

**CONSORZIO TUTELA
GRANA PADANO**



BILANCIO AL 31 DICEMBRE 2023



INDICE

ORGANI DEL CONSORZIO	3
LETTERA AI CONSORZIATI	7
RELAZIONE SULLA GESTIONE	11
BILANCIO ESERCIZIO 2023	13
AFFARI LEGALI	16
GESTIONE DATI E PRODUZIONE	19
SERVIZIO ATTIVITÀ ESTERNE – AUTOCONTROLLO	26
CERTIFICAZIONE SISTEMA QUALITÀ E SICUREZZA	30
MANUTENZIONE PATRIMONIO IMMOBILIARE	33
CODICE ETICO E MODELLO DI ORGANIZZAZIONE GESTIONE E CONTROLLO D.LGS 231/2001	34
VIGILANZA	36
PROBLEMATICHE TECNICO-SCIENTIFICHE, COMMISSIONE SCIENTIFICA E ATTIVITÀ DI RICERCA	44
RISORSE UMANE	60
MARKETING, PROMOZIONE, EVENTI E SPONSORIZZAZIONI	62
RAPPORTI CON LA STAMPA	103
AFIDOP	104
ORIGIN	106
ANALISI VENDITE DI GRANA PADANO DOP ITALIA (Retail)	111
ANDAMENTO ESPORTAZIONI	116
ALTRE INFORMAZIONI DI CUI ALL'ART. 2428 CC	118
CONCLUSIONI	120
STATO PATRIMONIALE, CONTO ECONOMICO E RENDICONTO FINANZIARIO	123
NOTA INTEGRATIVA	131
RELAZIONI DEL COLLEGIO SINDACALE E DELLA SOCIETÀ DI REVISIONE	169

ORGANI DEL CONSORZIO

CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

<i>Presidente</i>	<i>ZAGHINI Renato</i>
<i>Vicepresidente Vicario</i>	<i>AMBROSI Giuseppe</i>
<i>Vicepresidente</i>	<i>ZANETTI Attilio</i>
<i>Tesoriere</i>	<i>GIACOMELLI Valter</i>
<i>Consiglieri</i>	<i>ATTANASIO Emanuele</i>
	<i>AURICCHIO Antonio</i>
	<i>BARBI Federico</i>
	<i>BETTONI Gianmaria</i>
	<i>BOLDINI Paolo</i>
	<i>BRUTTI Paolo</i>
	<i>CATTARUZZI Paolo</i>
	<i>CECCHIN Giorgio</i>
	<i>COLLA Filippo</i>
	<i>DALLA ROSA Francesco</i>
	<i>FERRARI LAURA Maria</i>
	<i>FINCO Fiorenzo</i>
	<i>FUGAZZA Giacomo</i>
	<i>FUSAR POLI Tiziano</i>
	<i>GORNI SILVESTRINI Gabriele</i>
	<i>GUARNERI Giovanni</i>
	<i>MIOTTO Michele</i>
	<i>PAGANIN Nisio</i>
	<i>PEDRETTI Giancarlo</i>
	<i>PEZZINI Stefano</i>
	<i>SALA LUIGI Giovanni</i>
	<i>STRADIOTTI Libero</i>

COMITATO DI GESTIONE

<i>Presidente</i>	<i>ZAGHINI Renato</i>
<i>Vicepresidente Vicario</i>	<i>AMBROSI Giuseppe</i>
<i>Vicepresidente</i>	<i>ZANETTI Attilio</i>
<i>Tesoriere</i>	<i>GIACOMELLI Valter</i>
<i>Componenti</i>	<i>BETTONI Gianmaria</i>
	<i>COLLA Filippo</i>
	<i>DALLA ROSA Francesco</i>
	<i>FINCO Fiorenzo</i>
	<i>FUGAZZA Giacomo</i>
	<i>GORNI SILVESTRINI Gabriele</i>
	<i>MIOTTO Michele</i>

COLLEGIO SINDACALE

<i>Presidente</i>	<i>LANDRISCINA Francesco</i>
<i>Sindaci Effettivi</i>	<i>BIANCHI Marco</i> <i>LEONI Lucio</i>
<i>Sindaci Supplenti</i>	<i>BOLDINI Aldina</i> <i>FONTANA Giorgio Angelo</i>

DIREZIONE

<i>Direttore Generale</i>	<i>BERNI Stefano</i>
<i>Direttore Amministrativo</i>	<i>COSTA Carlo</i>

ALTRI ORGANISMI E COMMISSIONI DEL CONSORZIO

ORGANISMO DI VIGILANZA EX D.LGS. 231/01

<i>Presidente</i>	<i>FADA Fabio</i>
<i>Componenti</i>	<i>ALBERTI Alberto</i> <i>VITTORINI Piergiorgio</i>

COMMISSIONE SCIENTIFICA

<i>Presidente</i>	<i>NEVIANI Erasmo</i>
<i>Componenti esterni</i>	<i>BARICHELLA Michela</i> <i>CASTELLAZZI Anna Maria</i> <i>COCCONCELLI Piersandro</i> <i>DE CASTRO Paolo</i> <i>GIRAFFA Giorgio</i> <i>LOMBARDI Angiolella</i> <i>MASOERO Francesco</i> <i>PELLEGRINO Luisa</i>

LETTERA AI CONSORZIATI

Cari Consorziati,

con questa Assemblea cessa il mio mandato quadriennale da Presidente.

Ho cominciato in piena pandemia con presenze contingentate, distacco sociale, nascosti da mascherine e angosciati da ciò che avrebbe potuto essere per l'economia, i consumi e la sanità.

Ma quattro anni fa, rileggendo la relazione del Consiglio di Amministrazione per l'Assemblea, con ottimismo scrivevamo «...vedrete, la voglia di ripresa sarà forte, coinvolgerà tutti e sarà veloce ...». Nonostante l'incendio alla Solat e il crollo del magazzino di Santangiolina tutti insieme ci siamo rimboccati le maniche, sconfitto le avversità e coltivato le occasioni positive.

I consumi in casa, anziché nella ristorazione, ci stavano premiando, l'abbiamo capito e percorso. E abbiamo chiuso un buon anno, tanto da sentire il bisogno di dividerlo e regalare 1,1 milioni di euro alla sanità dei nostri territori e donare migliaia di forme di formaggio ai bisognosi.

Abbiamo cercato di restituire un po' di ciò che le circostanze ci stavano regalando, siamo stati fortunati, ma siamo anche stati bravi perché abbiamo capito prima di altri come si dovevano superare le avversità e cavalcare le opportunità.

E cosa è successo?

In questi quattro anni abbiamo continuato a crescere le produzioni, abbiamo performato ottimamente all'estero e in Italia e in questi anni, come mi ricorda sempre il Direttore Generale che ha esplorato dettagliatamente i numeri, siamo stati la destinazione più remunerativa al mondo per il latte da silomais.

Costi maggiori, certamente, rispetto ad allevamenti per latte alimentare o formaggi generici ma valorizzazione al top, come nessun'altra destinazione.

Terminiamo quindi un quadriennio davvero oltre le aspettative, con alcune scelte difficili, coraggiose ma altrettanto vincenti.

La nuova comunicazione affidata ad una nuova agenzia, con un nuovo film realizzato dal Maestro Tornatore e musiche di Morricone. Due premi Oscar per un formaggio da premio Oscar.

Nel 2023 abbiamo gettato solide basi perché nel 2024 i volumi esteri supereranno quelli italiani, visto che il fatturato al consumo estero ha già superato l'italiano: quasi un miliardo e 950 milioni di euro contro il miliardo e 650 milioni di euro in Italia.

Cioè, quest'anno i consumatori mondiali hanno speso quasi 3,7 miliardi di euro per acquistare Grana Padano.

Numeri da capogiro.

La scelta di farci affiancare da KPMG è stata vincente, come sarà vincente il nuovo Piano Strategico che abbiamo loro affidato e che cesserà nel 2028.

A dimostrazione dell'oculatezza con cui investiamo le risorse in pubblicità abbiamo verificato che per il 2024 gli introiti della differenziata e il contributo straordinario per l'assegnazione dell'1.5% aggiuntivo rendevano non strettamente necessari 5 milioni di euro circa per cui il Consiglio di Amministrazione ha stabilito di ridurre di 1€ a forma prodotta nel 2024 lo storico contributo ordinario che era fissato mediamente in 5,35€ a forma.

Il Piano Strategico verrà presentato nell'Assemblea di novembre, insieme al nuovo Piano Produttivo, cioè due strumenti decisivi che da fine aprile impegneranno tutti i consorziati, indipendentemente da chi siederà nel prossimo Consiglio di Amministrazione e da chi saranno i nuovi Presidente, Vicepresidenti, Tesoriere e i nuovi organi consortili!

L'augurio che faccio a tutti noi è che il quadriennio che inizia domani con la nuova squadra che oggi eleggerete sia buono come quello che è cessato ieri.

Perché riuscire a duplicare questo quadriennio avrebbe dell'eccezionale ma questi anni abbiamo dimostrato che per la nostra compagine di voi duecento soci e delle 4.000 stalle iscritte nulla è impossibile.

E quindi proveremo a ripeterci perché non siamo il celeberrimo violinista Paganini, che non ripete, ma siamo il Consorzio per la Tutela del Formaggio Grana Padano, che vuole ripetersi.

Vi ringrazierò meglio nelle conclusioni ma l'inizio di questa Assemblea elettiva doveva cominciare da quando iniziò anni fa, quando in pochi contingentati e mascherati alla Fiera di Verona cominciammo questo mandato.

Grazie della vostra attenzione e do la parola al nostro Direttore Generale Stefano Berni che vi racconterò il buon 2023.

Il Presidente
Renato Zaghini

RELAZIONE SULLA GESTIONE

Capitolo 1

BILANCIO ESERCIZIO 2023

L'anno 2023 non ha certo visto allentarsi le tensioni internazionali e geopolitiche. Oltre al perdurare della guerra conseguente la prevaricante l'invasione dell'Ucraina da parte dell'esercito della Russia, si sono aggiunte le instabilità medio orientali e nel Mar Rosso, con le pesanti ripercussioni sul commercio internazionale (ed i costi dei trasporti). La prima parte del 2023 è stata caratterizzata da una fortissima inflazione che ha manifestato segni di contrazione solo nell'ultima parte dell'anno. Le tensioni sui prezzi si sono immediatamente riversate sull'andamento dei tassi di interesse, con effetti particolarmente impattanti per i produttori di Grana Padano (che stagionano mediamente 10/12 mesi il prodotto).

VALORE MEDIO EURIBOR 12 MESI		
2021	2022	2023
0,49%	1,27%	3,87%

L'impatto sul conto economico del Consorzio dell'aumento dei tassi è stato modesto in quanto, sia per la cassa prodotta che per un efficientamento nella pianificazione dei pagamenti, il ciclico fabbisogno finanziario del Consorzio è stato modesto ed il 2023 ha consuntivato un risultato della gestione finanziaria in calo del 43,9% rispetto al precedente esercizio.

Nel corso dell'esercizio 2023 il Consorzio Tutela Grana Padano ha avuto a disposizione risorse per 61,0 milioni di euro, circa 1,4 milioni in più rispetto al precedente esercizio. Queste maggiori disponibilità, unitamente ai risparmi consuntivati sugli altri servizi ed altri capitoli di spesa, hanno consentito di incrementare l'attività promozionale del Consorzio di 1,8 milioni di euro rispetto al 2022 e di accantonare a fondo oneri oltre 1,1 milioni di euro.

Il Risultato prima delle imposte si è attestato a 644mila euro; il carico fiscale è stato di euro 588mila (in calo di euro 164mila rispetto al 2022).

Il Consorzio Tutela Grana Padano chiude l'esercizio 2023 con un utile netto di euro 56.670.

CONTO ECONOMICO (€/1.000)		
	31/12/2023	31/12/2022
A VALORE DELLA PRODUZIONE		
1) Ricavi delle Vendite e delle Prestazioni	58.961	59.131
2) Variazione delle Rimanenze		(2.325)
5) Altri Ricavi	2.087	2.801
TOTALE VALORE DELLA PRODUZIONE	61.048	59.607
B COSTI DELLA PRODUZIONE		
6) Materie prime, suss., cons. e/o merci	(1.142)	(1.185)
7) Servizi	(51.085)	(49.876)
8) Godimento beni di Terzi	(7)	(8)
9) Costo del Personale	(4.761)	(4.883)
10) Ammortamenti e Svalutazioni	(944)	(848)
11) Variaz. Rim. materie prime, suss.e merci	(198)	(204)
12) Accantonamenti per rischi	(1.100)	(430)
14) Oneri diversi di gestione	(1.069)	(1.238)
TOTALE COSTI DELLA PRODUZIONE	(60.306)	(58.672)
(A-B) DIFFERENZA VALORE E COSTI DELLA PRODUZIONE	741	935
C ONERI E PROVENTI FINANZIARI	(97)	(173)
D RETTIFICHE DI VALORE DI ATTIVITA' FINANZIARIE	0	0
RISULTATO PRIMA DELLE IMPOSTE	644	762
E IMPOSTE SUL REDDITO	(588)	(752)
UTILE (PERDITA) DELL'ESERCIZIO	57	10

Dal punto di vista finanziario, il Consorzio ha ulteriormente incrementato la propria solidità, chiudendo l'esercizio con una Posizione Finanziaria Netta positiva di 8,2 milioni contro i 3,8 al 31 dicembre 2022. L'esercizio 2023 ha generato un flusso di cassa di 4,4 milioni grazie ad una gestione reddituale particolarmente positiva (EBITDA di 2,8 milioni di euro) e alla contrazione del Capitale circolante, trainata dalla riduzione del saldo dei crediti verso consorziati. L'attività di investimento in immobilizzazioni materiali ed immateriali ha assorbito risorse per 0,4 milioni.

Posizione Finanziaria Netta (€/milioni)



La composizione dei Ricavi, il dettaglio dei costi e le variazioni intervenute rispetto al precedente esercizio sono illustrate con maggior dettaglio nella “Nota Integrativa”. Nella Nota integrativa è anche riportata l’attività di Charity operata dal Consorzio nel corso 2023.

La funzione di Revisore Legale dei conti è stata affidata al Collegio Sindacale dall’Assemblea dei consorziati in data 19 giugno 2020. La medesima Assemblea ha incaricato la società EY S.p.A., ufficio di Brescia, della revisione volontaria del Bilancio di Esercizio. Per i compensi agli organi di controllo si veda quanto riportato nella Nota Integrativa.

Il Consiglio di amministrazione invita l’Assemblea all’approvazione del bilancio d’esercizio 2023 e, in continuità con quanto deliberato negli anni precedenti, propone di destinare l’utile d’esercizio, pari a €56.670, ad incremento del fondo consortile.

Capitolo 2

AFFARI LEGALI

Come riferito nell'Assemblea del 19 dicembre 2023, a fine ottobre è stata ufficialmente trasmessa al MASAF e alle Regioni e Province interessate la richiesta di **modifica del Disciplinare** relativa alle modifiche già a suo tempo deliberate, alle quali sono state aggiunte quella relativa all'inserimento del logo GRANA PADANO (nella versione ristilizzata) direttamente in fascera e quella relativa alla descrizione della placca di caseina.

L'Assemblea ha quindi assunto una delibera riepilogativa, con la quale:

- È stata ratificata la modifica relativa alla descrizione della placca di caseina (conferma della delibera già assunta al riguardo all'unanimità dal Consiglio di Amministrazione);
- È stata ratificata la modifica relativa all'inserimento del logo GRANA PADANO (ristilizzato) direttamente in fascera (conferma della delibera già assunta al riguardo nell'Assemblea del 26 novembre 2021);
- Si è preso atto dell'avvenuta presentazione delle ulteriori modifiche a suo tempo deliberate, nonché dello stralcio della modifica relativa al requisito che le manze siano nate e allevate nella zona di produzione, come disposto dalla nota MASAF in data 27 novembre 2023, in quanto di carattere sostanziale.

La delibera riepilogativa in questione, che era necessaria anche per adeguare le delibere già assunte a suo tempo sul punto alla nuova prescrizione dello Statuto che ora prevede che le modifiche del disciplinare vengano approvate con le maggioranze previste per l'Assemblea straordinaria, è stata quindi trasmessa al MASAF e alle Regioni e Province interessate ad inizio febbraio, in risposta ad alcuni rilievi fatti presenti dal MASAF relativamente alle modifiche richieste. Si confida, con la delibera in questione, di aver adeguatamente ed esaurientemente risposto alle osservazioni contenute nella nota del MASAF e che dunque l'iter delle modifiche richieste possa ora procedere speditamente.

Sul piano più strettamente legale, relativamente alle principali vertenze che vedono coinvolto il Consorzio, si segnala quanto segue.

Nel procedimento innanzi alla Corte di Appello di Venezia per la riforma della sentenza n. 1076/2022 del Tribunale di Venezia che ha dichiarato che l'utilizzo del termine "grana" in relazione al formaggio "*Gran Moravia*" di produzione e commercializzazione della **Brazzale SpA** costituisce violazione per illecita evocazione della D.O.P. "Grana Padano", nonché concorrenza

sleale per scorrettezza professionale, e ha conseguentemente ordinato alla Brazzale SpA di cessare tale utilizzo, condannando la Brazzale SpA a pagare al Consorzio la somma di Euro 343.000,00 più le spese legali, per un totale di Euro 388.237,81, è stata fissata al 9 maggio 2024 l'udienza per la precisazione delle conclusioni, sostituita dal deposito di note scritte.

Si è invece positivamente conclusa con l'incasso di euro 275.000,00, oltre a euro 10.434,25 per interessi e spese, l'azione avviata per ottenere il recupero del credito vantato nei confronti del Ministero delle Politiche Agricole, Alimentari, Forestali per la realizzazione del **progetto denominato "4 Big"**, a suo tempo realizzato dal Consorzio per la Tutela del Formaggio Grana Padano con i Consorzi del Parmigiano Reggiano, del Prosciutto di Parma e del Prosciutto di San Daniele. La positiva conclusione della vertenza in questione ha generato il rilascio e l'imputazione a *Sopravvenienze Attive* di oltre 285.000 euro, dovuto all'accantonamento a suo tempo effettuato per far fronte agli esiti della vertenza stessa.

Come già riferito in occasione dell'ultima Assemblea, in data 14 dicembre 2023 è stata resa nota la sentenza con la quale il TAR del Lazio ha accolto il ricorso del Consorzio del Parmigiano Reggiano contro il provvedimento del Ministero della Salute dell'11 aprile 2018, che ha riconosciuto e sancito che il **lisozima** impiegato nella produzione di Grana Padano, all'atto della messa in commercio del prodotto, ha esaurito completamente la funzione di "conservante" e dunque permane nel formaggio solo come coadiuvante tecnologico. Al riguardo, il Consorzio Grana Padano si è prontamente attivato per proporre il ricorso in Consiglio di Stato volto ad ottenere la riforma della sentenza in questione.

Quanto alle vertenze avviate dal Consorzio a seguito della diffusione di due video gravemente diffamatori da parte dell'**associazione animalista denominata "ESSERE ANIMALI"**, si segnala che, relativamente al procedimento penale, si è in attesa della fissazione dell'udienza da parte della Corte di Cassazione, innanzi alla quale il Consorzio ha impugnato il provvedimento del GIP del Tribunale di Ravenna che ha disposto l'archiviazione del procedimento.

Nel procedimento civile, è stata fissata al giorno 21 marzo 2024 l'udienza di precisazione delle conclusioni. È invece definitivamente tramontata l'eventualità di raggiungere un accordo transattivo, secondo quello che era stato un esplicito invito del giudice, in quanto la controparte ha avanzato la pretesa di un risarcimento danni per una somma non inferiore a 240.000 euro, che ovviamente è stata respinta dal Consorzio come priva di qualsiasi fondamento e irricevibile.

A fine settembre il Consorzio ha presentato al TAR Lazio **quattro ricorsi per impugnare la graduatoria provvisoria** approvata con Decreto Direttoriale 34515 del 30 giugno 2023 che vede al momento esclusi i quattro progetti presentati dal Consorzio volti ad ottenere le agevolazioni previste per i **contratti di filiera**, denominati *ECOMICROBIO*, *DIGIGRANA*, *GRANAMBIENTE*, *GRANA 4.0*. La graduatoria definitiva è stata pubblicata sul sito del MASAF in data 12 gennaio 2024 e si è dunque ancora in attesa della presentazione di eventuali ulteriori ricorsi contro la graduatoria stessa. Nel frattempo, è stata pubblicata sul sito Masaf la comunicazione relativa al

nuovo provvedimento che stanziava ulteriori 2 miliardi di euro per i contratti di filiera, anche se al momento sono ancora da chiarire le modalità conseguenti per la ripartizione.

