



IL PREZZO È GIUSTO?

La spesa per il formaggio da Nord a Sud

di Elio Ragazzoni e Enrico Surra

Il momento dell'acquisto è frutto di un insieme di aspetti e fattori che concorrono a far scattare il meccanismo decisionale dell'individuo impegnato a comprare. Nell'attuale contesto economico il prezzo è probabilmente il più importante fattore che determina il successo di vendita di un bene.

Anche il formaggio sta a queste regole: le dinamiche di consumo dei prodotti alimentari sono cambiate con la crisi economica. Si è osservato, ad esempio, che il consumatore tende a risparmiare anche sulla spesa quotidiana ed in effetti si è riscontrata una certa contrazione dei consumi alimentari.

Ci siamo allora posti una domanda: quali sono i prezzi dei formaggi al dettaglio in Italia?

Esistono differenze territoriali tra Nord, Centro e Sud? Cosa succede nei negozi specializzati in formaggio dove sono in vendita le produzioni artigianali?

Con una semplice indagine abbiamo analizzato gli andamenti dei prezzi dei formaggi presso la Grande distribuzione organizzata e ci siamo recati presso alcuni negozi specializzati alla ricerca di prodotti di nicchia, formaggi invecchiati, prezzi e cosiddette "rarità casearie".

Un secondo obiettivo dell'indagine ha la finalità di trattare un tema molto caro all'Onaf: i prezzi sono proporzionali alla qualità percepita dal consumatore? Esiste un nesso tra qualità del formaggio ed il suo prezzo? La qualità è accessibile a tutti?

Il formaggio è un alimento molto importante

FORMAGGI PIÙ COSTOSI PRESSO ESERCIZI SPECIALIZZATI			
FORMAGGIO	PREZZO		
	MINIMO	MASSIMO	MEDIO
Castelmagno	38,00	70,00	48,00
Bagoss	39,00	65,00	47,50
Roquefort	35,00	42,50	38,16
Formaggio di fossa	32,00	38,40	34,05

FORMAGGI MENO COSTOSI PRESSO ESERCIZI SPECIALIZZATI			
FORMAGGIO	PREZZO		
	MINIMO	MASSIMO	MEDIO
Pecorino (varie tipologie)	11,50	18,00	13,52
Fior di latte	10,80	15,90	13,40
Emmentaler	9,90	20,00	13,15
Gorgonzola dolce	9,90	16,50	13,06

Prezzi in euro/kg

nella dieta di tutti e deve essere accessibile, a buon prezzo, ma deve anche soddisfare le aspettative di eccellenza gastronomica. Ed allora bisognerà vedere se il prezzo è sempre giusto, equilibrato e come il consumatore accetti il prezzo imposto o cambi le proprie abitudini. Siccome la qualità ha un prezzo, il consumatore ha diritto di sapere come e per che cosa spende. È necessaria molta attenzione perché non biso-

gna incorrere in un errore importante: non basta un prezzo alto per giustificare che il formaggio è buono.

È necessario rincorrere la "qualità nel piatto" ovvero una qualità che non può fare a meno del gusto. Nel periodo natalizio e di festività il consumo di prodotti caseari aumenta e tutti noi cerchiamo dei prodotti che ci soddisfino al naso ed in bocca...

Il listino dei formaggi Dop nella Grande Distribuzione Organizzata

Il primo confronto riguarda i formaggi DOP. Abbiamo considerato i primi sei formaggi DOP italiani per volumi prodotti ovvero i due formaggi a pasta extradura, il Grana Padano ed il Parmigiano Reggiano, il Gorgonzola (in questo caso la tipologia dolce) e l'Asiago (in questo caso la tipologia pressato) tra i vaccini, il Pecorino Romano tra i formaggi a latte ovino ed infine la Mozzarella di Bufala Campana, eccellenza della tradizione casearia nazionale.

