni del mercato, anche se, come spiega Baldrigi «la cancellazione delle politiche europee sulle quote latte ha portato squilibrio tra offerta e domanda di prodotti caseari, con conseguenze pesanti sui prezzi». UNA SITUAZIONE positiva confermata anche dalla buona remunerazione che gli allevatori riescono ad ottenere dalla vendita del loro latte (+10% del prezzo rispetto alla media nazionale) lavorando con il Consorzio, che ha sede a San Martino della Battaglia (Brescia). Ma anche dalla forte riconoscibilità del Grana Padano Dop, per nulla intaccata dalla concorrenza con il Parmigiano Reggiano. Si tratta di due prodotti comunque diversi: meno grasso il Padano (percentuale del 2,7%) rispetto al Parmigiano (attorno al 3%), con una sapidità e una stagionatura più ridotte, che fanno però del Padano un formaggio con una buona personalità ma anche leggero e di consumo easy. ANCHE QUI sono i numeri a parlare. L' **export** continua a tirare: va oltre confine circa il 38% dell'intera produzione, specie verso gli Usa, la Svizzera, la Germania e il Regno Unito. E all'



orizzonte si sta delineando una nuova sfida, come conferma il presidente Baldrighi: «Il 2018 sarà l' anno della grande promozione del Grana Padana Riserva, formaggio stagionato oltre i 20 mesi, quindi più strutturato e in grado di soddisfare una quota di mercato che attualmente incide per il 5% sul totale delle forme commercializzate ma che presto potrebbe attestarsi sul 10%». Infine, il feeling crescente con la ristorazione di alta gamma, settore dal forte peso mediatico che da alcuni anni dimostra di apprezzare formaggi dalla stagionatura di 24-30 mesi. © RIPRODUZIONE RISERVATA.