Si ricorda infine che, con DM 24 maggio 2023, il Masaf ha approvato ufficialmente le modifiche allo Statuto del Consorzio deliberate dall'Assemblea del 21 aprile 2023, mentre con DM in data 13 giugno 2023 il Masaf ha confermato l'attribuzione al Consorzio delle funzioni previste dalla legge n. 526 del 1999.

Capitolo 3

GESTIONE DATI E PRODUZIONE

Il Consorzio rileva sistematicamente la produzione di formaggio atto a divenire Grana Padano, il formaggio marchiato e il peso medio delle forme sia per verificare le produzioni che per il conteggio dei contributi ordinari. Tramite gli uffici preposti, il Consorzio dialoga costantemente con i caseifici produttori per monitorare l'andamento del Piano produttivo, offrendo ai consorziati continua assistenza in materia. Tramite l'ufficio «Statistiche e Piano produttivo» si predispongono i conteggi relativi alla contribuzione differenziata e si mantiene costantemente aggiornato lo stato dei punti di riferimento. Annualmente il Consorzio fornisce a Nomisma i dati quantitativi e qualitativi da questa richiesti per la redazione della Relazione sul Piano produttivo.

Il dialogo tra il Consorzio ed i caseifici produttori è intenso e costante anche sul fronte dei controlli di qualità, attraverso l'invio quotidiano ai caseifici delle analisi sul latte e sul formaggio in attuazione delle attività di autocontrollo consortile previste dal Piano dei Controlli della DOP Grana Padano, l'elaborazione e la rendicontazione periodica dell'attività di autocontrollo consortile sulla verifica della rispondenza di latte e formaggio ai requisiti previsti dal disciplinare.

Il dialogo costante e la condivisione dei dati sono alla base dell'intensa collaborazione con l'ente di certificazione CSQA che rilascia l'autorizzazione alla marchiatura delle forme di formaggio che risultano idonee a divenire Grana Padano.

Strumento privilegiato per il dialogo e la condivisione dei dati è il *database* DBGrana cui, attraverso il sito del Consorzio, possono accedere i caseifici per inserire e reperire informazioni. DBGrana è un archivio digitale ove è tracciata ogni singola forma di formaggio e dal quale ogni singolo associato, accedendo alla propria sezione, può consultare i dati produttivi, quelli relativi al formaggio marchiato, le analisi del formaggio e del latte corredati dai relativi certificati, oltre ad informazioni più generali sull'andamento del settore per una migliore comprensione del proprio mercato.

Attraverso i dati raccolti e l'esperienza accumulata, gli uffici consortili possono elaborare e rendicontare dati storici e previsionali a supporto delle decisioni del Consiglio di Amministrazione e della Direzione o fornire ai singoli consorziati informazioni utili per la programmazione e la gestione dei propri caseifici.

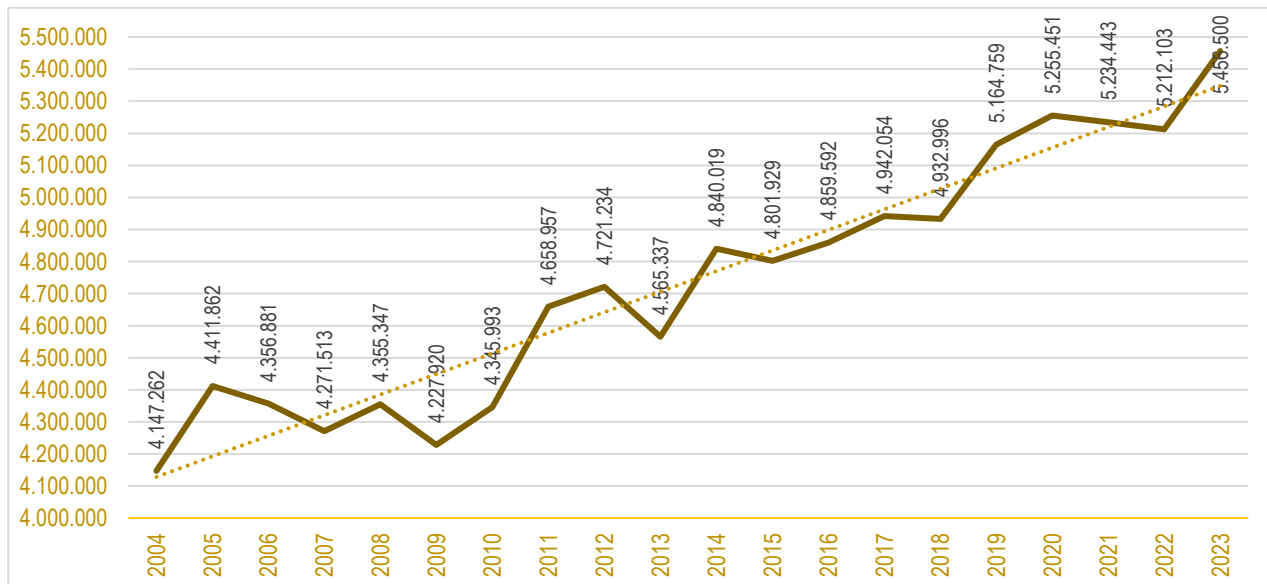
PRODUZIONE 2023 - ANDAMENTO QUANTITATIVO

Nel 2023 la produzione di formaggio da parte dei caseifici consorziati è stata di 5.456.500 forme (+4,69% rispetto al 2022), pari a circa 2.118.307 quintali di formaggio (+4,84% rispetto al 2022). L'andamento produttivo ha segnato una vistosa crescita di produzione nel primo

(+5,21%) e nel secondo quadrimestre (+6,01%) a cui è seguita una crescita meno vistosa negli ultimi mesi dell'anno (+2,70% la produzione dell'ultimo quadrimestre).

MESE	2021	2022	2023	VAR.% 2022/2021	VAR.% 2023/2021	VAR.% 2023/2022
GENNAIO	499.542	488.948	505.073	-2,12%	1,11%	3,30%
FEBBRAIO	471.628	457.697	479.002	-2,95%	1,56%	4,65%
MARZO	535.033	512.654	546.755	-4,18%	2,19%	6,65%
APRILE	516.438	498.749	529.305	-3,43%	2,49%	6,13%
1° QUADRIM.	2.022.641	1.958.048	2.060.135	-3,19%	1,85%	5,21%
MAGGIO	506.314	485.284	519.452	-4,15%	2,59%	7,04%
GIUGNO	440.816	432.963	467.324	-1,78%	6,01%	7,94%
LUGLIO	367.662	359.778	384.679	-2,14%	4,63%	6,92%
AGOSTO	364.593	367.682	373.123	0,85%	2,34%	1,48%
2° QUADRIM.	1.679.385	1.645.707	1.744.578	-2,01%	3,88%	6,01%
SETTEMBRE	323.613	330.027	334.349	1,98%	3,32%	1,31%
OTTOBRE	369.980	381.119	392.620	3,01%	6,12%	3,02%
NOVEMBRE	376.905	401.090	418.910	6,42%	11,14%	4,44%
DICEMBRE	461.919	496.112	505.908	7,40%	9,52%	1,97%
3° QUADRIM.	1.532.417	1.608.348	1.651.787	4,95%	7,79%	2,70%
TOTALE FORME.	5.234.443	5.212.103	5.456.500	-0,43%	4,24%	4,69%
<i>Peso medio (in kg)</i>	38,84	38,77	38,82	-0,18%	-0,04%	0,14%
<i>Quintali Prodotti</i>	2.032.896	2.020.514	2.118.307	-0,61%	4,20%	4,84%

Il grafico seguente illustra la produzione dei Caseifici Consorziati negli ultimi 20 anni.



Nella tabella in calce sono riportati i dati di produzione dei caseifici consorziati (in quintali) dal 1998, anno di istituzione della DOP Grana Padano. L'incremento produttivo tra il 1998 e il 2023 è stato del 66,87%.

ANNO	PRODUZIONE	ANNO	PRODUZIONE	ANNO	PRODUZIONE
1998	1.269.420	2006	1.582.423	2015	1.832.352
1999	1.320.397	2007	1.580.170	2016	1.858.735
2000	1.330.660	2008	1.633.412	2017	1.903.526
2001	1.380.808	2009	1.583.262	2018	1.905.583
2002	1.439.689	2010	1.633.262	2019	1.992.920
2003	1.449.799	2011	1.765.000	2020	2.036.059
2004	1.491.531	2012	1.789.062	2021	2.032.896
2005	1.596.066	2013	1.739.171	2022	2.020.514
<i>Dati di produzione in Quintali</i>		2014	1.849.636	2023	2.118.307

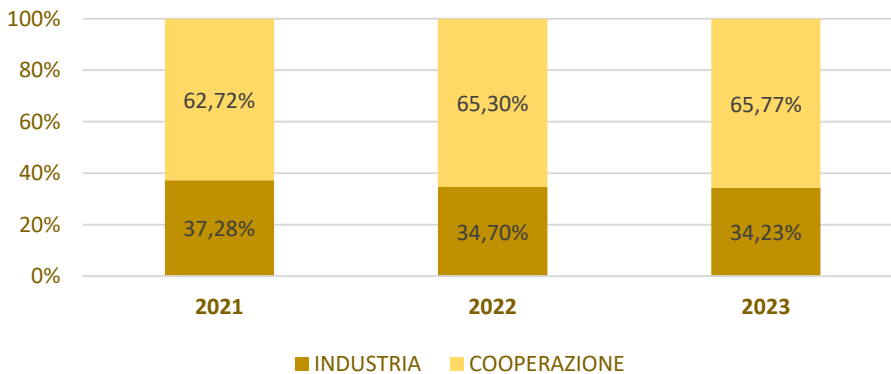
Se si osserva la produzione 2023 su base territoriale, la provincia di Mantova risulta il territorio più produttivo con 1.656.325 forme pari al 30,36% della produzione (29,8% nel 2022). La tabella seguente espone la produzione per provincia e regione.

PROVINCIA	N. CASEIFICI	FORME PRODOTTE	%
MANTOVA	27	1.656.325	30,36%
BRESCIA	29	1.255.020	23,00%
CREMONA	9	946.156	17,34%
BERGAMO	3	117.542	2,15%
LODI	4	92.450	1,69%
PAVIA	1	14.042	0,26%
LOMBARDIA	73	4.081.535	74,80%
PIACENZA	20	605.125	11,09%
EMILIA ROMAGNA	20	605.125	11,09%
PADOVA	2	133.147	2,44%
ROVIGO	1	16.932	0,31%
VICENZA	11	349.568	6,41%
VERONA	11	98.018	1,80%
VENETO	25	597.665	10,95%
Il latte delle stalle venete lavorato a Grana Padano, anche fuori regione, contribuisce al 14,89% della produzione			
TRENTO	16	130.611	2,39%
TRENTINO A.A.	16	130.611	2,60%
CUNEO	3	41.564	0,76%
PIEMONTE	3	41.564	0,76%
TOTALE	137	5.456.500	100,00%

Nel 2023 è cresciuta la produzione imputabile al sistema della Cooperazione, passata dal 65,30% del 2022 al 65,77%. La produzione del sistema industriale si è attestata nel 2023 a 1.867.973 forme, pari al 34,23%.

ANNI	INDUSTRIA	COOPERAZIONE.	TOTALE	INDUSTRIA	COOPERAZ.NE
2021	1.951.414	3.283.029	5.234.443	37,28%	62,72%
2022	1.808.846	3.403.257	5.212.103	34,70%	65,30%
2023	1.867.973	3.588.527	5.456.500	34,23%	65,77%

2023: Ripartizione percentuale della produzione tra Industria e Cooperazione



PRODUZIONE 2023 - ANDAMENTO QUALITATIVO

Oltre a monitorare e a rendicontare le quantità di formaggio prodotto e di latte lavorato, il Consorzio offre un'analisi sull'evoluzione qualitativa del formaggio, in particolare concentrando l'attenzione sulla qualità del latte destinato alla produzione di Grana Padano.

La consapevolezza e la volontà dei consorziati nel premiare la qualità delle produzioni e l'impegno del Consorzio nell'attività di controllo in collaborazione con gli altri enti competenti, hanno permesso al sistema Grana Padano un notevole progresso qualitativo con standard di *compliance* molto elevati.

Osservando i dati 2023 del rapporto grasso caseina negli anni, in particolare prendendo a riferimento il 2008, anno in cui si è voluto porre un limite alle produzioni eccessivamente grasse che incidavano negativamente sulla qualità del formaggio, in numero di analisi al di fuori dei parametri stabiliti si è ridotta dell'81,67% e la media del rapporto grasso/caseine è sceso del 2,33%.

L'aumento della percentuale di caseina nel latte lavorato (indice importantissimo per valutare la qualità del latte) è stato del +6,50% rispetto al 2008 e del +9,84% rispetto al 2003 (calcolando la percentuale di caseine in grammi su 100 g. di prodotto convertendo le analisi dei laboratori che calcolano ancora col metodo peso su volume)

ANNO	LATTE IN CALDAIA	GRASSO CASEINE FUORI PARAM.	% SUL TOT.	GRASSO CASEINE MEDIA ANNUA	Caseina/Latte MEDIA % (g di Caseina /100g)
2003		407	21,43%	1,004	2,476
2004	1.822	388	21,30%	1,010	2,494
2005	1.745	425	24,36%	1,016	2,504
2006	1.702	436	25,62%	1,022	2,521
2007	1.397	313	22,41%	1,020	2,522
2008	1.614	368	22,80%	1,018	2,554
2009	1.467	183	12,47%	0,991	2,602
2010	1.833	267	14,57%	0,996	2,609
2011	1.831	153	8,36%	0,989	2,614
2012	1.868	217	11,62%	1,001	2,639
2013	1.848	158	8,55%	0,998	2,630
2014	1.819	136	7,48%	0,997	2,608
2015	1.852	199	10,75%	1,006	2,602
2016	1.779	160	8,99%	1,005	2,614
2017	1.881	176	9,36%	1,006	2,637
2018	1.755	122	6,95%	1,002	2,645
2019	1.771	82	4,63%	1,001	2,672
2020	1.370	95	6,93%	1,002	2,679
2021	1.751	109	6,23%	1,005	2,677
2022	1.677	80	4,77%	1,007	2,679
2023	1.555	65	4,18%	0,994	2,720
Variazione rapporto medio Grasso Caseine 2023/2008			-2,33%		
Variazione casi di analisi al difuori dei parametri 2023/2008			- 81,67%		
Incremento rapporto Caseina / latte (g/100g) 2023/2008			+ 6,50%		
Incremento rapporto Caseina / latte (g/100g) 2023/2003			+ 9,84%		

Nota 1

Circolare 16-05-2008 sul rapporto grasso caseine che ha istituito il parametro: 0,80 - 1,05 per le due munte decremate e minore di 1,15 per le due munte, di cui una decremata

Di seguito si riportano le analisi medie condotte sul latte in caldaia e sul latte all'arrivo in caseificio, offrendo uno spaccato sia temporale (ove le differenze sono legate alla stagionalità) e per zona geografica di produzione da dove emerge che in tutte le province con lavorazione tradizionale i valori della caseina sono compresi tra 2,691 e 2,785, con un significativo miglioramento qualitativo rispetto al dato medio 2003 che si attestava a 2,476. La provincia di Trento mostra valori ancora più elevati in quanto, come noto, produce con una tecnica diversa, prevista dal disciplinare.

Anno 2023: medie analisi provinciali sul latte in caldaia e arrivo

PROVINCE	fosf. lat. arrivo	gr. lat. arrivo	pr. lat. arrivo	fosf. lat. cald.	gr. lat. cald.	pr. lat. cald.	cas. lat. cald.	gr./cas.
BERGAMO				5.288	2,681	3,444	2,710	0,989
BRESCIA	4.438	3,99	3,45	5.163	2,684	3,419	2,705	0,992
CUNEO				5.311	2,765	3,535	2,785	0,993
CREMONA				5.055	2,765	3,453	2,731	1,013
LODI/PAVIA				5.167	2,700	3,476	2,746	0,983
MANTOVA				4.855	2,700	3,424	2,712	0,995
PIACENZA				5.214	2,663	3,417	2,691	0,990
PADOVA E ROVIGO				4.509	2,706	3,450	2,752	0,983
TRENTO				5.132	2,833	3,515	2,809	1,008
VICENZA				4.404	2,712	3,439	2,745	0,988
VERONA				4.400	2,663	3,384	2,694	0,988

Anno 2023: medie analisi mensili sul latte in caldaia e arrivo

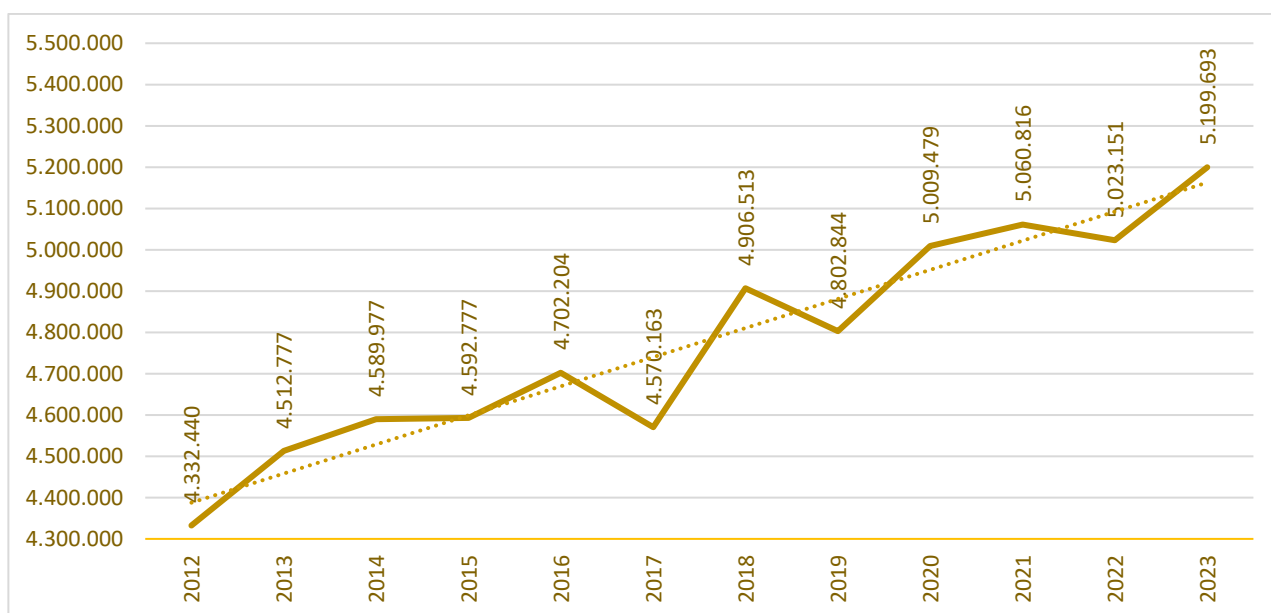
MESI	fosf. lat. arrivo	gr. lat. arrivo	pr. lat. arrivo	fosf. lat. cald.	gr. lat. cald.	pr. lat. cald.	cas. lat. cald.	gr./cas.
GENNAIO	4.922	3,953	3,567	4.651	2,750	3,472	2,730	1,007
FEBBRAIO	3.972	4,070	3,460	4.638	2,766	3,481	2,738	1,010
MARZO	5.623	4,150	3,390	4.598	2,699	3,436	2,719	0,993
APRILE	4.318	4,190	3,430	4.434	2,715	3,418	2,728	0,995
MAGGIO	4.037	3,810	3,370	5.191	2,664	3,371	2,685	0,992
GIUGNO	5.721	3,410	3,335	5.223	2,648	3,357	2,665	0,994
LUGLIO	4.117	3,675	3,470	5.481	2,585	3,324	2,624	0,985
AGOSTO	5.327	3,730	3,370	5.279	2,605	3,348	2,641	0,986
SETTEMBRE	4.927	3,800	3,390	5.337	2,657	3,425	2,718	0,978
OTTOBRE	4.952	4,070	3,500	5.253	2,734	3,486	2,768	0,988
NOVEMBRE	5.392	4,140	3,580	4.790	2,810	3,548	2,827	0,994
DICEMBRE	4.563	4,210	3,560	4.298	2,840	3,555	2,820	1,007

ANDAMENTO USCITE DI FORMAGGIO MARCHIATO DAI MAGAZZINI DEI CONSORZIATI

Elaborando i dati a disposizione del Consorzio circa le giacenze di Grana Padano nei magazzini dei consorziati (formaggio marchiato), le produzioni, le marchiature mensili ed il formaggio retinato, è possibile stimare i flussi di uscita delle forme nei diversi anni. Di seguito si riportano i dati ed il grafico del periodo 2012 – 2023.