PRODUZIONI DEI FORMAGGI DOP OGGETTO DELL'INDAGINE, ANNO 2011

FORMAGGIO	TONNELLATE
Grana Padano	176.500
Parmigiano Reggiano	133.768
Gorgonzola	50.335
Mozzarella di Bufala Campana	37.446
Pecorino Romano	24.702
Asiago	22.561

dati: www.clai.it

PREZZI RILEVATI NELLA GDO IN ALMENO TRE CITTÀ DEL NORD, DEL CENTRO E DEL SUD ITALIA

FORMAGGIO	NORD	CENTRO	SUD
Grana Padano 15 mesi	15,39	13,05	12,28
Parmigiano Reggiano 24 mesi	19,94	19,04	18,66
Gorgonzola dolce	11,76	14,55	11,78
Mozzarella di Bufala Campana	15,28	14,02	13,79
Pecorino Romano	13,73	13,00	12,33
Asiago pressato	9,38	9,97	9,90
Media dei prezzi	14,25	13,94	13,12

Prezzi in euro/kg

Si nota da subito che la media dei prezzi è maggiore al Nord e, se vogliamo, anche nel Centro Italia; al Sud invece i livelli di prezzo sono sensibilmente inferiori, con una differenza che potrebbe apparire "quasi" statisticamente significativa. In relazione agli andamenti dei prezzi dei singoli formaggi invece, colpisce la netta differenza dei formaggi Grana Padano e Parmigiano Reggiano, più costosi al Nord, praticamente nelle loro aree di produzione. Sul Grana Padano, al Sud si nota più variabilità di prezzi, con quotazioni che partono dai 10,00 euro/kg e raggiungono i 17,00 euro/kg, mentre l'allineamento dei prezzi al Centro ed al Nord è assolutamente più costante. Per il Parmigiano Reggiano i prezzi sono invece più allineati ed omogenei tra le diverse zone territoriali.

Dal punto di vista teorico, comunque, si potrebbe ipotizzare che il formaggio locale è meno caro nella zona di origine e man mano che ci si allontana il livello dei prezzi sale. Questa tendenza è confermata dall'Asiago, dalla Mozzarella di Bufala Campana e dal Pecorino Romano, che sono più costosi lontano dalla loro zona di produzione.



Nel cestino di Natale vince il Parmigiano

Quanto incide il prezzo sulla vendita di un formaggio? In questo caso le risposte sono state eterogenee tra gli intervistati; in linea di massima emerge che ad elevati livelli di qualità il consumatore è sempre disposto a spendere e qualcuno specifica addirittura che il formaggio deve essere di valore superiore "non solo nel nome, ma anche nel gusto". In definitiva maggiore percezione si ha della qualità e minore incidenza ha il prezzo. La "qualità nel piatto" inizia a trovare delle risposte adeguate. Una nota interessante: un affinatore ricorda che oggi il consumatore attento non rinuncia alla qualità, ma cambia leggermente le proprie abitudini ovvero fa una piccola rinuncia in merito alla quantità, cioè acquista meno formaggio rispetto a qualche

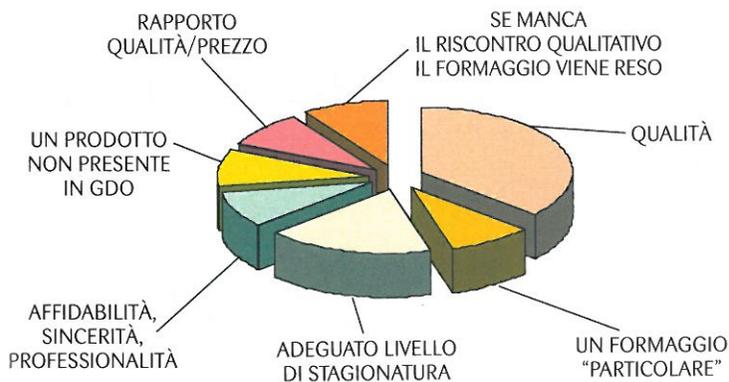
tempo fa. Tutti gli intervistati sono concordi che "la grande qualità rende" e crea immagine, sottolineano che i rischi sono legati ai ristretti limiti di marginalità, dovuti ai costi di acquisto dei formaggi artigianali più elevati. Una grande parte del lavoro di chi sta dietro al banco si comprende dalle risposte date alla domanda "Il consumatore è consapevole di cosa acquista?". Alcuni affinatori dichiarano di essere loro stessi i consulenti o gli informatori dei consumatori, altri sostengono che il far assaggiare il formaggio diffonde conoscenza e serve a "fidelizzare" un formaggio, altri ancora dichiarano che è il consumatore stesso a chiedere i consigli. In sostanza più se ne parla e più si assaggia e meglio è. Nella sostanza gli operatori sono coscienti che il