ANNO	USCITE	ANNO	USCITE
2012	4.332.440	2018	4.906.513
2013	4.512.777	2019	4.802.844
2014	4.589.977	2020	5.009.479
2015	4.592.777	2021	5.060.816
2016	4.702.204	2022	5.023.151
2017	4.570.163	2023	5.199.693

Uscite di Marchiato 2012-2023



Capitolo 4

SERVIZIO ATTIVITÀ ESTERNE – AUTOCONTROLLO

Il servizio Attività Esterne ed Autocontrollo affianca la filiera del Grana Padano nelle diverse fasi di produzione del formaggio, verificando il rispetto degli standard di elevata qualità previsti dal disciplinare di produzione del formaggio, accompagnandolo così verso la certificazione “Grana Padano DOP” che è rilasciata da un Ente certificatore esterno ed indipendente, il CSQA Certificazioni srl. L’assoggettamento della filiera ad una attività di controllo su base volontaria è una scelta adottata dall’assemblea dei Consorziati a maggior tutela del Consumatore e a garanzia della qualità del prodotto.

L’attività di autocontrollo prevede esami sul latte destinato a Grana Padano, verifiche sulla temperatura del latte immesso in lavorazione, analisi sul formaggio e l’espertizzazione delle forme di formaggio. Ogni anno viene definito in collaborazione con L’Ente di certificazione un Piano dei controlli ed i risultati delle verifiche effettuate vengono condivise con il CSQA Certificazioni. I controlli eseguiti nel corso del 2023 sono stati superiori a quelli minimi previsti dal Piano dei controlli 2023 e, nel complesso, hanno riportato risultati molto soddisfacenti a riprova della maturità e della consapevolezza di tutti gli attori della filiera. Le non conformità rilevate sono state minime e generalmente di lieve entità.

L’attività è organizzata seguendo procedure che possano garantire la massima imparzialità, prevedendo una continua rotazione degli Esperti e dei prelevatori di campioni di latte nei diversi caseifici.

ATTIVITÀ PRELIEVO LATTE

L’attività riguardante il prelievo di latte è svolta al fine di garantire il rispetto di tutti i valori microbiologici previsti dal disciplinare ed in particolar modo il rispetto del rapporto grasso/caseina del latte utilizzato per produrre Grana Padano.

Nel caso si riscontrino non conformità sul latte, viene applicata la procedura prevista dal disciplinare che prevede prelievi supplementari ed ulteriori controlli successivi del formaggio prodotto con quel latte risultato non conforme all’analisi. Solo le forme in cui i valori risulteranno conformi riceveranno il marchio di qualità del consorzio, mentre quelle non conformi saranno declassate con il procedimento della retinatura.

I campioni di latte prelevati nel corso del 2023 sono stati ben 1.626 (di cui 1.555 in caldaia).

Il servizio Attività Esterne ed Autocontrollo mette a disposizione tre risorse a tempo pieno designate al controllo ed al prelievo del latte. Gli addetti al prelievo dei campioni di latte si rendono sempre disponibili a supportare le maestranze operanti nei caseifici con l’obiettivo di verificare il pieno rispetto del disciplinare.

ATTIVITÀ PRELIEVO FORMAGGIO

Il Piano dei controlli prevede delle analisi da condurre sul formaggio circa un mese prima di quello previsto per accedere alla marchiatura: da alcune forme vengono prelevati dei campioni di formaggio che sono inviati ai laboratori accreditati per procedere con le analisi qualitative (fosfatasi, percentuale di grasso, etc....).

Le forme da analizzare vengono scelte dall'Esperto ("Battitore") messo a disposizione dal Consorzio, scegliendole da produzioni di giorni diversi per rendere i risultati delle analisi più realistici possibili rispetto all'intero mese. Le diverse giornate di produzione vengono individuate grazie al numero univoco di identificazione di ciascuna forma indicato sulla placca di caseina presente sopra ogni forma prodotta.

I risultati delle analisi vengono poi condivisi con l'Ente di certificazione (CSQA Certificazioni S.r.l.). Anch'esso può provvedere alla scelta di alcune forme al fine di effettuare ulteriori analisi qualitative sul prodotto. Una volta che il laboratorio restituisce gli esiti delle analisi, l'Ente di certificazione stabilisce l'idoneità o la non idoneità di ogni partita di formaggio alla marchiatura Grana Padano. Qualora la forma venga classificata come non idonea è presente nel disciplinare la possibilità di richiedere ulteriori verifiche sul prodotto, tra cui la cosiddetta carotatura. Quest'ultima procedura consiste nel prelevamento di campioni cilindrici e sottili di pasta dalle forme scelte a campione riferite alle produzioni delle giornate di parte del mese (carotatura ridotta) o in alcuni casi anche di tutti i giorni del mese (carotatura totale), che vengono successivamente analizzati in laboratorio. Se queste "carote", una volta analizzate, risultassero essere all'interno dei parametri sarà possibile procedere comunque alla marchiatura della partita. In caso contrario, le forme delle giornate aventi esiti non conformi saranno avviate alla retinatura e saranno commercializzate come formaggio duro (non DOP e non Grana Padano).

Nel 2023 i campioni di formaggio prelevati e successivamente analizzati sono stati 1.530, oltre a 102 carotature relative a non conformità. Le analisi sono condotte esclusivamente da laboratori certificati ed autorizzati dal Ministero dell'Agricoltura, della Sovranità Alimentare e delle Foreste.

ATTIVITÀ DI VISITA ISPETTIVA

Secondo le direttive del disciplinare, ogni caseificio ha il dovere di registrare quotidianamente tutti i dati relativi alla raccolta, lavorazione del latte ed alle forme in fase di stagionatura. Il Consorzio, a sua volta, ne analizza la veridicità e correttezza.

Queste attività prendono il nome di "Visite Ispettive", esse vengono effettuate solitamente con cadenza semestrale considerato il limite minimo di due all'anno previsto dal Piano dei controlli. Anche questa attività viene svolta in collaborazione con l'Ente di certificazione CSQA;

quest'ultimo, infatti, organizza anch'esso delle visite ispettive proprie in alternanza alle precedenti per garantire un controllo continuativo ad ogni sito produttivo.

Nel corso del 2023 il Consorzio ha effettuato 210 visite ispettive. Anche quest'anno non sono emerse situazioni di non conformità. Il dato continuativo di rispetto del disciplinare testimonia nuovamente quanto il sistema produttivo del Grana Padano abbia ormai assimilato l'importanza di una corretta tracciabilità di ogni fase produttiva.

Per i caseifici muniti di impianti per il preriscaldamento del latte viene svolta un'ulteriore attività di ispezione focalizzata sulla verifica dei dati riguardanti la temperatura del latte. Quest'ultima viene scaricata dagli apparecchi di controllo installati sull'impianto denominati *data logger*, che vengono poi accuratamente sigillati dal personale del Consorzio. Nel corso del 2023 sono stati effettuati **70 controlli** dai quali non sono emersi casi di non conformità.

ATTIVITÀ DI ESPERTIZZAZIONE

L'attività di espertizzazione è il passaggio fondamentale del servizio "Attività Esterne ed Autocontrollo" e consiste nell'accertamento da parte del personale del Consorzio dell'assenza di difetti nella struttura interna, tramite la battitura a martello, delle forme aventi stagionatura minima di nove mesi compiuti. Il giudizio degli esperti permette di distinguere le forme che potranno essere soggette alla marchiatura di qualità da quelle che dovranno seguire il percorso della retinatura. Una volta effettuata questa distinzione, le forme soggette ad espertizzazione subiscono un'ulteriore classificazione in base alla qualità del prodotto. Alle forme idonee alla marchiatura, viene assegnata una classe di qualità: "Scelto" per i migliori e, a seguire "Zero" o "Uno". Le forme scartate dal processo di espertizzazione possono vengono classificate in classe "Due" o "Tre". Questa ulteriore classificazione ha come obiettivo il calcolo di percentuali relative alla qualità dell'intera partita di formaggio che permette di monitorare costantemente la qualità generale di tutti i caseifici produttori.

Nel caso sorgessero dei dubbi successivi alla battitura a martello, all'esperto è concessa la possibilità di aprire delle forme a campione per visionarne la struttura interna. Qualora i caseifici si trovassero in disaccordo con il giudizio del battitore è tuttavia prevista la possibilità di richiedere l'intervento di un battitore esterno e ripetere l'attività, garantendo un trattamento paritario ed uniforme per tutti i caseifici.

Ogni partita di formaggio, come prevede il disciplinare, deve essere battuta a banchetto (cioè tolto dagli scaffali di stagionatura e portato sul banco di battitura) per almeno il 20% del totale presentato; le restanti forme vengono tutte espertizzate direttamente nelle scaffalature ("scalere").

L'operazione della marchiatura per le forme ritenute idonee dall'Ente certificatore, che considera anche gli esiti delle operazioni di verifica condotte dal Consorzio, è effettuata

direttamente dal personale dei caseifici o degli stagionatori con l'utilizzo delle attrezzature messe a disposizione dal Consorzio, sotto l'occhio vigile del personale Consortile. Il restante formaggio che non ha ottenuto la qualifica di Grana Padano DOP, come già anticipato in precedenza, subirà la retinatura dello scalzo esterno al fine di riconoscere la loro non idoneità alla marchiatura.

Tra i compiti del personale consortile in visita presso i caseifici rientra la pesatura di un campione di forme rappresentative di ciascuna partita di formaggio. La finalità di questo controllo è disciplinata dal decreto numero 295 del Presidente della Repubblica del 30 ottobre 1955 pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale in data 22 dicembre 1955: esso sancisce l'impossibilità di espertizzare forme che possiedono un peso medio inferiore a 24 Kg ed un peso medio superiore ai 40 kg. Il mancato rispetto di questo limite comporterà automaticamente la retinatura della partita.

Il Consorzio raccomanda ad ogni caseificio la scrupolosa preparazione delle forme da esaminare e sottolinea l'importanza di mettere a disposizione del processo un numero di risorse umane adeguato ai volumi di formaggio da controllare ed infine di favorire la massima collaborazione tra le parti.

Nel corso del 2023 le forme espertizzate sono state **5.276.129** di cui 5.131.070 hanno potuto fregiarsi del marchio di qualità mentre le forme retinate sono state 145.059.

ATTIVITÀ MARCHIO RISERVA “OLTRE 20 MESI”

Per le forme di Grana Padano che hanno maturato una stagionatura di almeno 20 mesi è possibile richiedere l'apposizione del marchio “Riserva Oltre 20 mesi”. Prima dell'apposizione del marchio, gli Esperti del Consorzio procedono ad una ulteriore battitura “a banchetto” di tutte le forme di Grana Padano da marciare. Alla chiusura dell'esercizio conclusosi il 31 dicembre 2023 sono state marchiate “Riserva Oltre 20 mesi” ben 412.977 forme di Grana Padano DOP.

Capitolo 5

CERTIFICAZIONE SISTEMA QUALITÀ E SICUREZZA

QUALITÀ

Seguendo le indicazioni degli Amministratori e della Direzione, la struttura consortile ha operato per ottenere e mantenere nel tempo gli standard procedurali necessari all'ottenimento ed al mantenimento della certificazione ISO 9001. La Politica della Qualità è definita dal Direttore Generale e, come noto, è disponibile anche in un breve ma significativo video realizzato per illustrarla anche visivamente e in maniera più moderna e accattivante (www.granapadano.it/it-il-consorzio.aspx).

Il "Riesame della Direzione" ha confermato l'andamento positivo dei servizi e valutato positivamente i risultati operativi conseguiti, determinando i nuovi obiettivi di miglioramento.

Le risorse, anche grazie ai nuovi innesti, appaiono adeguate ai servizi erogati ai consorziati. I servizi sono efficacemente gestiti dai rispettivi responsabili, che dimostrano di avere raggiunto alti livelli di professionalità. Più in generale, tutto il personale ha dimostrato affidabilità e dedizione.

Si sono inoltre svolti diversi incontri con i collaboratori di ciascun processo per la conferma del contesto, rischi e opportunità collegati, requisito obbligatorio per la ISO 9001, nonché le verifiche ispettive interne per ciascun processo/servizio, effettuate da un valutatore indipendente, in preparazione alla verifica di mantenimento della certificazione UNI EN ISO 9001:2015.

A seguito della verifica, l'ente valutatore "CSQA Certificazioni Srl" ha **confermato la certificazione del Sistema Qualità consortile, in conformità alla norma UNI EN ISO 9001:2015.**

SICUREZZA

Per quanto riguarda gli obblighi previsti in tema di **salute e sicurezza sul lavoro**, sono state regolarmente svolte le attività formative e di aggiornamento in programma e le visite mediche del personale da parte del Medico Competente previste dalla sorveglianza sanitaria. Sono stati monitorati i presidi antincendio e di primo soccorso, secondo quanto previsto dal decreto legislativo 81/08 e si è tenuta la riunione periodica del Servizio di Prevenzione e Protezione.

Nel corso del 2023, sono inoltre state assunte alcune ulteriori importanti iniziative in termini di sicurezza. In particolare, è stata commissionata ad una professionista specializzata una ricognizione e valutazione in merito alla situazione della prevenzione incendi, che ha evidenziato alcuni rilievi, ai quali ci si è attivati per porre rimedio.

È stata inoltre effettuata una verifica tesa a valutare la statica della struttura (carico limite del solaio di piano) e la vulnerabilità sismica dei fabbricati del Consorzio, che ha evidenziato la necessità di alcuni interventi di adeguamento, che saranno programmati a breve.

AMBIENTE

Nel corso del 2023 è stato avviato il processo per giungere alla **certificazione ambientale**. Al riguardo, la disamina sullo stato di conformità alle principali legislazioni ambientali ha evidenziato alcuni inconvenienti che al momento ostacolano il rilascio della certificazione in questione e che ci si sta attivando per eliminare quanto prima. Si sta nel frattempo comunque procedendo con l'implementazione del sistema, in modo da poter poi effettuare la verifica di certificazione nei tempi più rapidi.

INTEGRAZIONE DELLA CERTIFICAZIONE DEI SISTEMI QUALITÀ, SICUREZZA E AMBIENTE

Sebbene la **certificazione del Sistema Sicurezza** non sia allo stato obbligatoria per legge, si ritiene comunque importante ed opportuno ottenere detta certificazione **secondo lo schema ISO 45001**, tenuto conto che:

- La materia della Sicurezza sul lavoro rientra fra quelle a cui si applicano le previsioni del D. Lgs. n. 231/2001 in tema di responsabilità amministrativa delle persone giuridiche;
- L'adozione di un SGSL riduce significativamente gli infortuni;
- Un'eventuale indagine giudiziaria per la verifica della corretta adozione ed attuazione del Modello di organizzazione e gestione idoneo ad avere efficacia esimente della responsabilità amministrativa delle persone giuridiche, per un sistema certificato, dovrebbe verosimilmente risultare meno gravosa;
- In caso di adozione di un SGSL certificato si può chiedere la riduzione del premio INAIL, abbattendo quindi i costi per l'adozione del sistema stesso.

Considerazioni analoghe valgono per la **certificazione del Sistema per la Gestione Ambientale**, tenuto conto che l'estensione del sistema sanzionatorio del D. Lgs. n. 231/2001 anche ai reati ambientali, rende necessario prevedere, anche in questo ambito, un adeguato sistema di gestione a carattere esimente e che, come già rilevato in tema di sicurezza sul lavoro, anche in questo caso l'adozione di **Sistema per la Gestione Ambientale** certificato **secondo la norma ISO 14001** può offrire garanzie migliori anche in questo settore.

Si è pertanto ritenuto opportuno intraprendere un percorso che porterà alla piena integrazione fra i due diversi Sistemi di Gestione, ovvero il Sistema di Gestione della Sicurezza sul Lavoro certificato secondo la norma ISO 45001 e il Sistema per la Gestione Ambientale certificato secondo la norma ISO 14001.

L'adozione dei Sistemi di Gestione per la Sicurezza e l'Ambiente certificati, rispettivamente, secondo le norme ISO 45001 e ISO 14001, consentirà dunque, da un lato di dotare il Consorzio di un idoneo modello organizzativo per la prevenzione dei reati previsti dal D.Lgs 231/2001 in ambito di sicurezza e ambiente e, dall'altro, si gioverà della possibilità di una piena integrazione tra le due norme e il **Sistema di Gestione Qualità** certificato **in conformità alla norma UNI EN ISO 9001:2015** di cui il Consorzio è già dotato, con le connesse virtuose sinergie, in termini di economia di attività e di conseguenti risparmi di costi, oltre che di coerenza e generale tenuta del sistema complessivo delle certificazioni delle attività del Consorzio, con le relative ricadute in termini di immagine, credibilità e affidabilità dell'operato del Consorzio.

Capitolo 6

MANUTENZIONE PATRIMONIO IMMOBILIARE

Il patrimonio immobiliare del Consorzio consiste nei terreni e nei fabbricati siti in Desenzano del Garda ove lo stesso ha la sua sede. Oltre al terreno pertinenziale ai fabbricati, il Consorzio è proprietario di terreni adiacenti (1,62 ha) destinati a vigneto (Lugana DOP). A partire dall'esercizio 2023 il vigneto, dal quale si produce il vino Lugana denominato *Degrana* e destinato ad accompagnare la promozione del Grana Padano, è stato concesso in locazione.

Annualmente il Consorzio provvede sistematicamente alla verifica ed alla manutenzione degli impianti secondo un programma di manutenzione prestabilito.

Nel corso dell'anno è stata iniziata una riorganizzazione della dislocazione degli uffici interni per garantire una distribuzione più razionale ed omogenea dei vari servizi che costituiscono il Consorzio, è stato infatti recuperato un ambiente successivamente destinato all'ufficio acquisti e sono state acquistate scrivanie e mobili nuovi rispettivamente per gli uffici acquisti e marketing.

Seguendo le prescrizioni della vigente normativa, sono state eseguite semestralmente le analisi per la ricerca della legionella su campioni prelevati sulle centrali trattamento aria, sulle condutture dell'aria primaria, ventilconvettori, docce, rubinetterie varie, eccetera, in linea con le "linee guida per la prevenzione ed il controllo della legionellosi" da tempo adottate dal Consorzio, nonché la ricerca delle eventuali fughe di gas delle pompe di calore e delle celle frigorifere ai sensi del regolamento UE n° 517/2014.

Anche in materia ambientale si è operato in ottemperanza alle vigenti normative, sia per quanto riguarda la raccolta differenziata dei rifiuti, nonché nello smaltimento di quelli speciali (fascere usurate, placche di caseina, vecchi faldoni dagli archivi ecc.).

La sede consortile è stata oggetto, nell'estate 2023, di una grandinata di particolare violenza che ha danneggiato i tetti di tutti gli stabili, finestre e tettoia del magazzino C, pensiline per deposito bici e motocicli, impianto di irrigazione del vigneto, l'insegna luminosa principale oltre ad avere portato al danneggiamento di molte autovetture consortili e non presenti in sede in quel momento. Il ripristino delle coperture sarà realizzato nel corso del 2024.

Capitolo 7

CODICE ETICO E MODELLO DI ORGANIZZAZIONE GESTIONE E CONTROLLO D.LGS 231/2001

Il Consorzio ha adottato un Modello Organizzativo ex D.lgs. 8 giugno 2001 n. 231 sin dal 2009. L'Organismo di Vigilanza in carica, nella composizione di cui alla delibera del Consiglio di amministrazione del 2 luglio 2020, è composto da tre membri esterni al Consorzio:

- Dott. Fabio Fada – Dottore commercialista (Presidente);
- Dott. Alberto Alberti – Revisore legale;
- Avv. Piergiorgio Vittorini – Avvocato penalista.

Alle riunioni dell'Organismo di Vigilanza ha facoltà di partecipare, a sua discrezione, anche il Presidente del Collegio Sindacale, Dott. Francesco Landriscina, al fine di garantire il necessario collegamento funzionale con l'Organo di Controllo, ed ha presenziato anche il caposervizio affari legali del Consorzio, Dott. Alessandro Chiarini che, come da delibera del Consiglio di amministrazione del 2 luglio 2020, è incaricato di fornire all'Organismo di Vigilanza supporto e collaborazione.

Il Consiglio di amministrazione, nella seduta del 5 dicembre 2023, ha aggiornato il proprio Modello di organizzazione, gestione e controllo idoneo a prevenire il compimento dei reati previsti dal Decreto Legislativo 231/2001 che, con il Codice Etico, costituisce il presidio posto in essere dal Consorzio per la prevenzione del compimento dei reati stessi.

Si ricorda, a tal proposito, che sono di competenza del Consiglio di amministrazione (in conformità all'art. 6, comma 1, lettera a) del Decreto in oggetto) le successive modifiche e integrazioni del Modello del Consorzio eventualmente necessarie, in modo da renderlo idoneo anche alla prevenzione dei reati introdotti dal legislatore nel corso del tempo.

Il recente aggiornamento del Modello è stato allineato al parallelo progetto di riorganizzazione effettuato dal Consorzio volto ad apportare una serie di modifiche al sistema di rilevazione dei fatti gestionali, anche attraverso la digitalizzazione di alcuni processi, con un duplice scopo: incrementare la capacità di pianificare, controllare e rendicontare i costi di gestione del Consorzio e, contemporaneamente, meglio definire le aree di responsabilità dei diversi uffici, Tale modo di procedere ha fatto sì che l'aggiornamento del Modello abbia potuto tenere in debito conto anche gli impatti operativi ed organizzativi di tale processo di riorganizzazione.

In particolare, in seguito all'entrata in vigore del D.Lgs. 10 marzo 2023, n. 24 di "Attuazione della direttiva (UE) 2019/1937 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 23 ottobre 2019, riguardante la protezione delle persone che segnalano violazioni del diritto dell'Unione e recante disposizioni riguardanti la protezione delle persone che segnalano violazioni delle disposizioni

normative nazionali” (cd. whistleblowing) pubblicato nella Gazzetta Ufficiale in data 15 marzo 2023, e le cui disposizioni hanno avuto effetto per il Consorzio a decorrere dal 17 dicembre 2023, data a partire dalla quale sono scattati i nuovi requisiti circa processi e strumenti di raccolta di segnalazioni interne, il Consorzio ha proceduto ad aggiornare la propria procedura di segnalazioni illeciti e misure a tutela del segnalante (c.d. Whistleblowing) secondo quanto richiesto da tale normativa.

Nel periodo in considerazione si sono succedute quattro riunioni dell’Organismo di Vigilanza, durante le quali l’OdV. ha agito:

- Effettuando l’attività di controllo e di verifica anche attraverso l’analisi dei flussi informativi periodici inviati dalle singole funzioni aziendali coinvolte (amministrazione, amministrazione del personale, tesoreria, acquisti servizi e consulenze, sicurezza e salute sul lavoro/formazione del personale, vigilanza, espertizzazione e marchiatura);
- Incontrando, il 23 febbraio 2023 ed il 6 dicembre 2023, i responsabili della società di revisione e il Collegio Sindacale del Consorzio, al fine di reciproco scambio di informazioni e anche al fine di un efficace ed efficiente coordinamento delle rispettive attività di verifica su aree comuni o contigue;
- Procedendo, nell’ambito dei controlli, ad autonome verifiche in merito ai protocolli adottati dal Consorzio, relativi alla gestione di “consulenze e prestazioni professionali”, dei “flussi monetari e finanziari”, dei “contributi da Enti pubblici”, del “sistema di sicurezza e salute sul luogo di lavoro”, delle “visite ispettive da parte della P.A.”, della “contraffazione alimentare ed uso dei marchi e segni distintivi tramite la gestione attività servizio di vigilanza, tutela e salvaguardia del Grana Padano DOP”, di “omaggi, liberalità e sponsorizzazioni” e di “gestione del personale e note spese dei dipendenti”.

L’Organismo di Vigilanza ha provveduto a definire e sottoporre preventivamente al Consiglio di amministrazione il proprio Piano delle Attività previste. Dell’Attività realizzata è stato reso edotto il Consiglio di amministrazione attraverso la redazione di relazioni semestrali in merito alle attività svolte dall’Organismo di Vigilanza.

Dalle ispezioni effettuate non sono emersi rilievi o elementi di specifiche anomalie ed è stato riscontrato il rispetto delle procedure da parte della struttura organizzativa. Nel periodo in considerazione, anche con riferimento alla procedura in essere relativa alla gestione di Segnalazioni di Illeciti e misure a tutela del segnalante (c.d. Whistleblowing) ai sensi della Legge n° 179 del 30 novembre 2017 e successivamente modificata ai sensi del nuovo D.lgs n.24/2023, non sono pervenute all’Organismo di Vigilanza segnalazioni di criticità e/o anomalie.

Capitolo 8

VIGILANZA

Nel corso del 2023 è proseguita la ridefinizione dell'assetto operativo dell'attività di vigilanza avviata nel 2021; nello specifico sono stati ulteriormente implementati i moduli ispettivi strutturali con l'introduzione delle seguenti attività:

- a. svolgimento in forma autonoma del 50% dell'attività di monitoraggio ispettivo presso i punti vendita ubicati in territorio europeo (n. 1.200 punti vendita); la restante aliquota del carico operativo è stata monitorata dalla Studio Consul s.r.l.;
- b. gestione diretta delle operazioni di rilevazione delle giacenze di prodotto in fase di avvio delle verifiche documentali semestrali presso i confezionatori grattugiatori (tale attività è stata svolta fino al 31 dicembre 2022 da n. 2 ispettori con qualifica di tutor appartenenti a CSQA s.r.l.).

Nell'ambito delle attività ispettive complessivamente condotte nell'anno, sia quelle dirette ai confezionatori, sia quelle rivolte alla grande distribuzione, è stato mantenuto elevato il numero dei riscontri di carattere documentale finalizzati alla rintracciabilità del prodotto finito nonché alla verifica dei requisiti e delle caratteristiche attribuite al medesimo nel segmento espositivo.

Anche per l'anno 2023 l'attività di vigilanza e tutela si è conclusa con il pieno conseguimento sia degli obiettivi annuali previsti dal "Programma dei controlli sul Grana Padano", definito congiuntamente dal Presidente del Consorzio e dal Direttore dell'Ufficio Territoriale ICQRF Lombardia di Milano, sia degli obiettivi numerici stabiliti dal responsabile del servizio Vigilanza e Tutela per le ulteriori attività ispettive extra-programma di carattere autonomo. Le attività ispettive e di tutela della denominazione protetta condotte nel corso del 2023 sono compendiate nella tabella che segue:

ATTIVITÀ SVOLTE	N.
Visite ed ispezioni presso punti vendita nazionali	3.341
Visite ed ispezioni presso punti vendita esteri	2.449
Ispezioni presso confezionatori	700
Ispezioni presso titolari di licenze semplificate (CET)	66
Ispezioni presso magazzini di stagionatura	20
Controlli e-commerce	12
Controlli sulla stagionatura del prodotto confezionato	554
Controlli sulla rintracciabilità	683
Controlli sul retinato	85
Controlli a contrasto dell'impiego di latte estero	26
Controlli sull'attività di grattugia festiva/notturna	49
Sopralluoghi per il rilascio di autorizzazioni	14
Prelevamenti di campioni	159
Sanzioni amministrative irrogate ai sensi del D.lgs. n. 297/2004	10
Irregolarità segnalate al Comitato di Gestione	12

VERIFICA DELLE CONDIZIONI DI CUI ALL'ART. 39 DELLO STATUTO CONSORTILE

Anche nel corso del 2023 sono state condotte specifiche attività di analisi documentale finalizzate a riscontrare il possesso dei requisiti di cui all'art. 39 dello Statuto (volumi di commercializzazione di formaggi simili) in capo ai membri del Consiglio d'Amministrazione consortile. In particolare, nell'ambito di tali accertamenti sono stati analizzati i dati e le corrispondenti evidenze documentali di natura amministrativo-contabile afferenti ai volumi di commercializzazione di Grana Padano e di formaggi simili conseguiti nel corso dell'anno 2022 dalle aziende ad essi riconducibili. Ad ultimazione degli accertamenti esperiti, le prescrizioni di cui all'art. 39 dello Statuto oggetto di analisi sono risultate rispettate.

ATTIVITÀ SVOLTE IN COLLABORAZIONE CON SOGGETTI TERZI

Ad integrazione delle attività del Servizio Vigilanza e Tutela sono state svolte, in collaborazione con soggetti terzi, anche le seguenti attività:

ATTIVITÀ SVOLTE IN COLLABORAZIONE CON TERZI	N.
Monitoraggio di siti web Italia/estero (Studio Perani Pozzi Associati)	3
Visite presso punti vendita estero (Studio Consul s.r.l.)	1.233
Verifiche documentali (Carbone V. – Proietti B.G. – Zagaria G.)	70

ATTIVITÀ DI SERVIZIO SVOLTE IN COLLABORAZIONE CON UFFICI ICQRF TERRITORIALI

Nel corso del 2023 sono state svolte distinte attività di servizio in collaborazione con gli uffici territoriali ICQRF di Asti, Conegliano (TV) e Milano.

In tale contesto, tra le attività connotate di maggiore rilievo, si evidenzia l'intervento eseguito presso un confezionatore dove è stata rilevata l'immissione in lavorazione di sfridi derivanti da operazioni di scrostatura, asseritamente qualificati come Grana Padano; gli stessi sono stati ritenuti non conformi in quanto realizzati in assenza del personale dell'organismo di certificazione (condizione prevista dal Piano dei Controlli per tale tipologia di sfridi).

Il prodotto in questione, per un quantitativo pari a kg. 297, è stato dapprima sottoposto a sequestro e successivamente declassato a formaggio comune; al confezionatore è stata irrogata la sanzione amministrativa prevista dall'art. 1, comma 1 del D.Lgs. n. 297/2004 (da € 2.500 a € 16.000).

VISITE ED ISPEZIONI PRESSO PUNTI VENDITA

Nel corso delle visite e delle ispezioni effettuate presso i punti vendita nazionali, gli agenti vigilatori hanno effettuato verifiche tese a riscontrare il corretto utilizzo della denominazione e del marchio Grana Padano controllando, ad esempio, la presenza dei loghi e delle indicazioni prescritte dal Consorzio sulle confezioni di prodotto esposte, l'autorizzazione alla

commercializzazione di prodotti alimentari composti con richiamo della denominazione protetta; la corretta indicazione delle informazioni destinate al consumatore sui pannelli pubblicitari e sui cartellini espositivi; l'effettività della stagionatura attribuita al prodotto; le modalità di esposizione del medesimo (che devono essere tali da non ingenerare possibilità di confusione nel consumatore con riferimento a prodotti simili) nonché eventuali indebiti utilizzi della denominazione protetta. Le situazioni di non conformità rilevate in tale contesto operativo, nei casi di meri errori materiali sanabili, sono state risolte, direttamente dagli agenti vigilatori operanti che nelle rispettive circostanze hanno fornito le indicazioni necessarie, mentre nei casi di gravi violazioni in tema di utilizzo alla denominazione protetta gli interventi si sono conclusi con l'irrogazione di sanzioni pecuniarie e con il sequestro o la rimozione dal mercato dei prodotti oggetto della condotta fraudolenta.

Tra le situazioni meritevoli di menzione si evidenziano le seguenti:

- irrogazione di una sanzione amministrativa (da € 3.000 a € 20.000) a carico di n. 1 punto vendita nazionale responsabile di aver posto in commercio porzioni di Grana Padano a cui era stata attribuita una stagionatura non ancora conseguita;
- irrogazione di una sanzione amministrativa (da € 3.000 a € 20.000) e rimozione del prodotto dal commercio a carico di n. 1 punto vendita nazionale responsabile di aver usurpato la denominazione protetta Grana Padano attribuendola ad un formaggio simile.

L'attività ispettiva condotta presso i punti vendita nazionali ha altresì portato all'individuazione di n. 1 azienda operante nel settore dei preparati alimentari che, in violazione di quanto previsto dall'art. 1, comma 1, lettera c) del D.Lgs. n. 297/2004, utilizzava sulle confezioni dei prodotti commercializzati la denominazione protetta Grana Padano in assenza della prescritta autorizzazione consortile. In relazione a tale condotta è stata irrogata all'azienda la sanzione amministrativa prevista (da € 2.500 a € 16.000).

Le ispezioni eseguite presso i punti vendita sono state distribuite sul territorio nazionale come di seguito indicato:

Nord	1.528
Centro	1.003
Sud e Isole	810

I risultati complessivamente conseguiti in tale ambito sono i seguenti:

Attività di contrasto alle frodi in commercio - Interventi eseguiti	2
Confezioni di prodotto sequestrate o rimosse	38
Kg di prodotto sequestrato/rimosso	27
Sanzioni pecuniarie irrogate - da € 3.000 a € 20.000	2
Sanzioni pecuniarie irrogate - da € 2.500 a € 16.000 (uso della denominazione protetta non autorizzato)	1
Altri interventi - Situazioni risolte dagli agenti vigilatori	25

ISPEZIONI PRESSO CONFEZIONATORI

Nel corso delle visite ispettive eseguite presso i confezionatori sono state rilevate 2 distinte situazioni da cui sono scaturiti altrettanti provvedimenti di carattere sanzionatorio (da € 3.000 a € 20.000) per accertata difformità tra la stagionatura indicata sulle confezioni del prodotto e quella effettiva della materia prima. In altre circostanze gli agenti vigilatori hanno fornito specifiche indicazioni in tema di rintracciabilità e stagionatura del prodotto, di idoneità delle confezioni e di adempimenti documentali. In un caso, è stata segnalata al Comitato di Gestione l'irregolare compilazione delle schede di lavorazione consortili da parte di n. 1 confezionatore; in relazione a tale circostanza è stata irrogata una sanzione pari ad € 1.000.

ISPEZIONI PRESSO TITOLARI DI LICENZE SEMPLIFICATE (CET)

Nel corso delle visite presso i titolari di licenze semplificate non sono state rilevate situazioni ritenute suscettibili di sviluppi operativi o meritevoli di provvedimenti di carattere sanzionatorio; in talune circostanze sono state tuttavia fornite specifiche indicazioni in tema di rintracciabilità della materia prima impiegata e di idoneità delle confezioni.

ISPEZIONI PRESSO MAGAZZINI DI STAGIONATURA

Nell'ambito delle visite eseguite presso i magazzini di stagionatura, si è proceduto a verificare il rispetto degli adempimenti previsti dalle Circolari consortili in materia di movimentazione del formaggio retinato e la corretta denominazione del prodotto nei documenti di vendita emessi in sede di commercializzazione del medesimo. Relativamente al primo aspetto, sono state rilevate 7 situazioni di non conformità, successivamente sanzionate dal Comitato di Gestione, mentre con riferimento al secondo non sono state rilevate situazioni suscettibili di provvedimenti di carattere sanzionatorio.

CONTROLLI SULLA STAGIONATURA DEL PRODOTTO CONFEZIONATO

Nell'ambito dei controlli relativi alla verifica dell'effettività della stagionatura attribuita al prodotto, condotti sia presso i confezionatori sia presso i punti vendita nazionali, sono state rilevate le situazioni che hanno portato complessivamente all'irrogazione di 3 provvedimenti di carattere sanzionatorio; 1 nei confronti di un punto vendita e 2 nei confronti di confezionatori autorizzati.

CONTROLLI SULLA RINTRACCIABILITÀ

Nell'ambito dei controlli relativi alla rintracciabilità, eseguiti sia presso i confezionatori sia presso i punti vendita nazionali, e rivolti sia alla materia prima che ai prodotti semilavorati e finiti, non sono state rilevate situazioni ritenute suscettibili di sviluppi operativi o meritevoli di

provvedimenti di carattere sanzionatorio; in talune circostanze sono state tuttavia fornite specifiche indicazioni in merito, evidenziando l'opportunità di integrare le scritture con ulteriori riferimenti o elementi di dettaglio.

CONTROLLI SUL RETINATO

Nel corso delle visite ispettive eseguite presso i confezionatori, gli agenti vigilatori operanti hanno proceduto alla rilevazione di eventuali giacenze di forme di formaggio retinato; tale dato è stato successivamente posto a raffronto con le comunicazioni pervenute al Consorzio ai sensi della nota n. 2238 del 03.10.2002, al fine di verificare se la cessione delle forme in questione sia stata regolarmente notificata. In esito ai riscontri eseguiti nel corso dell'anno sono state rilevate n. 2 situazioni di non conformità, successivamente sanzionate dal Comitato di Gestione.

CONTROLLI A CONTRASTO DELL'IMPIEGO DI LATTE ESTERO

Al fine di individuare e contrastare il possibile impiego di latte estero presso i caseifici produttori di Grana Padano, sono state eseguite specifiche attività di ricognizione notturna finalizzate a rilevare l'eventuale transito di mezzi adibiti al trasporto di latte muniti di targa estera. Nel corso di tali attività non sono state rilevate situazioni suscettibili di intervento operativo.

CONTROLLI SULL'ATTIVITÀ DI GRATTUGIA FESTIVA/NOTTURNA

Al fine di verificare che le operazioni di grattugia avvengano nel rispetto del calendario delle lavorazioni preventivamente comunicato dai confezionatori-grattugiatori all'ente di certificazione, organismo preposto ad assistere alla totalità di tali operazioni, sono state eseguite specifiche attività di ricognizione presso gli stabilimenti produttivi, sia notturne che diurne, sia feriali che festive e prefestive. Nel corso di tali attività, svolte in giorni e fasce orarie "fuori calendario", non sono state rilevate situazioni suscettibili di intervento operativo.

SOPRALLUOGHI PER RILASCIO DI AUTORIZZAZIONI

Nel corso dell'anno sono stati effettuati n. 4 sopralluoghi finalizzati alla rilevazione di taluni requisiti di idoneità dei locali e delle attrezzature di altrettante aziende che hanno richiesto, e successivamente ottenuto, l'autorizzazione consortile al porzionamento del prodotto.

PRELEVAMENTI DI CAMPIONI

L'attività di prelievo campioni, seguita dalle rituali indagini chimiche-organolettiche di laboratorio, è stata orientata principalmente ai confezionatori ed ai punti vendita della grande distribuzione organizzata, sia nazionali che europei. Presso i confezionatori si è proceduto essenzialmente al prelievo di porzioni al fine di verificare che il latte impiegato per la

realizzazione del prodotto non sia stato sottoposto a processi di termizzazione, nonché al prelievo di sfridi derivanti da lavorazioni di porzionatura da destinare alla successiva produzione di Grana Padano grattugiato per verificarne l'autenticità; presso i punti vendita e le aziende autorizzate all'uso della DOP si è invece proceduto principalmente al prelievo di campioni di Grana Padano grattugiato al fine di verificarne il corretto tenore di croste, il profilo amminoacidico e l'autenticità.

Nell'ambito di tale attività si è proceduto all'irrogazione di una sanzione amministrativa (da € 2.000 a € 13.000) a carico di n. 2 confezionatori responsabili di aver posto in commercio confezioni di Grana Padano grattugiato contenenti un quantitativo di crosta risultato essere superiore al parametro del 18% previsto dal Disciplinare di Produzione;

In particolare:

Prelevamenti eseguiti presso confezionatori	91
Prelevamenti eseguiti presso punti vendita nazionali	61
Prelevamenti eseguiti presso punti vendita esteri	130
Prelevamenti eseguiti presso aziende autorizzate all'uso della DOP	7
Prelievi di sfridi	15
Sanzioni pecuniarie irrogate (eccessi di crosta) - da 2.000€ a 13.000€	2
Sanzioni consortili irrogate (eccessi di crosta da prelievi all'estero) 1.000€	0

CONTROLLI E-COMMERCE

L'attività di monitoraggio dei mercati virtuali nazionali è stata rivolta all'individuazione di inserzioni pubblicitarie ingannevoli, utilizzi impropri o fraudolenti della denominazione, fenomeni di evocazione, usurpazione e di ogni altra pratica commerciale e pubblicitaria consistente nell'indebito sfruttamento della rinomanza del marchio e della denominazione protetta.