Il caso del Gorgonzola dolce invece è del tutto particolare poiché nel centro Italia non lo si trova mai al di sotto dei 13,00 euro/kg, mente sia al Nord e al Sud, non è raro rilevarlo anche ad un prezzo inferiore al 10,00 euro/kg. In media però i prezzi sono abbastanza elevati. Il formaggio Dop sotto i 10,00 euro/kg non esiste quasi più, per cui l'impegno di spesa è rilevante. Diventa quindi assolutamente necessario richiedere ai produttori un costante e continuo controllo della qualità ed anche del "gusto" dei loro formaggi.

Dicono gli affinatori

Nel corso dell'indagine abbiamo anche posto ad affinatori o commercianti con punto vendita caseario specializzato alcune domande specifiche sui livelli di aspettative e qualità percepita dal consumatore per verificare se i concetti legati alla "qualità nel piatto" che l'Onaf ha fatto suoi per la promozione dei formaggi trovano riscontro nel commercio. Alla richiesta di "che cosa viene richiesto al fornitore?" (vedi grafico) ovviamente la risposta più gettonata è stata la qualità del formaggio.

Cosa viene richiesto ai fornitori



consumatore ha diritto di sapere come spende il suo denaro.

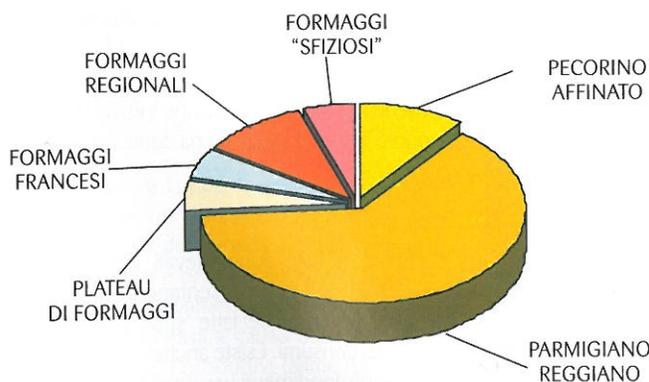
Quanto alle tipologie più vendute l'orientamento comune dei consumatori è verso un maggiore acquisto di formaggi freschi rispetto agli stagionati, ma resiste ancora il concetto di acquisto legato alla stagione (formaggi freschi d'estate e stagionati d'inverno).

In previsione delle imminenti festività natalizie il Parmigiano Reggiano

si conferma come leader nelle richieste dei formaggi, grazie alla sua versatilità in cucina ed alla facilità di conservazione, anche sotto vuoto, per la preparazione dei pacchi regalo.

Nel grafico sono indicate le richieste per i formaggi da regalare nelle festività, come indicato dagli affinatori intervistati; il dato non si intende in quantità, ma come numero di segnalazioni fatte.

Richieste di formaggi nelle festività natalizie



Non ci si deve dimenticare che il formaggio che arriva sul banco vendita non si vende "da solo" ma deve fidelizzare il consumatore. Se il formaggio ha gusto, il consumatore lo sceglierà e darà precedenza ai formaggi DOP rispetto alle produzioni di derivazione industriale che tendono ad imitarli.

Ci riserviamo in futuro di monitorare ancora il livello dei prezzi per valutarne gli andamenti e per verificare se tali tendenze si confermeranno.

In sostanza la "qualità nel piatto" paga. Le indicazioni raccolte nell'intervista

I formaggi artigianali

L'andamento dei prezzi è diverso per i formaggi artigianali commercializzati presso gli esercizi specializzati oppure da affinatori. La figura dell'affinatore è in Italia poco sviluppata in quanto, a differenza della Francia, non fa ancora parte della cultura casearia del nostro paese.