I risultati complessivamente conseguiti in tale ambito sono i seguenti:

Siti selezionati	12
Diffide a rimuovere le non conformità inviate ai titolari dei siti	12
Diffide ottemperate	11
Sanzioni pecuniarie irrogate per inadempimento della diffida - da 2.000€ a 13.000€	1

MONITORAGGIO DI SITI WEB ESTERI

A decorrere dall'anno 2023, l'attività di vigilanza svolta autonomamente da questo ufficio nel settore dell'*e-commerce* è stata implementata a seguito dell'attivazione della piattaforma digitale gestita da Griffeshield s.r.l., società associata ad Indicam ed Origin specializzata nell'*online brand protection* con sede a Quarto d'Altino (VE) ed unità locali a Milano e Pechino, operante nel settore della proprietà industriale e dei servizi informatici connessi

all'identificazione ed analisi delle informazioni. Il crescente sviluppo del settore *e-commerce*, dei *social media* e del "metaverso" ha posto in evidenza la necessità di dotarsi di strumenti di carattere tecnologico idonei a contrastare possibili fenomeni di utilizzo improprio della denominazione protetta nonché l'associazione di quest'ultima a prodotti simili o comunque ad altri articoli non aventi diritto a fregiarsi della medesima. Al fine di conferire massima ampiezza di azione alle iniziative di tutela da esperire in tale contesto, ed al contempo disporre di uno strumento dinamico, flessibile ed efficace rispetto alle esigenze di intervento, si è ritenuto di affidare l'attività di monitoraggio del *web* ad una primaria società operante in tale ambito orientandola all'individuazione di domini internet abusivi, di utilizzi non autorizzati di marchi, di fenomeni di concorrenza sleale, di contraffazioni, di reputazione negativa e di violazione del *copyright*.

L'impiego della piattaforma ha consentito di analizzare n. 947 annunci presenti sul *web* (*marketplace, digital store e social media*) e di attivare n. 167 iniziative di rettifica o rimozione degli annunci ritenuti lesivi della denominazione protetta.

Oltre alle attività svolte autonomamente è proseguito il monitoraggio del *web* condotto in collaborazione con lo Studio Legale Perani; in tale contesto, nel corso dell'anno sono stati rimossi o comunque regolarizzati n. 38 annunci recanti indicazioni o informazioni ritenute non conformi al Disciplinare di Produzione del Grana Padano o associazioni di prodotti simili ritenute illecitamente evocative.

VISITE PRESSO PUNTI VENDITA UBICATI ALL'ESTERO

Nell'ambito dell'attività di monitoraggio dei punti vendita ubicati all'estero sono stati visitati complessivamente 2.449 esercizi commerciali localizzati in 18 Stati europei (Austria, Belgio, Croazia, Danimarca, Estonia, Francia, Finlandia, Germania, Inghilterra, Lettonia, Lituania, Olanda, Polonia, Repubblica Ceca, Romania, Russia, Slovenia, Spagna e Svizzera). In tale contesto sono stati realizzati 130 prelevamenti di prodotto grattugiato, successivamente sottoposto sia ad analisi di laboratorio finalizzate a verificarne i requisiti di conformità al Disciplinare di Produzione, sia a specifici riscontri di rintracciabilità nell'ambito delle verifiche documentali svolte nei confronti dei confezionatori grattugiatori.

VISITE PRESSO RISTORATORI

Nel 2023 sono stati visitati n.107 esercizi pubblici (bar con cucina, osterie, trattorie, ristoranti) presenti sul territorio nazionale presso i quali si è proceduto, in via preliminare, a rilevare l'eventuale presenza di indicazioni o richiami della DOP Grana Padano nel menù e, in caso di riscontro positivo, a verificare l'effettiva disponibilità ed autenticità della materia prima.

VERIFICHE DOCUMENTALI

Nel corso dell'anno 2023 sono state eseguite 70 verifiche documentali nei confronti dei confezionatori-grattugiatori; nell'ambito di tali attività ispettive, essenzialmente volte a verificare la congruità tra i quantitativi di formaggio Grana Padano immessi nel circuito di lavorazione del comparto "senza crosta" e quelli dei prodotti finiti realizzati, sono state inoltre condotte specifiche analisi documentali e di rintracciabilità dei lotti. Nel corso delle attività ispettive condotte sono state rilevate n. 3 situazioni di irregolare tenuta o conservazione delle schede di lavorazione consortili successivamente segnalate al Comitato di Gestione; in relazione a tali circostanze sono state irrogate altrettante sanzioni rispettivamente pari ad € 3.000, € 5000 e € 1.500.

Verifiche documentali eseguite	70
Sanzioni irrogate dal Comitato di Gestione	3

ANALISI STATISTICA DEL COMPARTO "SENZA CROSTA" – PERIODO 2014/2023

Si evidenzia, di seguito, l'evoluzione quantitativa della materia prima impiegata nel comparto "senza crosta" nel periodo dal 2014, anno di avvio del piano di "vigilanza fissa" del personale ispettivo del CSQA presso gli impianti di grattugia, al 2023:

ANNO	FORME INTERE E SFRIDI	VARIAZIONE
2014	1.156.000	---
2015	1.220.166	+ 5,6 %
2016	1.301.681	+ 6,7%
2017	1.391.542	+ 6,9 %
2018	1.524.310	+ 9,5 %
2019	1.636.604	+ 7,4 %
2020	1.686.874	+ 3,1 %
2021	1.777.610	+ 5,4 %
2022	1.958.259	+ 10,2 %
2023	2.058.374	+ 5,1 %

Capitolo 9

PROBLEMATICHE TECNICO-SCIENTIFICHE, COMMISSIONE SCIENTIFICA E ATTIVITÀ DI RICERCA

Attraverso i suoi uffici e la Commissione Scientifica (composta da 9 professori/ricercatori che collaborano con 10 esponenti del Consorzio di Tutela e della filiera produttiva) il Consorzio svolge una intensa attività di ricerca, sperimentazione, innovazione e divulgazione per incrementare il valore, la qualità e la sostenibilità della produzione di formaggio Grana Padano. L'Ufficio Tecnico Scientifico del Consorzio offre assistenza alla filiera produttiva nella gestione e nella risoluzione di problematiche connesse alla produzione ed alle certificazioni; conduce analisi e verifiche, promuove e collabora ai progetti di ricerca ed infine gestisce le segnalazioni ed i reclami dei consumatori. Gli esiti delle principali sperimentazioni condotte e gli approfondimenti sulle problematiche produttive più rilevanti trovano spazio di divulgazione in convegni e seminari e nelle pagine curate dall'ufficio di «Grana Padano insieme», l'*House Organ* del Grana Padano diffuso a tutta la filiera.

ATTIVITÀ DI RICERCA E DIVULGAZIONE SCIENTIFICA

Nel rispetto dei propri ruoli, l'Ufficio Tecnico e la Commissione Scientifica hanno collaborato alla gestione alle diverse attività di ricerca di seguito descritte.

Progetto TTGG – The Tough Get Going – “I duri cominciano a giocare”, 2017-2021

Il Progetto, approvato dalla Commissione Europea ha impegnato il Consorzio, in collaborazione con il Politecnico di Milano, l'Università Cattolica del Sacro Cuore, Enersem Srl, Origin Srl, Qualivita, CNIEL ed è finalizzato a promuovere l'utilizzo della metodologia *Product Environmental Footprint* (PEF) sviluppata dalla Commissione Europea per i formaggi a pasta semi dura/dura DOP (approccio multicriterio per valutare le performance ambientali di prodotto lungo il suo ciclo di vita). Grazie all'attività svolta presso le aziende coinvolte (68 produttori latte, 13 caseifici solo per la fase di produzione, 13 caseifici più confezionamento, 6 confezionatori) è stato possibile effettuare una valutazione delle performance ambientali per l'intera filiera di produzione del Grana Padano DOP, dalla stalla al confezionamento, e la conseguente realizzazione di dataset medi ed aggregati. I dataset elaborati sono risultati conformi alla metodologia PEF della Commissione Europea ed hanno ottenuto la certificazione International Reference Life Cycle Data System (ILCD), ponendo così le basi per una futura condivisione dei dati aggregati della filiera del Grana Padano DOP con la comunità scientifica internazionale.

Il progetto ha permesso di giungere alla creazione del software “Strumento di Supporto per le Decisioni Ambientali (SSDA)”, che traduce le linee guida PEF in un sistema di calcolo e di miglioramento dell'intera filiera produttiva.

Il Progetto si è concluso nel 2022 ma ha visto impegnato il Consorzio anche nel 2023, agendo su due distinte linee:

- impegno di diffusione ed informazione verso la filiera produttiva, attraverso l'organizzazione di seminari formativi specifici, in collaborazione con i ricercatori degli enti coinvolti con promozione all'utilizzo del software SSDA. L'invito è stato rivolto a tutti i produttori latte, i caseifici ed i confezionatori. Al fine di coprire l'intero territorio produttivo sono stati calendarizzati tre incontri formativi in tre differenti zone: presso la sede del Consorzio stesso, a Piacenza presso l'Università Cattolica del Sacro Cuore di Piacenza ed infine presso, a Vicenza presso l'Hotel Viest.
- Evoluzione del progetto, attraverso un accordo (in fase di definizione) con Enersem che vedrà il Consorzio entrare nella titolarità del Software e nella governance con lo scopo di promuovere e sostenere il suo aggiornamento (adozione di nuove RCP utilizzabili anche a fini commerciali) e la diffusione nella filiera per disporre sempre più di dati aggregati.

BONECHEES - Biodisponibilità del Calcio

Si è conclusa la ricerca in collaborazione con l'Università Cattolica del Sacro Cuore di Piacenza e 3 diversi dipartimenti dell'Università degli Studi di Milano, relativamente al progetto “*Biodisponibilità del Calcio contenuto nel Formaggio Grana Padano DOP in confronto a quello delle acque minerali e verifica della sua capacità di aumentare la densità minerale ossea in vitro, ex vivo e in vivo – BONECHEESE*”.

L'obiettivo prefissato è stato quello di dimostrare che il formaggio Grana Padano DOP possiede aspetti nutrizionali che possano avvicinare il cittadino al suo consumo non solamente per gli aspetti sensoriali, ma anche per altri elementi connessi al benessere. Si è proceduto considerando l'«effetto matrice» del formaggio, cioè verificando l'effetto dei singoli nutrienti contenuti all'interno del Grana Padano assunti unitariamente, non come se venissero invece assunti singolarmente come degli integratori. Si è valutato l'effetto matrice sulla digeribilità intestinale del calcio in confronto a quello presente nell'acqua minerale; successivamente si è approfondito come il calcio del formaggio possa stimolare la crescita del tessuto osseo in vitro, ex vivo e in vivo (ratti).

Le attività del progetto hanno riguardato:

- la caratterizzazione della matrice Grana Padano e digestione *in vitro* gastrointestinale.
- La determinazione *in vitro* dell'effetto dei digeriti su cellule che depongono matrice ossea (Osteoblasti).
- La Valutazione *ex vivo* dell'assorbimento del calcio contenuto nella matrice Grana Padano e nell'acqua (calcio inorganico CaCO₃).

- La valutazione *in vivo* (modello murino) dell'effetto di diverse diete contenenti Grana Padano o calcio inorganico.

In ambito nutrizionale, a parità di quantità di calcio assunto, per i medici la fonte di origine (acqua, latte, formaggio o altra fonte) non costituisce una differenza, o al massimo lo è solo in parte. Questo non coincide con la realtà, in quanto l'origine dell'alimento, il contesto di molecole, la matrice in cui si trova il calcio favorisce o impedisce il suo assorbimento e di conseguenza la sua biodisponibilità.

I formaggi a pasta dura ed a lunga maturazione, come il Grana Padano, contengono una grande quantità di calcio e di peptidi fosforilati che possono veicolare l'assorbimento del calcio. All'interno del progetto sono stati valutati i profili peptidomici di diversi campioni di Grana Padano con stagionatura di 10, 16 e 22 mesi. I campioni sono stati sottoposti a digestione statica *in vitro* tramite l'applicazione di un protocollo (COST-INFOGEST) che rende i digeriti comparabili a quelli da digestione fisiologica, successivamente tramite analisi UPLC (cromatografia liquida) e spettrometria di massa è stato possibile descrivere qualitativamente il peptidoma, cioè l'insieme dei peptidi che si creano durante la maturazione del Grana Padano. L'analisi è stata effettuata su diverse frazioni della caseina e sulle tre diverse stagionature. All'interno dei diversi campioni sono stati registrati circa 150 peptidi, mono-, bi- e tri-fosforilati, in particolare tra questi ultimi vi sono peptidi (9-12%) contenenti un cluster di amminoacidi particolarmente interessante (sssEE; 3 serine fosforilate e 2 acidi glutammici) che al pH fisiologico del latte risulta carico negativamente e lega ioni carichi positivamente (i cationi) come il calcio (mineral binding). Questo cluster potrebbe essere il veicolo che permette di aumentare l'assorbimento del calcio a livello intestinale. È stato anche notato che nelle tre diverse stagionature non vi è una particolare differenza nella composizione dei fosfo-peptidi. I digeriti sono stati poi utilizzati per valutare il loro effetto *in vitro* sugli osteoblasti. Sono state utilizzate 2 quantità, una comparabile ai livelli di assunzione LARN settimanali di formaggi duri stagionati (50g) e una dose doppia per una valutazione dose-risposta o di una possibile dieta di un individuo sportivo (100g), il controllo è stata un'acqua ricca in calcio. Nella sperimentazione è stato necessario tenere conto che gli osteoblasti vengono normalmente a contatto con calcio prima digerito e poi assorbito a livello intestinale, cioè metabolizzato dalla parete intestinale prima che questo arrivi ai vasi circolatori; quindi, per la valutazione con gli osteoblasti è stato messo a punto uno specifico sistema *in vitro* che riproducesse queste tappe fisiologiche dell'organismo umano.

I risultati ottenuti dall'analisi *in vitro* sugli osteoblasti sono:

- un aumento statisticamente significativo della proliferazione degli osteoblasti per entrambi i diversi dosaggi dei digeriti contenenti Grana Padano rispetto al controllo (acqua minerale ricca di calcio);
- il controllo, acqua minerale digerita e metabolizzata contenente CaCO_3 non ha prodotto un aumento statisticamente significativo della proliferazione degli osteoblasti.

Per l'analisi *ex vivo* è stato utilizzato un metodo, che valuta l'assorbimento del calcio per assorbimento atomico, in segmenti di intestino provenienti da ratti.

I risultati ottenuti dall'analisi *ex vivo* sono:

- un aumento statisticamente significativo (75%) dell'assorbimento del calcio per entrambi i diversi dosaggi dei digeriti contenenti Grana Padano rispetto al controllo;
- il controllo non ha prodotto un aumento statisticamente significativo (44%) dell'assorbimento del calcio.

Per l'analisi *in vivo* (modello Murino) gli animali (ratti) sono stati alimentati per due mesi con quattro diete diverse: due diete contenevano, una il 100% e una il 50% del fabbisogno di calcio proveniente da Grana Padano, mentre le altre due diete contenevano, una il 100% e una il 50% del fabbisogno di calcio proveniente da CaCO₃.

Quindi nelle prime due diete l'unica fonte di caseina è il Grana Padano, mentre le altre due diete sono isocaloriche, isoproteiche e non presentano Caseinofosfopeptidi (CPP) o Calcio Organico da altre fonti. Dopo un mese e alla fine dei due mesi del trattamento è stata valutata la capacità degli osteoblasti di depositare matrice ossea tramite una tecnica innovativa denominata Immagine della Fluorescenza, senza il sacrificio dell'animale. Densità e volume osseo sono stati anch'essi misurati.

I risultati ottenuti dall'analisi *ex vivo* sono:

- un aumento della deposizione della matrice ossea per gli animali che hanno seguito una dieta con il 100% del fabbisogno di calcio proveniente da Grana Padano rispetto a tutte le altre diete e in particolare con quelle contenenti CaCO₃;
- la deposizione della matrice ossea, la sua densità e il volume sono massimi nelle diete contenenti Grana Padano (calcio organico), specialmente in quella dove il fabbisogno è soddisfatto al 100% dal formaggio DOP, rispetto a quelle contenenti CaCO₃.

Altri Risultati positivi per il Grana Padano sono:

- descrizione di un caratteristico profilo peptidico del formaggio dovuto alla presenza dei CPP tri-fosforilati con il cluster sssEE, che è il principale responsabile del legame con gli ioni calcio (mineral binding);
- aumento della proliferazione degli osteoblasti nello studio *in vitro*;
- migliore disponibilità nell'assorbimento del calcio nello studio *ex vivo*;
- migliore capacità nella deposizione, densità e volume dell'osso nello studio *in vivo*.

Il Progetto BONECHEESE evidenzia l'efficacia del Calcio contenuto nel Grana Padano nell'incrementare l'apposizione di matrice ossea, il rimodellamento e l'apposizione di nuovo osso e come questi fenomeni non sono ugualmente associabili all'utilizzo di soluzioni acquose di CaCO₃ o di acque ricche in Ca.

I risultati indicano come il Grana Padano, per il contenuto di macro- e micronutrienti, rappresenti un alimento potenzialmente utile per la salute dell'osso e come solo un approccio

multidisciplinare possa portare ad un'oggettiva valutazione del valore nutrizionale e biologico di latte e derivati.

Coagulante Microbico

Nel corso dell'esercizio 2023 è stata riportata l'attenzione sulla sperimentazione mirata a valutare, per confronto, la qualità del formaggio Grana Padano DOP con quella del formaggio ottenuto utilizzando un enzima COAGULANTE MICROBICO in sostituzione del caglio di vitello. I primi approfondimenti del 2017-2018, effettuata in tre caseifici diversi con i medesimi tre coagulanti, avevano portato a concludere che le uniche differenze statisticamente significative riguardavano la degradazione di una specifica caseina e per un solo coagulante. La Commissione Scientifica ha evidenziato che i test svolti hanno coinvolto un solo lotto per coagulante microbico con la possibilità che questo non fosse rappresentativo del prodotto, inoltre non sono stati condotti approfondimenti sul sieroinnesto e relative sue eventuali modifiche.

Per questo, il Consorzio ha deliberato l'avvio di una seconda sperimentazione, volta ad approfondire quella precedente, con queste caratteristiche:

- coagulante di tre diverse marche (DSM, DANISCO, HANSEN) e con tre lotti diversi per ciascun coagulante;
- produzione del sieroinnesto sperimentale e sieroinnesto Grana Padano confronto;
- coinvolgimento di due caseifici.

Ogni marca di coagulante viene testata per tre settimane, la prima di "adattamento" mentre nelle 2 successive verranno effettuati i campionamenti necessari alle analisi. Per ogni marca vengono precedentemente eseguite analisi per la determinazione della quantità di coagulante da utilizzare in caseificazione. Le forme sperimentali prodotte saranno circa 4.000, si parla quindi di un numero assolutamente rappresentativo di campioni su cui effettuare le valutazioni al termine della stagionatura. Le valutazioni si concentreranno soprattutto sul confronto tra le forme di formaggio prodotte con caglio di vitello e quelle con prodotte con coagulante microbico, con l'obiettivo di stabilire se è possibile utilizzare il coagulante microbico per la produzione di Grana Padano DOP.

In stagionatura verrà valutato se vi sono state differenze a livello di degradazione proteolitica primaria e secondaria tra i diversi lotti dello stesso coagulante microbico e tra i diversi marchi, se il profilo amminoacidico è sovrapponibile a quello depositato alla banca dati del ministero e la valutazione sensoriale dei diversi formaggi, correlata alla liberazione di nuovi composti volatili.

Sul sieroinnesto derivante dalle caseificazioni sperimentali verranno eseguiti test e analisi in merito a: curva di acidificazione, curva metabolica prodotta dall'innesto, studio di mutazioni delle attività enzimatiche e fermentative del microbiota caratteristico (aspetto fenotipico) e studio equilibri delle popolazioni del microbiota (aspetto genotipico).

Nella seconda parte della sperimentazione, a fine stagionatura del formaggio, verrà verificato se eventuali cambiamenti nel sieroinnesto e relativo microbiota avranno avuto un effetto e portato differenze qualitative, più o meno evidenti, nel formaggio ottenuto e stagionato.

La numerosità dei campioni della sperimentazione permetterà di valutare i potenziali effetti legati all'utilizzo del coagulante microbico nell'ambito della variabilità della coltura naturale (stabilità, complessità ed efficienza tecnologica) e stabilire se il sieroinnesto ottenuto da caseificazione sperimentale sia diverso da quello ottenuto dalla caseificazione tradizionale. Inoltre, questa sperimentazione legata al sieroinnesto arricchirà la collezione microbica della coltura starter del Grana Padano.

Il progetto così strutturato permette di valutare ogni aspetto della produzione del Grana Padano al fine di rispondere in modo completo ai quesiti sul possibile futuro impiego di coagulante microbico nel processo produttivo del Grana Padano.

MOREGRANA

Il progetto "MONitoraggio di fattori di RESilienza nelle aziende agro-zootecniche del GRANA Padano" acronimo MOREGRANA ha l'obiettivo di trasferire nella pratica aziendale le più recenti innovazioni agro-zootecniche di precisione, tramite un'azione pilota sull'impiego delle tecnologie digitali applicate alla gestione dei nutrienti "dal campo alla stalla" e "dai reflui e restituzione al terreno". Per i reflui zootecnici la restituzione si concretizza recuperando l'azoto (N) e il fosforo (P), riducendo così l'impiego degli input da acquisire all'esterno, come i fertilizzanti, e riducendo così l'impatto e la quantità di emissioni di CO₂ dovute alla loro produzione e trasporto. In breve: più sostenibilità ambientale e minori costi, disponendo anche di uno strumento di tracciabilità completo del processo produttivo del latte destinato a Grana Padano.

Il Progetto, che ha avuto accesso al finanziamento il bando Programma di Sviluppo Rurale 2014-2020 MISURA 16 della Regione Lombardia (operazione 16.1.01 «Gruppi Operativi PEI») ed è realizzato in collaborazione con il CREA-ZA e tre aziende agro-zootecniche conferenti al circuito dei produttori latte Grana Padano: la Società Agricola Lanfredi S.S. di Acquanegra Cremonese (CR); l'Agricola Mizzi Carlo di San Martino in Strada (LO); la Società Agricola Molina di Chiesa Angelo E Figli S.S. di Corte Palasio (LO). Il Consorzio Tutela Grana Padano ha il ruolo di Capofila. Il progetto ha una durata di 24 mesi: avviato nel febbraio 2023, terminerà nel febbraio 2025.

Tra i risultati del progetto è prevista la messa a punto di una piattaforma digitale utilizzata come SSD (Sistema Supporto Decisioni), la quale è in corso di implementazione. Il Sistema prevede varie componenti digitali integrate tra loro per gestire tutti i principali fattori della produzione e permetterà l'accesso ai dati di tracciabilità tramite query dedicate anche ai tecnici del Consorzio.

In ambito divulgazione, è stato creato il logo del progetto MOREGRANA, nella sezione Sostenibilità e Benessere del sito granapadano.it è stata realizzata una pagina informativa dedicata, è stata creata una pagina social media Facebook del progetto, sono inoltre stati realizzati due articoli divulgativi dello stesso su “Stalle da Latte” Numero 6/2023 pag. 42-47 e all’interno di “GPI – Grana Padano Insieme” Numero 3/2023, pag.46.

ResilientGranaPadano

Il progetto consiste nella creazione di un software che permetterà di condurre analisi di scenario a livello territoriale di medio-lungo periodo, in grado di stimolare la formulazione di politiche di settore e trainare le scelte del sistema di produzione del Grana Padano DOP in condizioni di mercato continuamente instabile al fine di rendere lo specifico sistema di produzione sempre più resiliente agli shock di mercato, ai cambiamenti climatici e alle crisi internazionali. Fornirà infatti analisi di scenario che permetteranno di verificare sia la produzione di latte a livello di caseificio, compresa la sua qualità, e l’approvvigionamento-trasformazione-produzione di formaggio a livello di comprensorio con un orizzonte temporale di medio-lungo periodo. Il software sarà inoltre in grado di produrre scenari sugli output del sistema produttivo in funzione dei cambiamenti imposti e previsti che riguardano i prezzi delle materie prime sul mercato, gli approcci e le migliorie nutrizionali-tecniche-manageriali che possano essere attuate in stalla, la diversificazione della richiesta del consumatore, le politiche regionali/nazionali e comunitarie che influenzano il sistema di produzione del latte e del formaggio. L’attività si basa sulla raccolta dati semestrale presso le aziende agricole coinvolte e presso gli stessi caseifici. A supporto dei dati raccolti presso le Aziende Agricole e dei caseifici si è attivato un ulteriore canale di raccolta dati ottenuti dai controlli funzionali attraverso l’associazione ANFIBJ con la quale è stato definito un aggiornamento semestrale dei dati. I dati forniranno la base per la creazione del «Modello Caseificio».

Al progetto partecipano il Conorzio, l’Università Cattolica del Sacro Cuore di Piacenza, due caseifici e undici produttori latte. Il progetto di ricerca ha partecipato al bando ed ottenuto un finanziamento dal “Programma di Sviluppo Rurale 2014-2020 MISURA 16” della Regione Lombardia (Operazione 16.2.01 «Progetti pilota e sviluppo di innovazione»). Il progetto “Analisi di scenario per migliorare la resilienza della filiera del Grana Padano DOP nel medio-lungo periodo (ResilientGranaPadano) è iniziato a fine 2022 ed ha una durata programmata di 24 mesi.

Correlazione rapporto Grasso/Caseina e percentuale di grasso nel formaggio.

In collaborazione con il CREA-ZA di Lodi è stato attivato uno studio per la correlazione del rapporto Grasso/Caseina nel latte in caldaia con la percentuale di grasso nel formaggio.

Nell'autunno sono state condotte delle prime prove di caseificazione in 3 diverse giornate di 3 diverse settimane, lavorando latte con tre diversi rapporti grasso/caseina. Ciò è stato ottenuto aggiungendo al latte in caldaia una opportuna quantità di "panna". Ogni giornata la stessa massa di latte è stata versata in due caldaie, con le quali sono state svolte due lavorazioni in parallelo, la prima adottando il tempo standard di coagulazione del caseificio (controllo) e la seconda applicando due minuti in più di tempo di rassodamento (sperimentale), per ottenere un coagulo più consistente. Il campionamento ha riguardato il latte in caldaia, il siero cotto ed il formaggio a 48h (prima del sale), seguirà il campione del formaggio a 9 mesi. L'attività in caseificio, la raccolta dei dati di lavorazione e il prelievo dei campioni è stato condotto direttamente dall'Ufficio Tecnico insieme al personale del caseificio, il CREA -ZA nella giornata ha provveduto ad analizzare i campioni con metodica ufficiale e metodiche di routine.

Con i dati al momento disponibili, però, si può fare solo una previsione del contenuto in grasso del formaggio e pertanto, per conferma, occorrerà attendere i risultati delle analisi sul formaggio stagionato. Molto probabilmente si provvederà ad organizzare un ulteriore limitato numero di prove.

Altri progetti

Grazie alla collaborazione con l'Istituto Agrario di San Michele all'Adige – Fondazione Edmund Mach, è proseguito l'approfondimento sull'applicazione degli isotopi stabili e del profilo minerale al formaggio Grana Padano DOP per tutelarne l'autenticità. La collaborazione con questo Istituto di ricerca prevede il continuo aggiornamento della banca dati segreta grazie all'analisi di campioni autentici prelevati direttamente in caseificio e il monitoraggio delle medesime caratteristiche per i campioni di formaggio simili reperibili in commercio.

È proseguita, inoltre, la collaborazione con il DeFENS dell'Università degli Studi di Milano, impegnato in primo luogo nella messa a punto di nuovi metodi di analisi per il controllo del formaggio Grana Padano DOP, onde accertarne qualità e conformità al Disciplinare di produzione e riconoscere i formaggi simili. L'attività scientifica nel 2023 ha prodotto tre articoli scientifici e tre tesi di laurea

PROGETTI IMPOSTATI NELL'ESERCIZIO CHE SI SVOLGERANNO A PARTIRE DAL 2024

Nell'ambito dei quattro Contratti di Filiera (V BANDO) del MASAF appartenenti al PNRR, è stato possibile inserire un progetto di ricerca scientifica per ciascun contratto rientranti tra gli OBIETTIVI AMBIENTALI definiti all'art. 9 del Reg. (UE) 2020/852.

Sinteticamente i quattro progetti riguardano i seguenti temi:

Salvaguardia della biodiversità microbica dell'ecosistema del Grana Padano DOP mediante la creazione di una collezione del microbiota autoctono e la validazione del protocollo di utilizzo in caseificio a tutela della tipicità del formaggio.

Il progetto si pone gli obiettivi di salvaguardare e caratterizzare la biodiversità presente nella filiera di produzione del formaggio Grana Padano DOP e di verificare le attitudini tecnologiche dei batteri lattici che sono stati fino ad ora isolati e raccolti dalla medesima filiera. Questi verranno selezionati sulla base delle loro potenziali proprietà pro-tecnologiche e scelti per la formulazione di miscele che verranno utilizzate per la sperimentazione in un processo di caseificazione in scala reale. Le miscele ottimizzate verranno prodotte in opportune formulazioni e utilizzate per ripristinare la biodiversità microbica nel latte o nel sieroinnesto dei singoli caseifici in casi di compromissione. Le caratteristiche determinanti la tipicità del formaggio non dovranno essere modificate;

Sviluppo e validazione di una piattaforma digitale WebGis per la gestione con metodi di agricoltura e zootecnia 4.0 su scala territoriale delle aziende nella filiera Grana Padano in un'ottica di economia circolare per l'ottimizzazione dell'utilizzo di azoto e fosforo (DIGIGRANA).

L'areale produttivo del formaggio Grana Padano DOP è caratterizzato da un alto carico zootecnico e da una limitata disponibilità di superficie agricola a seminativo con conseguente alta disponibilità di effluenti zootecnici al servizio della fertilizzazione, in particolare, è caratterizzato da elevate produzioni e da forti perdite potenziali di azoto e fosforo nell'ambiente, che inducono a intraprendere azioni atte a valorizzare al meglio il contributo del suolo e degli effluenti alla nutrizione azotata e minerale delle colture, in un'ottica di riduzione della fertilizzazione chimica. È pertanto indispensabile massimizzare l'efficienza d'uso dell'azoto apportato dai reflui, per ridurre al minimo l'utilizzo di concimi di sintesi e limitare l'impatto ambientale degli allevamenti che utilizzano il mais come componente primario dell'alimentazione.

Strategie nutrizionali e gestionali per il miglioramento dell'efficienza nutrizionale, il contenimento dell'impatto ambientale e del benessere animale negli allevamenti del Grana Padano DOP in un approccio di filiera (StraNGe).

Il comparto agro-zootecnico da latte italiano e le filiere di produzione dei prodotti DOP sono oggi esposti alle oscillazioni del costo sul mercato delle materie prime necessarie per alimentare le bovine da latte, imputabili oggi al critico scenario geo-politico, ma soggette anche alle variazioni delle produzioni dovute agli effetti dei cambiamenti climatici. È di importanza strategica l'incremento dell'autosufficienza foraggera attraverso una maggiore produzione aziendale di alimenti, tenendo in debito conto la composizione nutrizionale dei foraggi in termini di energia e

di proteina auto-prodotta in azienda, così da rendere l'azienda resiliente e competitiva. Secondo la FAOSTAT nel 2019 le fermentazioni enteriche contribuiscono sulle emissioni globali di CH₄ per il 66.5%. Per tale ragione il maggior impatto ambientale che deriva dalle attività di allevamento è associato alle specie ruminanti, in particolar modo ai bovini, a causa delle fisiologiche fermentazioni enteriche a livello ruminale. Un modo efficace per poter limitare le emissioni per capo risulta essere l'incremento di efficienza produttiva in quanto consente, a parità di latte prodotto per mandria, un numero inferiore di capi e una minore quantità di emissione per litro di latte prodotto.

Progetto di sostenibilità ambientale ed economica proposto da Agronica group.

L'attività di ricerca intende sviluppare uno studio per il trasferimento nella pratica aziendale della più recente innovazione sull'impiego delle tecnologie digitali applicate alla gestione dei nutrienti dal campo alla stalla sino ai reflui e restituzione al terreno mediante una azione pilota rivolta ai produttori latte coinvolti nella filiera del Grana Padano.

Obiettivo specifico del progetto è l'aumento della sostenibilità ambientale ed economica della filiera di approvvigionamento del latte destinato alla produzione di formaggi di qualità attraverso l'aumento della digitalizzazione dei processi e il monitoraggio in tempo reale dei risultati attesi. Questo sarà raggiunto perseguendo le seguenti finalità: la sostenibilità agronomica, la sostenibilità economica, la sostenibilità ambientale ed il benessere animale.

Per sapere se i progetti saranno finanziati dobbiamo attendere il 22 maggio (data prefissata per l'udienza di merito al TAR, relativa al ricorso presentato).

Risulta che il MASAF ha stanziato ulteriori 2 miliardi ai fini dello scorrimento della graduatoria e questi fondi dovrebbero essere sufficienti per finanziare i progetti.

Ad oggi non è ancora chiaro però quando e come questi fondi verranno messi a disposizione dello strumento e se verrà concessa una proroga al termine degli investimenti.

Applicazione della tecnologia NIR nella gestione del rapporto grasso/caseina durante la fase di spillatura del latte (affioramento).

Il contenuto di grasso nel formaggio Grana Padano DOP è condizionato dalla sua quantità presente nel latte in caldaia sottratta dalla quantità che residua nel siero cotto in funzione della gestione della coagulazione e successiva spinatura.

Il Disciplinare di produzione prevede un limite di rapporto grasso/caseina per il latte in caldaia. Non è previsto un limite massimo di grasso sulla sostanza secca nel formaggio. Un formaggio con più del 45% di grasso sulla sostanza secca viene classificato dal Codex Alimentarius grasso. Al Consorzio pervengono segnalazioni di difficoltà nella gestione del rapporto grasso/caseina per mancanza di un sistema tempestivo di monitoraggio del dato. La tecnologia NIR consente un monitoraggio continuo della composizione del latte che transita in flusso

continuo nella tubazione. I parametri compositivi di cui si può avere il dato sono: acqua, grasso, proteine, lattosio.

Unitamente alla gestione della misura del peso o flusso del latte dall'impianto di affioramento adottato al o ai serbatoi di miscelazione (se presenti) un software può predire il rapporto grasso/proteine della massa di latte, convertibile in rapporto grasso/caseina se noto l'indice di caseina della specifica massa, che poi direttamente o miscelata con altre masse viene avviata alla caseificazione.

L'attività prevede due fasi.

La prima fase prevede la creazione del Modello Predittivo in laboratorio. È prevista l'analisi di campioni di latte a diverso rapporto grasso/caseina e condizionati a diverse temperature con metodo ufficiale e con lo strumento NIR prototipo. Se sarà accertata l'affidabilità della correlazione e calibrazione del NIR con i dati da metodo ufficiale si potrà proseguire l'attività preliminare al fine di irrobustire la calibrazione.

I partner di progetto sono Dinamica Generale ed ARAL.

Se la fase uno darà esito positivo si procederà con la fase due mediante installazione della strumentazione presso almeno tre caseifici diversi per impiantistica e gestione dell'affioramento e creazione della massa o masse di latte parzialmente decremato. Alla valutazione in continuo del NIR verrà affiancata l'analisi di alcuni campioni di latte da analizzare con metodo ufficiale in modo da monitorare l'affidabilità della tecnologia.

ATTIVITÀ DI SUPPORTO AI CONSORZIATI

Nel 2023 si è fornita puntuale risposta circa diversi temi di interesse per i consorziati, come: gli aspetti relativi all'alimentazione per le vacche da latte conforme al Disciplinare di Produzione, il rischio della presenza di sostanze contaminanti riscontrabili nel formaggio (come aflatossina M1 e residui di farmaci), gli approfondimenti sulle certificazioni halal e kosher in relazione al caglio, la resa casearia e il calo peso del formaggio, le problematiche igienico sanitarie e tecnico/legali come conseguenza della trasformazione del latte crudo, l'attività della fosfatasi alcalina nel formaggio, le problematiche qualitative del formaggio relative a difficoltà fermentative del sieroinnesto, aspetti che coinvolgono il lisozima, il residuo di lattosio e galattosio nel formaggio, nonché la composizione del formaggio, il rispetto del rapporto rapporto grasso/caseina del latte in caldaia che deve essere compreso tra 0,80 e 1,05 (max 1,15 per Trentingrana e caseifici dove la miscela di due munte preveda che una delle due sia lasciata riposare) e del 45% di contenuto massimo di grasso sulla sostanza secca (SS) per poter rientrare nella categoria di formaggio semi-grasso come da Codex Alimentarius.

BENESSERE ANIMALE

A seguito delle decisioni e delle delibere assunte nei precedenti anni, presso tutti i produttori di latte iscritti al sistema dei controlli della DOP Grana Padano, anche per il 2023 è proseguita l'attività che ha previsto l'introduzione volontaria della valutazione annuale del benessere animale, secondo il sistema oggi noto come Classyfarm.

Il Consorzio auspica, anche in relazione alle esigenze dettate dalla PAC 2023-2027, che, anche grazie all'adozione del Sistema di Qualità Nazionale Benessere Animale (SQNBA), tutti i produttori latte della filiera DOP Grana Padano si sottopongano annualmente alla valutazione del benessere animale e della biosicurezza. Tale attività permetterà di disporre di una valutazione completa delle condizioni dei propri allevamenti, quindi anche della sostenibilità etica e conseguentemente di migliorare la gestione della filiera, grazie all'individuazione delle azioni da migliorare, ma anche di poter fornire un'informazione "etichettabile", necessaria per consentire ai consumatori un acquisto consapevole.

Si rammenta che l'Assemblea dei consorziati ha già deliberato l'obiettivo di far diventare la valutazione del Benessere Animale un elemento cogente del Disciplinare di Produzione del Grana Padano DOP.

Proprio per questo, il Consorzio nel 2023 ha lavorato per attivare, già nel primo trimestre del 2024 un nuovo progetto sul benessere animale, che interesserà l'intera filiera di produzione del Grana Padano.

Il progetto ha come obiettivo accelerare il processo di transizione verso un modello allevatorio più sostenibile, migliorare il benessere degli animali, innalzare la qualità e la salubrità delle produzioni agroalimentari, contrastare il fenomeno dell'antimicrobica resistenza (AMR) e rendere più trasparente il mercato agroalimentare, nonché aumentare il livello di presentabilità dell'allevamento.

ALBO DEI FORNITORI DI FORAGGI E MANGIMI PER LE BOVINE DA LATTE DESTINATO ALLA TRASFORMAZIONE IN GRANA PADANO DOP (ALBO GRANA PADANO – FORAGGI E MANGIMI)

In data 19 maggio 2023 è stato firmato tra Consorzio Tutela Grana Padano e Assalzo (Associazione Nazionale tra i Produttori di Alimenti Zooteχνici) il protocollo d'intesa per l'istituzione di un Albo fornitori Foraggi e mangimi per il Grana Padano. La funzione dell'Albo è quella di eliminare le non conformità relative alla somministrazione alle bovine di razioni alimentari preparate con materie prime per mangimi, foraggi e additivi non ammessi o non compatibili con il Disciplinare di produzione del Grana Padano. L'Albo renderà anche più efficaci i controlli sul soddisfacimento del requisito dell'origine degli alimenti somministrati alle bovine, che, in base alla normativa europea, devono provenire dal territorio della DOP per una quota non inferiore al 50% sulla sostanza secca ingerita su base annua. Altri vincoli legati all'alimentazione delle bovine sono il rispetto nella razione giornaliera del rapporto

foraggi/mangimi, riferito alla sostanza secca, che non può essere inferiore a 1 e che i foraggi somministrati devono provenire almeno per il 75%, sempre in riferimento alla sostanza secca, da alimenti prodotti nel territorio di produzione del latte.

L'albo prevede un Comitato di Governance e un Comitato Tecnico Scientifico, quest'ultimo ha il compito di discutere e risolvere le problematiche legate all'alimentazione delle bovine da latte della DOP.

L'Operatore del Settore Mangimistico (OSM) che vorrà continuare a conferire alimenti ai produttori latte della DOP e chi desidererà incominciare a farlo, dovrà sottoscrivere una convenzione comprensiva di regolamento in fase di ultimazione con la quale, oltre alla quota da pagare ponderale alla quantità di alimenti consegnati, dovrà dare l'assenso a sottoporsi a controlli sui cartellini degli stessi, ad attività di auditing presso l'azienda, attività queste che il Consorzio affida all'ente certificatore CSQA.