La vendita di formaggi al dettaglio, soprattutto nelle grandi città, sta assumendo una certa importanza poiché i consumatori più attenti cercano i formaggi altrimenti non reperibili presso la Grande Distribuzione.

Nella nostra indagine presso gli affinatori e alcune rivendite specializzate le curiosità non sono mancate. Nelle tabelle riportiamo i prezzi dei formaggi più costosi e di quelli meno cari che sono stati rilevati con maggiore frequenza nei negozi intervistati. Ovviamente le referenze sono molto diverse nelle regioni italiane, dove prevalgono chiaramente le tipologie casearie regionali. I formaggi riportati erano presenti in esercizi commerciali del Nord, del Centro e del Sud.

Una prima considerazione è legata al livello dei prezzi: questi sono ovviamente più elevati nei negozi al dettaglio e il loro range è molto ampio. Si va da prezzi quasi paragonabili alla GDO per alcune referenze che si trovano anche nei supermercati, e si arriva ad alcune "chicche" che val la pena riportare: 150 euro/kg per uno Stilton affumicato al Porto o 90 euro/kg per un Comté stagionato presso un negozio di Roma. Abbiamo qualche dubbio che questa sia una qualità "accessibile a tutti". Saranno dei grandi formaggi, ma la spesa non pare equilibrata.

In generale i formaggi più cari sono i semiduri o duri provenienti dall'alpeggio. Oltre al Bagoss ed al Castelmagno ci sono il Bitto, ed il Bettematt ma anche alcuni formaggi svizzeri d'alpeggio come L'Etivaz, il Gruyère e l'Holzhofer con prezzi generalmente compresi tra i 40 ed i 50 euro/kg.

Una categoria importante è rappresentata dai formaggi elaborati o affinati in modo particolare (nella grappa, nelle foglie, nel whisky, i formaggi ubriachi) questi formaggi sono addirittura più cari rispetto ai formaggi d'alpeggio: si possono spendere anche 69 euro/kg per un caprino lombardo affinato in barrique, 65 euro/kg per un Brie aromatizzato al tartufo, 58 euro/kg per un pecorino affinato nella grappa e 45 euro/kg per un formaggio piemontese conciato in foglie di tabacco.

Anche qui è necessario assaggiare, non basta il prezzo alto per dire che il formaggio è buono. Chi è meno esigente e si accontenta di produzioni artigianali meno stagionate va a spendere intorno ai 20-25 euro/kg per l'acquisto di Tome di alpeggio, al Sud sono sufficienti da 12 a 18 euro/kg per vari pecorini sardi o toscani con buone stagionature. Si conferma la tendenza che i formaggi del Sud Italia sono meno costosi.

sono tutto sommato incoraggianti. I formaggi opportunamente spiegati al consumatore sono valorizzati e questi diventa consapevole, quindi è propenso ad un loro riacquisto oppure alla sperimentarne di nuovi. Fatto innegabile, la qualità deve però essere tangibile, riconosciuta ed al giusto prezzo. Questo concetto cominciano anche ad esprimerlo coloro che operano nel commercio. Buon segno, significa che la strada del gusto "certo, sicuro e protagonista" è tracciata.



HANNO COLLABORATO AL RILEVAMENTO PREZZI

- Teresa Armetta, Palermo
- Beppe Caldera, Torino
- Gildo Carabelli, Firenze
- Beppe Casolo, Milano
- Raimondo Cincipini, Ascoli Piceno
- Giampaolo Gaiarin, Trento
- Massimiliano Puggioni, Sassari
- Salvatore Varrella, Napoli
- Domenico Villani, Roma

IL PREZZO DELLA MATERIA PRIMA

Latte alla stalla, la guerra dei centesimi

di Enrico Surra

Da quasi venti anni il prezzo del latte è compreso tra i 31 e i 40 centesimi di euro al litro, con variazioni più o meno cicliche. Il prezzo del latte è considerato il termometro del settore lattiero caseario. Da esso dipende la redditività di migliaia di aziende agricole produttrici, per cui le informazioni in merito al suo andamento sono riportate con cadenza regolare dai media.