Il sistema di gestione basato sull'Albo è da considerarsi come una forma di tutela e di sicurezza per l'allevatore e per la qualità della filiera, nonché un sistema di rafforzamento della tracciabilità degli alimenti per le bovine da latte e soprattutto la possibilità di dare elementi di sostenibilità, sicurezza e salubrità che il consumatore richiederà sempre di più. Lo strumento dell'Albo avvia un processo di ulteriore responsabilizzazione dei produttori latte e degli OSM.

Si ipotizza almeno un anno di prova e messa a punto delle dinamiche del settore degli OSM dal momento dell'entrata in funzione dell'Albo.

RISPETTO DEL LATTE CRUDO, MONITORAGGIO AFLATOSSINE E ANALISI PREDITTIVE RAPPORTO GRASSO/CASEINE

Le condizioni climatiche che hanno caratterizzato la scorsa estate, unitamente alla conseguente carenza idrica, hanno influenzato negativamente la resa agraria delle colture tipiche del territorio di produzione di Grana Padano DOP e, per il mais si è ripresentata la problematica relativa alla contaminazione da parte di aflatossina B1. In conseguenza la filiera ha aumentato ulteriormente il controllo della contaminazione da aflatossina M1 nel latte conferito, prevenendo così il rischio che venisse trasformato a Grana Padano DOP latte non conforme per contenuto di questa micotossina. Al contempo il Consorzio ha proseguito il monitoraggio del formaggio in relazione al rischio di contaminazione da aflatossina M1. L'insieme di questi controlli ha permesso di contenere il rischio relativo a questo fenomeno e continuare a garantire la sicurezza sanitaria del Grana Padano DOP.

Come per gli anni precedenti, anche per la stagione 2022 e 2023 il Consorzio ha rinnovato la manifestazione di interesse ai Ministeri competenti relativamente all'applicazione dei risultati sul biocontrollo della contaminazione da aflatossina B1 nella produzione di mais. Si tratta di un sistema basato sulla disseminazione in campo, contemporaneamente al ricalzo del mais, di un ceppo di *Aspergillus flavus* autoctono non tossigeno, denominato AF-X1. La presenza di questo

ceppo e delle condizioni ideali alla sua crescita favorisce la sua colonizzazione del granturco, riducendo significativamente di conseguenza la contaminazione del mais da aflatoossina B1 prodotta da ceppi della stessa specie tossigeni.

È proseguita l'installazione presso i caseifici che adottano la procedura di "riattivazione" o "preriscaldamento" della nuova strumentazione per il monitoraggio della temperatura di esercizio *datalogger* "Steritek" su nuovi impianti o in sostituzione, ove necessario, del precedente modello (Smart Reader). Tale strumentazione non solo è innovativa ma anche competitiva, sia per il costo che per le performance, tra cui il collegamento con tecnologia bluetooth e la possibilità di monitorare i dati in cloud. I *datalogger* installati sono 85 in totale, 59 dei quali Steritek (nuovo strumento) e 26 Smart Reader (vecchio strumento). Il nuovo strumento permette di visualizzare i grafici dell'andamento delle temperature registrate in continuo da remoto, favorendo un monitoraggio dei grafici più frequente e con maggior facilità rispetto al modello precedente, responsabilizzando il caseificio stesso per la frequenza dello scarico che non sempre avviene puntuale.

Prosegue attivamente, con un addetto specializzato, l'attività di predizione per le caratteristiche compositive, nello specifico grasso e proteine espresse sia sul secco che sul tal quale, del formaggio tra i sei e i nove mesi di stagionatura, attraverso l'acquisizione di spettri NIR dalla crosta e anche dalla pasta del formaggio. L'attività viene svolta utilizzando gli strumenti X-NIR prodotti dall'azienda "Dinamica Generale".

La procedura consortile adottata consente di condizionare, quando possibile, la selezione della forma da sottoporre a campionamento per l'autocontrollo della partita mensile effettuato dagli esperti. Grazie all'elaborazione delle predizioni direttamente in caseificio da parte dell'addetto, mediante apposizione di un timbro specifico vengono identificate un numero di forme in funzione della produzione mensile, con stima del contenuto di grasso sulla sostanza secca (GSS), possibilmente equamente distribuite tra le settimane del mese.

Fascia n° forme prodotte al mese	Totale forme da selezionare preventivamente con l'X-NIR per campionatura autocontrollo
>8.000	12
5.000-8.000	9
3.000-5.000	7
<3.000	4

Tra le forme selezionate ad opera dell'attività di predizione con la strumentazione portatile X-NIR, in funzione della fascia produttiva, l'esperto provvede a tagliare la o le forme per la

valutazione visiva della pasta, possibilmente in funzione del loro numero e settimana di produzione e prelevare da una sola forma scelta casualmente tra quelle tagliate, il campione per le verifiche analitiche richieste per l'autocontrollo, tra cui la determinazione del GSS mediante metodo ufficiale presso un laboratorio accreditato.

Dall'elaborazione dei soli dati del GSS relativi alle analisi da laboratorio e il corrispondente dato predetto strumentalmente, è emerso che tra le due metodiche più del 50% dei dati si discostano di al massimo $\pm 1,0\%$, quindi nel corso degli anni di utilizzo dello strumento esso mantiene il discostamento. Nella tabella seguente si riassume l'elaborazione dei dati per i singoli mesi della produzione compresa tra maggio 2022 ed aprile 2023.

Mese di produzione	N° Forme coinvolte	N° Matricole coinvolte	N° Matricole con GSS>45%	Confronto tra predizione X-NIR su crosta e dati da metodo ufficiale: scostamento e relativa percentuale dei dati.		
				$\pm 0,5$	$\pm 1,0$	$\pm 1,5$
Mag-22	285	6	0	50%	75%	88%
Giu-22	180	4	0	0%	33%	33%
Lug-22	625	12	3	23%	54%	77%
Ago-22	410	8	2	63%	75%	75%
Set-22	430	9	1	44%	67%	67%
Ott-22	265	5	0	20%	20%	60%
Nov-22	280	5	0	0%	0%	20%
Dic-22	360	6	0	10%	67%	67%
Gen-23	210	4	2	0%	30%	75%
Feb-23	400	8	3	20%	60%	75%
Mar-23	365	6	4	50%	50%	70%
Apr-23	270	5	2	40%	50%	80%

L'applicazione dello strumento X-NIR è stata effettuata sulla crosta di 4.080 forme di formaggio. È importante evidenziare che l'attività si sta dimostrando essere anche un servizio utile per i caseifici che gradiscono monitorare l'andamento della produzione durante il mese senza dover adottare un'analisi invasiva.

GESTIONE SEGNALAZIONI

L'Ufficio Tecnico ha svolto regolarmente l'attività di gestione delle segnalazioni ricevute da parte dei consumatori, sia nazionali che esteri, che si sono rivolti direttamente al Consorzio di Tutela, per segnalare anomalie del formaggio Grana Padano DOP acquistato. Nell'esercizio 2023 si è registrato un aumento rispetto all'anno precedente dei reclami ricevuti effettivi, 136 rispetto ai 95 del 2022.

Come per l'anno precedente, la principale causa di reclamo resta il ritrovamento della presenza di colonie di muffa in confezioni di formaggio Grana Padano DOP commercializzato e confezionato nelle diverse tipologie commerciali. Decisamente minori sono risultate le osservazioni sulle caratteristiche sensoriali disattese e le segnalazioni di presenza di corpi estranei nel formaggio. Le segnalazioni hanno interessato in egual misura sia il Grana Padano DOP nella tipologia porzionato che grattugiato. Mentre, rispetto all'anno precedente, per il 2023 i reclami hanno riguardato in egual misura sia prodotti commercializzati in Italia sia prodotti destinati al mercato estero.

L'attività del Consorzio non si limita a dare risposte ai consumatori, ma, anche con l'ausilio del Servizio Vigilanza e Tutela, prosegue in una collaborazione con il singolo confezionatore nella gestione del reclamo stesso e ponendo una maggiore attenzione nei vari processi di produzione per il Grana Padano DOP destinato alla commercializzazione nelle tipologie grattugiato e porzionato, favorendo così una maggiore tutela dei consumatori del nostro formaggio. A tal proposito semestralmente l'Ufficio Tecnico comunica il risultato dell'elaborazione dei reclami ricevuti suddividendoli per singolo confezionatore coinvolto, distinguendo la tipologia di formaggio interessato, indicando la causa ed il luogo di origine in cui è stato acquistato il prodotto. Grazie al quadro complessivo della situazione è possibile offrire un supporto più efficiente ed efficace per gli stessi confezionatori. In questi tre primi anni di attività, per alcune aziende confezionatrici si è registrata un'importante riduzione delle segnalazioni ricevute, segno che la collaborazione tra Consorzio e confezionatore ha prodotto riscontri positivi. Per altri confezionatori invece, l'ordine di grandezza di segnalazioni ricevute è rimasto immutato, senza registrare degli aumenti. Mentre, per altre il numero di segnalazioni è aumentato proporzionalmente all'aumento che si registra nei differenti anni.

Queste indicazioni risultano di stimolo per continuare a lavorare in questa direzione di collaborazione, al fine che tutti i confezionatori possano arrivare ad una situazione di miglioramento nei vari anni, in modo da garantire al contempo la qualità e la tutela alle quali la nostra filiera produttiva ha sempre auspicato e l'elevato livello di soddisfazione dei consumatori. Consumatori che dimostrano sempre più attenzione e sensibilità verso questo formaggio il cui consumo è in costante aumento in tutti i mercati mondiali.

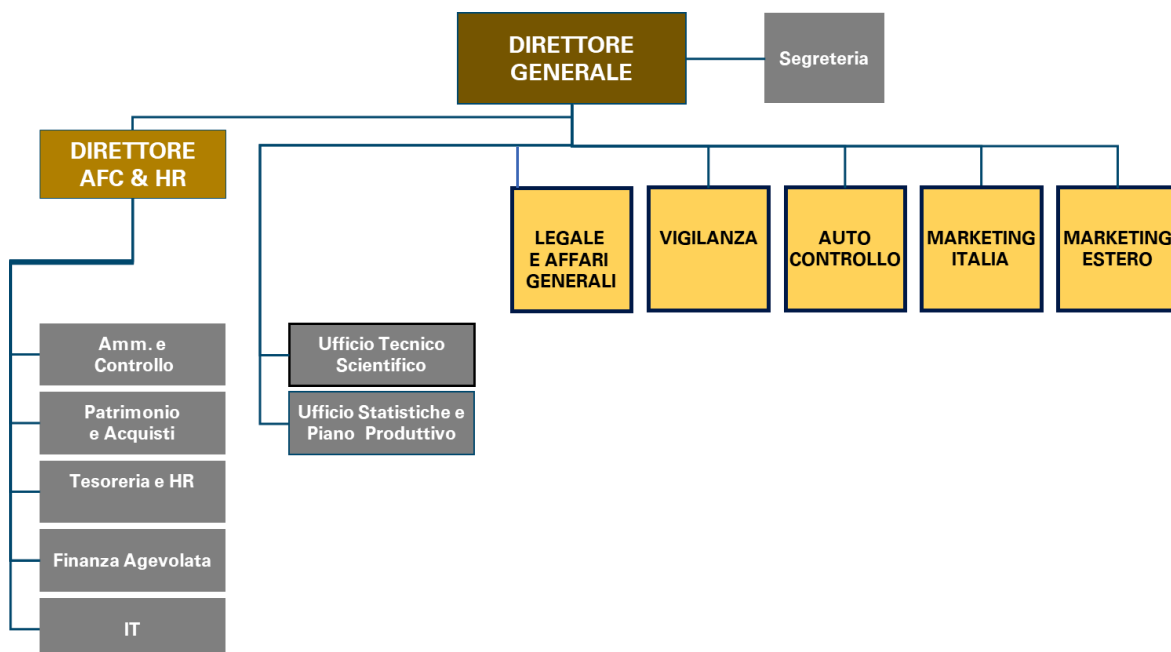
COMMISSIONE SCIENTIFICA

Lo scorso anno l'impegno della Commissione Scientifica ha riguardato principalmente temi sensibili per la filiera produttiva quali: la sostenibilità, il benessere animale, il processo di produzione e non per ultime le evidenze tecnico scientifiche per le proposte di modifica del Disciplinare di produzione.

Capitolo 10

RISORSE UMANE

Nel corso del 2023 è stata dedicata particolare attenzione all'attività di gestione ed organizzazione delle Risorse Umane, che sono la principale risorsa del Consorzio a disposizione dei Consorziati e dalla Filiera. Nel giugno 2023 il Consiglio di Amministrazione ha approvato la revisione dell'organizzazione Consortile, con la quale, oltre a prevedere responsabilità distinte nelle attività Marketing Italia e Marketing Estero, si è provveduto a meglio definire i ruoli, le responsabilità e le relazioni gerarchiche di tutti i lavoratori. Il lavoro si è completato con una attenta riallocazione delle postazioni lavorative per far sì che i lavoratori di ogni funzione siano dislocati nello stesso luogo per facilitare la collaborazione e l'intercambiabilità.



Nel mese di luglio il Consorzio e le OO.SS. rappresentanti i lavoratori hanno siglato il primo «Accordo aziendale integrativo di secondo livello» del Consorzio, applicabile dal 1 luglio 2023 al 31 dicembre 2027. L'accordo integrativo, oltre a meglio disciplinare ed ottimizzare alcuni istituti applicati da tempo in Consorzio, introduce innovativi strumenti di flessibilità che da un lato aumentano la produttività del lavoro e dall'altro consentono ai lavoratori di meglio conciliare vita privata ed attività lavorativa.

Infine, nella seconda parte del 2023, il Consorzio ha lavorato per formalizzare ed adottare un sistema di gestione rispettoso della parità di genere sottoponendosi ad un processo di



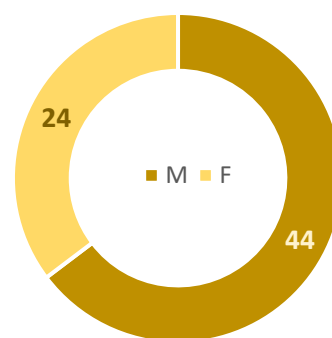
Dasa-Rägister



valutazione e di certificazione secondo le norme UNI/PDR 125/2022. L'obiettivo è stato quello di creare un ambiente di lavoro che offra a tutti le medesime possibilità, lavorando per rimuovere ogni ostacolo di accesso, carriera, retribuzione... legato al genere di appartenenza o a qualsiasi altro fattore diverso del merito.

In 21 dicembre 2023, al termine del processo di audit; l'ente di certificazione Dasa-Rägister S.p.A. ha rilasciato la certificazione, attestando che il Sistema di Gestione del Consorzio Tutela Grana Padano è stato verificato e trovato conforme ai requisiti dello standard UNI/PDR 125/2022.

Al 31 dicembre 2023, i dipendenti del Consorzio risultavano essere 68, di cui 66 a tempo indeterminato e due a tempo determinato, uno in più rispetto al precedente esercizio. Il numero medio di dipendenti 2023 è stato di 67,4 unità contro le 66,4 del precedente esercizio. Nonostante un organico leggermente incrementato, il costo complessivo per il personale nel 2023 è stato pari a euro 4.760.929, in flessione di 122.097 euro rispetto al 2022.



La tabella in calce riporta il numero di lavoratori consortili in base alle attività svolte.

Direzione Generale e Segreteria di Direzione/Presidenza	4
Direzione Amministrativa & HR	6
Autocontrollo, Espertizzazione e marchiatura	19
Vigilanza e Tutela	9
Affari Generali e Legali	4
Marketing Italia	7
Marketing Estero	5
Ufficio Tecnico Scientifico	4
Ufficio Piano Produttivo	3
Patrimonio e acquisti	3
Magazzino	4

Il Consorzio persiste nella politica di privilegiare il ricorso alle risorse interne contenendo l'*outsourcing*, sia per una più efficiente gestione economica, sia per trattenere il *know how* all'interno dell'organizzazione, permettendo una crescita professionale delle risorse più valide.

Capitolo 11

MARKETING, PROMOZIONE, EVENTI E SPONSORIZZAZIONI

L'attività istituzionale di comunicazione del Consorzio di Tutela del Formaggio Grana Padano si è sviluppata nell'anno 2023 attraverso i seguenti strumenti:

- I. Comunicazione istituzionale TV, Radio, Stampa, Web, Affissioni/ooH/dooh
- II. Azioni promozionali, sponsorizzazioni ed eventi in Italia
- III. Fiere nazionali ed estere
- IV. Progetti e collaborazioni speciali in Italia ed estero
- V. Progetti editoriali
- VI. Attività di promozione e valorizzazione del formaggio grana padano all'estero
- VII. Sito web e social media

I. COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE TV, RADIO, STAMPA, WEB, AFFISSIONI OOH (OUT OF HOME) DOOH (DIGITAL OUT OF HOME)

La nuova campagna "Un'emozione italiana", il film diretto dal Maestro Giuseppe Tornatore con la colonna sonora di Ennio Morricone, è stata protagonista tutto il 2023 della comunicazione consortile, una comunicazione trasversale su tutti i mezzi (TV, radio, stampa e digital) in linea con le nuove strategie di marketing del Consorzio in Italia e nei paesi della "Golden area europea".

PIANIFICAZIONE TV

Anche nel 2023 la televisione è stata protagonista nella pianificazione pubblicitaria annuale di Grana Padano: abbiamo coperto 14 settimane con 28.872 passaggi televisivi, di cui circa 7.946 su Rai e Mediaset, 11.476 su Sky e 10.550 su altri canali (inclusa la pianificazione sulla locale Canale Italia in un progetto cofinanziato dalla Regione Veneto), godendo di un'alta percentuale di visibilità nelle fasce più qualitative dei palinsesti con una cura particolare alle fasce in prime time. La pianificazione degli spot sulle varie reti televisive è stata arricchita da progetti di *brand*

integration che hanno raccontato il prodotto con diverse modalità e occasioni di consumo, comunicando caratteristiche, curiosità e informazioni utili relative al Grana Padano.

- **LE FORME DEL GUSTO:** riproposto per il nono anno consecutivo, la pianificazione di 22 pillole dal titolo “Le forme del Gusto” all’interno del contenitore televisivo Uno Mattina in Famiglia/Rai1. Il format di tre minuti è on air dalle ore 9.30 alle ore 10.00 circa del sabato da aprile fino a dicembre con pausa estiva, ed è dedicato a veicolare i valori del nostro prodotto e della sua filiera tramite consigli nutrizionali dispensati dalla Dr.ssa Evelina Flachi con ricette realizzate dagli Chef in Camicia.
- **PARTITA DEL CUORE:** il 20 luglio si è disputata la partita trasmessa in diretta su Rai Due dalle 20.30 allo Stadio Romeo Nero a Rimini, la Nazionale Cantanti contro il Golden Team per la Romagna raccolta fondi era dedicata a favore degli alluvionati dell’Emilia-Romagna, nello specifico a sostegno del progetto MEDIAFRIENDS, teso a contribuire alla ricostruzione di alcune strutture per anziani. Grana Padano è stato presente con loghi, spot sul maxischermo, locandine e passaggi televisivi su Canale 5, Rete 4 e Italia 1.
- **SLOW TOUR PADANO:** è stata rinnovata la presenza nel programma enogastronomico e naturalistico, trasmesso su Rete 4 e condotto da Patrizio Roversi. Alla sua quinta edizione nelle sei puntate si è scelto di raccontare questi valori intrinseci delle produzioni dei nostri territori con gli occhi di turisti stranieri innamorati dell’Italia, che ci offrono il destro per vedere sotto una nuova luce quelli che a noi possono apparire luoghi comuni. Lo sguardo dei turisti infatti è incantato, perché amano l’Italia tanto da volersi trasferire qui, ma anche disincantato, perché osservano la realtà da una prospettiva esterna, di un territorio e di un’area preziosa e rinomata in tutto il mondo e culla del Grana Padano DOP.
- **BELLISSIMA ITALIA:** “Bellissima Italia a caccia di sapori”, in onda su Rai due, è un viaggio da Nord a Sud per accompagnare il telespettatore nel cuore del Paese, alla ricerca di antichi “saperi e sapori” rimasti celati e custoditi nel tempo. Durante le dieci puntate si raccontano la storia, le caratteristiche e l’utilizzo di alcuni prodotti che sono alla base della nostra cucina. Si descrive il modo in cui questi prendono vita sposandosi con le differenti applicazioni culinarie regionali. Fra aneddoti e leggende, Fabrizio Rocca, accompagnato da produttori e grandi chef, ha dato voce alla straordinaria diversità che caratterizza l’Italia. In questo racconto Grana Padano si inserisce a pieno titolo come prodotto da raccontare, da assaggiare e da lavorare. Nel primo slot Grana Padano entra nella prima ricetta di puntata come elemento chiave del piatto proposto e in accompagnamento al suo utilizzo mettendo in evidenza le sue peculiarità. Nel secondo slot viene riproposta la challenge, dove Fabrizio,

con l'aiuto di differenti avventori, realizza una storia social che vede Grana Padano protagonista indiscusso.