La formazione del prezzo del latte in Italia è da sempre stata caratterizzata da una forte disomogeneità a livello regionale. Alcuni anni fa venivano siglati i cosiddetti accordi interprofessionali tra produttori di latte, normalmente rappresentati dalle loro organizzazioni professionali, ed i trasformatori, con la mediazione delle Regioni.

La situazione si è profondamente evoluta, i prezzi del latte sul mercato interno si sono progressivamente allineati a quelli internazionali e la volatilità è diventata una caratteristica costante della filiera, grazie anche alla stipula di contratti privati.

Nel grafico 1 è rappresentato l'andamento dei prezzi a partire da 1976 del prezzo del latte alla stalla in Lombardia. Nel 1976 il prezzo era di 9 euro per 100 Litri ed è progressivamente cresciuto fino al 1990, quando si era attestato attorno ai 30 euro. Successivamente si registrano oscillazioni che vanno dai 28 euro del biennio 1992-93 fino ad un massimo di 39 euro registrati nel 1996, nel 2008 e nel 2011.

Questi dati vanno interpretati in un contesto che tenga conto dell'inflazione e soprattutto dell'evoluzione dei costi delle materie prime, colpite anch'esse negli ultimi anni dal fenomeno della volatilità.

Addirittura la volatilità del prezzo del latte si conferma nel corso dell'anno, come dimostra la quotazione del latte "spot" nazionale presso la Cciaa di Lodi, grafico 2, che dai minimi di 32 euro/100 L di febbraio 2012 sta salendo ai 43 euro/100 L di fine ottobre.

In questo contesto il latte sta assumendo le caratteristiche di una commodity, ovvero non importa più dove esso venga prodotto, ma l'importante è che esso sia reperibile. Il sistema lattiero caseario italiano è fortemente ancorato alle produzioni Dop che necessitano (Grana Padano e Parmigiano Reggiano



in primis) di latte locale e quindi il latte non può essere considerato commodity. Vista però la complessità produttiva del settore e la vasta gamma di altri prodotti lattiero caseari (dal latte alimentare allo yogurt) si nota come per questi la materia prima debba avere le caratteristiche che dapprima soddisfino una domanda di tipo industriale più che una salda connotazione territoriale.

È assolutamente necessario salvaguardare la connotazione produttiva territoriale per evitare che il latte diventi sempre di più una commodity utile soltanto per processi di trasformazione industriale, come sta già succedendo nei paesi del Nord Europa.

In questo contesto l'Italia, con la sua forte diversificazione territoriale e la produzione di formaggi Dop ancora rilevante nel panorama dell'Unione Europea, può e deve dare forza a questo legame.

Il settore lattiero caseario italiano necessita di innovazioni nella contrattazione del prezzo del latte. Un primo esempio, è stato creato in Piemonte con l'introduzione del prezzo indicizzato e tutto sommato sta funzionando anche se ha necessitato di aggiustamenti rispetto alla situazione iniziale di partenza. Dal 2015 scompariranno le quote latte e si agirà in un contesto sempre più liberalizzato.

Latte "spot"

I prezzi del latte crudo "spot" nazionale sono rilevati dalla Camera di Commercio di Lodi e da quella di Verona e rappresentano il prodotto sfuso in cisterna, franco arrivo in latteria. Il mercato del latte "spot" è legato alla stagionalità sia della produzione sia dei consumi. Esiste anche un prezzo di mercato del latte "spot" estero. Per approfondimenti www.clal.it

Commodity

È un termine inglese che indica un bene per cui c'è domanda ma che è offerto senza differenze qualitative sul mercato ed è fungibile, cioè la cui produzione può essere attuata da molteplici operatori. Il termine è entrato oramai nel gergo commerciale ed economico per la mancanza di un equivalente italiano, deriva dal francese *commodité*, col significato di ottenibile comodamente, pratico. Una commodity è facilmente stoccabile e conservabile nel tempo, cioè non deve perdere le caratteristiche originarie (da Wikipedia).