- **FILIERA VERDE FILIERA ITALIANA:** Il programma in onda su Rai uno vuole far conoscere al grande pubblico, in modo approfondito, la bellezza e l'autenticità della campagna italiana e dei suoi prodotti DOP e filiere, raccontando in dettaglio le varie fasi attraverso le quali il prodotto arriva dal campo alla tavola nell'ottica di filiera trasparente e completamente tracciabile.
- **ANTIFRAGILI:** un format nuovo proposto da Discovery Warner Bros su Real time un viaggio nella filiera del Grana Padano che si è articolato come un mix di testimonianze e narrazioni per raccontare con passione e autenticità coloro che ogni giorno fanno sì che sulle nostre tavole arrivi il formaggio Dop Più consumato al mondo

In aggiunta alla pianificazione tabellare a ottobre e dicembre 2023, abbiamo programmato alcune iniziative speciali sulle principali emittenti televisive Mediaset e Rai per raccontare le peculiarità di Grana Padano, le sue caratteristiche le qualità, approfondimenti sulla stagionatura, sul territorio, sulla sua tradizione. Per Mediaset si è ripianificato il format "Lo sapevi che" di 60" per tre settimane e per 12 puntate il product placement Caduta Libera; per Rai è stato scelto "L'alfabeto della bontà" di 30" per una settimana.

PIANIFICAZIONE RADIO

La pianificazione radiofonica 2023 è stata declinata, come abitualmente programmiamo da anni, in comunicati da 30" e da 15", coprendo un totale di 14 settimane di *on air* con sei *flight* di cui il primo di quattro settimane anche se non continuative e gli altri di due settimane. L'intera programmazione ha raggiunto un totale di n.15.000 spot circa (inclusa la pianificazione sulle emittenti RADIO BIRIKINA, RADIO BELLLA&MONELLA, RADIO SORRRISO - rete Veneto) coprendo circa il 70,44% del nostro target Adulti. Tale valutazione è comprensiva anche delle citazioni live sull'emittente Rtl 102.5 e Radio Pico.

Le radio pianificate risultano essere anche per il 2023 le più performanti nel panorama nazionale, nello specifico (dati di ascolto dell'intero anno 2022): 1° posto RTL 102.5, 3° Radio Italia Solo Musica Italiana, 7° Radio 1, 8° Radio 2, 9° Virgin Radio, 10° Radio 24, 11° Radio 101, 13° RMC, 15° Radio 3, 16° Radio Zeta, 17° Radio Freccia.

Parallelamente alla pianificazione spot classica, sono stati sviluppati anche per il 2023 progetti radiofonici speciali. Di seguito si segnalano i principali:

Con Radio Italia Solo Musica Italiana:

- “La ricetta di Paoletta”, dal 4 al 17 giugno 2023

Ogni giorno, con l’allegria e simpatia della speaker Paoletta, è stata presentata una ricetta con l’ingrediente principe: Grana Padano DOP. Il progetto ha visto l’*onair* degli abituali radio messaggi, di *ultrapromotion* da 30” letti dalla speaker con approfondimenti sul prodotto e *billboards*, con contenuti in adv su IG e FB;

- “Buone nuova con Savi e Montieri” e “Cappelletti e Picardi”, dal 26 febbraio all’8 aprile

Sono state pianificate citazioni e messaggi che hanno promosso live il Grana Padano e le sue caratteristiche.

- “Vivere bene” dal 16 al 22 luglio

Rubrica editoriale dedicata al vivere sano e al prendersi cura dell’ambiente circostante. Al suo interno sono state realizzate n.1 *ultrapromotion* da 90” e n.4 *ultrapromotion* da 30” sempre nella fascia 9-12.

- “Viaggi” dal 9 al 13 ottobre

Rubrica editoriale dedicata alla scoperta dei borghi più belli e sconosciuti del territorio. Previsti N.5 *ultrapromotion* da 30” correlato da contenuti adv su IG e FB.

Con Radio Italia Grana Padano ha avuto grande visibilità presenziando al famoso concerto “Radio Italia live” che si è tenuto a maggio a Milano e a giugno a Palermo. Il concerto, oltre ad una presenza sul territorio, ha avuto visibilità sui mezzi radio, web e tv del gruppo. Il concerto ha ospitato grandi nomi della musica italiana con una risonanza mediatica molto alta. Il progetto ha visto Grana Padano coinvolto nella distribuzione di *sampling* di prodotto monoporzione all’interno dell’area vip dedicata, push adv social e web sulla pagina di Radio Italia e spot tabellari a rotazione.

Con RTL 102,5:

- Sono state realizzate delle sponsorizzazioni con citazioni dedicate al prodotto e alle sue qualità nei programmi di punta: “Password”, “La Famiglia giù al Nord” e “Misericordia e Nobiltà”, “No problem viva L’Italia”, “I Protagonisti”.
- Sono state pianificate Citazioni/interviste live di 120” organizzate ogni giovedì da giugno a dicembre per un totale di n.21 pillole

Con Radio Pico pianificate dal 6 al 10 giugno n.3 citazioni live al giorno per un totale di n.15 citazioni.

Con Radio Rai è stata pianificata un'iniziativa speciale chiamata Infactory, un appuntamento al giorno nella fascia «Drive 1» rotazione 7-19 nel periodo dal 4 al 17 giugno e successivamente dal 16 al 29 Luglio nella fascia «Info 1» e «drive 2» “sotto forma di racconto tramite un'intervista per comunicare concetti a noi cari e promuovere le attività sostenute dal brand.

Con Radio Studio Più è stata infine rinnovata l'iniziativa di comunicazione sulle spiagge di Riccione, Cattolica e Misano tramite Publiphono che ha coperto 75 giorni tra luglio e settembre. Uno spazio in onda per 30 minuti alle 11 mattino e alle 17 del pomeriggio irradiato dalle trombe installate sulle spiagge durante il quale Grana Padano è stato presente in 4 citazioni al giorno, promuovendo il momento musicale. L'iniziativa ci permette di raggiungere 3.500.000 presenze a Riccione, 1.800.000 a Cattolica, 800.000 a Misano.

Pianificazione Stampa

Anche la pianificazione stampa istituzionale nel secondo semestre ha visto coinvolte le principali testate nazionali di settore con i principali editori quali Class, Mediamond, Manzoni, CairoRcs, Universo, BFC Media, Piemme e Condé Nast per un totale di 254 uscite in formato pagina. All'interno dello stesso piano inseriti anche progetti speciali in singola e in doppia pagina per un totale di 18 uscite. A Pasqua e Natale sono stati integrati in totale 32 avvisi su quotidiani nazionali per gli auguri di rito.

PIANIFICAZIONE WEB

Nel corso del 2023, la pianificazione digital del brand Grana Padano ha continuato a basarsi su due pilastri principali di comunicazione, attivazioni tabellari classiche (video) e attività di branded content ad hoc. In ottica di videostategy, sono stati utilizzati numerosi soggetti creativi (TRADIZIONE; CONVIVIALITA'; MAESTRIA; PASSIONE; BENESSERE; ALLEGRIA; PAZIENZA), sempre con formato Preroll 10" *non-skipabile*, veicolando il messaggio di campagna sia su verticalità del mondo food, che con approccio allargato grazie a player forti di tecnologie di targettizzazione su base dato.

In continuità con quanto fatto nel 2022, è stato implementato un modello ibrido reservation + programmatic, sfruttando quindi il massimo potenziale delle tecnologie proprietarie di Wavemaker e veicolando un formato Preroll custom (*Marquee*) nei primi mesi dell'anno, poi sostituito con un preroll standard su una whitelist più ampia, in ottica di diminuzione dei costi.

Queste due leve sono state declinate, in ottica di massimizzazione dei risultati, su una matrice di targeting indirizzata ai vari macro-target di brand, per associare i vari cut di messaggi creativi ad audience ad hoc quanto più *responsive* possibili. L'ultima attivazione video dell'anno, a copertura del periodo natalizio e di massima stagionalità di prodotto, è stata nel mese di dicembre, con DNA speculare alle precedenti campagne, ma su target universale mondo adulti

e soggetto creativo unico. Per tutte le campagne sopra elencate, sono rimasti validi i 4 KPI già monitorati nei precedenti anni; il VTR%, in primis, corrispondente alla percentuale di visualizzazione complete del contenuto video e le 3 metriche IAS relative alla certificazione della qualità dell'audience intercettata, ossia la *viewability* (metrica che certifica l'effettiva visualizzazione dell'ADV mettendo in rapporto la sua superficie in pixel sul tempo speso di visualizzazione stessa), l'*adfraud* (ossia la percentuale di traffico non-umano presente nei network inclusi in pianificazione) e la *brand safety* (percentuale di "salute" del brand rispetto all'erogazione dell'ADV in ambienti safe per l'immagine di marca). I risultati, nel corso dell'intero anno, si sono attestati a dati overall in linea con i vari benchmark di brand, a conferma e dimostrazione di una corretta erogazione di campagna verso audience effettivamente affini al prodotto. Overall nell'anno 2023, si sono registrati un totale di oltre 60 milioni di impression, 413 mila click e 53 milioni di visualizzazioni complete dei video, con un dato finale di VTR pari all'87%, superiore al dato benchmark dell'85%. Il pillar del **branded content**, attivo per quasi tutto il 2023 con attività che hanno garantito livelli di *consideration* di brand molto elevati, sia in ottica di *storytelling* di puro *branding* che di campagne istituzionali. La considerazione di marca è stata quindi tenuta solida tramite presidio e creazione di contenuti amplificati da parte di editori premium, grazie all'utilizzo dalle principali leve social, native e adv standard degli editori, in modo da contattare un elevato numero di utenti in contesti premium ed altamente affini al mondo di Grana Padano.

I progetti sono stati realizzati e deliverati con le seguenti strutture:

- *Green & Blue*: il portale a tema sostenibilità/ambientale, già presidiato nel 2022, è stato utilizzato nei mesi di marzo e aprile per dare sostegno alla narrazione dei "Giovani della Filiera", tramite l'arricchimento del Dossier, l'amplificazione social dei contenuti (6 branded post/stories su LaRepubblica/G&B) e attività di traffico al sito tramite Skin sulla sezione economia di Repubblica;
- *Today*: nel mese di aprile, la presenza del brand è stata sviluppata all'interno della testata online di notizie e approfondimenti di attualità, cronaca, economia, politica, spettacoli e gossip di Citynews. Il branded content ha previsto la creazione di 6 branded Article pubblicati su Today.it e distribuiti su tutte le 53 edizioni del gruppo CityNews. Inoltre, è stata prevista un'amplificazione social sulle properties FB-IG e LinkedIn di Today.it. È stata infine prevista anche un'attività di traffico al sito tramite l'utilizzo di un formato native Box CPC;
- *Chef in Camicia*: Attivato da maggio a dicembre, con il format Nonne Italiane. Complice la grande forza comunicativa dei suoi food talent, Chef in camicia ha proposto un forte presidio video sui canali proprietari di Meta, TikTok e Youtube. La campagna ha previsto una produzione esclusiva di ricette con le Nonne, contenuti snack e ricette shorts, con l'obiettivo di ingaggiare la community ed accrescere la consideration attorno al brand Grana Padano;
- Il secondo semestre è stato poi caratterizzato da una partnership con Giallo Zafferano. Questo progetto è stato particolarmente importante sia per il taglio *always-on* dell'attività (sei

mesi fino a gennaio 2024), sia per il lavoro di costante messa in risalto della versatilità delle ricette pensato con la presenza dell'ingrediente Grana Padano. Al fine di garantire continuità e solidità ai contenuti già esistenti sul sito, si sono quindi mantenute attive tutte le leve già presidiate in precedenza (Domination display, amplificazione social e ricette ex-novo) lavorando con dei food influencer e dei creator per dare tagli innovativi al Grana Padano nelle varie ricette. Il formato principe rimane qui il video, declinato in versioni editoriali e di storytelling in base al diverso utilizzo del contenuto. L'attività ha generato volumi di visibilità e *consideration* molto elevati, con un dato di 4,5 milioni di pagine viste, 9,5 milioni di *reach social* e 116.000 click al sito;

- *AltaCucina*: L'ultimo periodo dell'anno è stato caratterizzato da un'attivazione sulle properties di AltaCucina, in modo da fornire una maggiore copertura sul periodo natalizio. L'attività ha previsto la creazione di video ricette inerenti al periodo natalizio, sfruttando un food creator di Alta Cucina e distribuite sui principali canali social del brand. Un'attivazione "Osservatorio" su IG, ponendo domande alla community, con l'obiettivo di informare la community riguardo alcune caratteristiche del Grana Padano. Infine, è stata prevista una sezione di adv per portare traffico al sito di Grana Padano.

AFFISSIONI, OOH, DOOH E CARTELLONISTICA

CAMPAGNA A COPERTURA DELLA REGIONE VENETO

Anche nel 2023 Grana Padano ha pianificato in 3 delle più grandi e frequentate città della Regione Veneto attraverso maxi-impianti a Verona, Venezia posizionate in zone di grande affluenza (dicembre) e presenza sui video digitali della stazione di Padova (giugno/dicembre).

CAMPAGNA GDO

Nel 2023 si è realizzata un'importante pianificazione di accompagnamento alle nostre attività GDO a livello nazionale all'interno di Ipermercati e Supermercati localizzati nelle principali medie/grandi città italiane, garantendo una copertura capillare e strategica.

Abbiamo presidiato 13 Regioni per un totale di 112 Market e 22 Iper per l'insegna Carrefour, pianificando 602 totem bifacciali distribuiti per 21 giorni nel mese di novembre. Questa attività genera circa 65.000.000 contatti lordi.

CAMPAGNA MURALES VIA CARNIA

Nel 2023 si è realizzata una nuova e impattante pianificazione riguardante il murales di Via Carnia.

Il murales pianificato serve l'area Nord-Est di Milano e la collega direttamente con P.zza San Babila ed il centro. Un impianto posizionato nei pressi di un cruciale incrocio, sulla direttrice di via Palmanova, da cui l'impianto è visibile sia in direzione fuori che centro città, e che rappresenta anche il principale percorso che collega l'area Nord-Est di Milano con Piazzale Udine/Parco Lambro/Lambrate. La parete è stata realizzata manualmente da riconosciuti artisti, rendendola una vera e propria opera d'arte. Il murales conta all'incirca, 200.000 contatti lordi giornalieri.

CAMPAGNA THE CORNER

Nel 2023 è stato pianificato un Maxiledwalls di 350 mq che può ospitare immagini in Slow Motion, posizionato sulla facciata della stazione Garibaldi, punto nevralgico tra i più importanti d'Italia e d'Europa: il cosiddetto "The Corner" di piazza Freud.

CAMPAGNA SAN BABILA EXPERIENCE

Nel 2023 si è realizzata una nuova e impattante pianificazione nel centro di Milano, in zona San Babila presso il bistrot Galbusera Tre Marie, sito in C.so Venezia 2.

A supporto dell'attività all'interno del Bistrot si è pianificato un Maxi Ledwall Verticale esterno visibile da Piazza San Babila e da C.so Vittorio Emanuele.

All'interno del periodo pianificato abbiamo raggiunto circa 9.000.000 contatti lordi per un totale di 12.600 spot circa.

CAMPAGNA CENTRI COMMERCIALI

Nel 2023 è stata rinnovata un'importante pianificazione di Premium Dooh – maxi-formati spettacolari e di design, ad elevato impatto visivo – presso alcuni fra i più conosciuti Mall della penisola. Con n.10 quattordicine continuative durante l'anno, la proposta - in termini di copertura nazionale - è stata strutturata su n.13 regioni coprendo le quattro aree Nielsen con n.36 centri commerciali fra i principali sul territorio nazionale. I ledwall interessati sono stati n.207 per ogni flight, con oltre 10.000.000 di passaggi totali. Il risultato di OTS raggiunte e certificate Blimp (Blimp: sistema di rilevazione real audience) hanno toccato il numero straordinario di quasi 162 milioni nell'intero periodo, con un record nel periodo natalizio.

Nel 2023 sono state attivate ulteriori due collaborazioni di successo a Venezia, durante l'80° Mostra Internazionale del Cinema, e a Milano durante il periodo natalizio.

A Venezia, abbiamo trasmesso il nostro spot live sullo schermo gigante a doppia faccia posizionato al termine del Red Carpet nei momenti antecedenti le prime internazionali o le

successive rappresentazioni, intervallati dalle interviste cult e show-reels, e durante l'onair della serata finale di premiazione.

Gli spot da 15" trasmessi sono stati n. 792 nelle 18 ore di trasmissione per gli 11 giorni di manifestazione.

A Milano, durante l'apertura del "Villaggio di Natale" in prossimità della centrale Corso Buenos Aires, evento sponsorizzato dalla Città di Milano e frequentato dal numero record di 600.000 persone nel periodo dal 30 novembre al 7 gennaio, sono andati onair sullo schermo gigante a bordo della pista di pattinaggio natalizia più grande del nord Italia, n. 6.864 spot da 15" durante le 11 ore di apertura al giorno per i 39 giorni previsti.

Per quanto riguarda la **cartellonistica sportiva**, anche nel 2023 (Campionato Italiano di calcio di Serie A 2023/2024) è stata confermata la nostra presenza con spazi promo pubblicitari (sostanzialmente esposizione del Logo su impianti led posizionati in prima/seconda fila a bordo campo per n. 2 minuti a partita nel giro campo e corner) in nove stadi delle prime squadre delle società sportive Atalanta (Atalanta BC S.p.A.), Cagliari (Cagliari Calcio S.p.A.), Hellas (Hellas Verona FC S.p.A.), Lazio (S.S. Lazio S.p.A.), Lecce (U.S. Lecce S.p.A) Salernitana (US Salernitana 1919 S.r.l.), Genoa (Genoa CFC S.p.A.), Torino (Torino F.C.) e Udinese (Udinese Calcio S.p.A.).

È stato infine rinnovato il contratto di noleggio dei 150 cartelloni stradali identificativi della zona di produzione Grana Padano DOP esposti a tappeto nelle province di Mantova, Cremona, Bergamo, Pavia, Piacenza, Rovigo, Brescia, Lodi, Verona, Vicenza, Cuneo.

Relativamente alla **videocomunicazione aeroportuale**, la pianificazione si è sviluppata come ogni anno a livello nazionale ed internazionale.

AEROPORTI NAZIONALI

- Verona, Valerio Catullo

Le statistiche passeggeri 2023 hanno segnato un aumento pari al 15,3% rispetto all'anno precedente, registrando 3.437.000 passeggeri totali transitati dall'aeroporto di Verona. Nel corso della Summer 2024 partiranno nuovi voli Volotea, SkyAlps e Ryanair, inoltre dal 2 aprile tornerà dopo una pausa di 9 anni, Ari France.

Con la realizzazione del Progetto Romeo, l'aeroporto Catullo di Verona avrà un nuovo terminal partenze, di ultima generazione, pronto ad accogliere atleti, spettatori e turisti in vista delle prossime Olimpiadi invernali di Milano-Cortina 2026, che prevede un ampliamento di 11.500 mq con una nuova hall partenze landside, restyling e ampliamento dell'area check-

in, nuove aree commerciali e servizi, nuove sale d'imbarco airside e varchi security di ultima generazione per accogliere un sempre più alto numero di passeggeri.

Il pacchetto comunicazione integrata a noi riservato e che ci ha visti on air per tutto l'anno ha previsto posizioni di primo livello: una maxi-affissione outdoor mono-facciale 8x3 m. visibile da ben 4 flussi di veicoli, il maxi portale da 22 mq, un impianto infradoor cm 180x180 ingresso-uscita al terminal arrivi, un pacchetto digital advertising (videowall e monitor area arrivi/partenze, monitor FIDS - Flights Information Display System - area arrivi/partenze, monitor di indicazione del volo davanti a ogni cancello d'imbarco, banner sito web aeroportoverona.it), impianti statici al terminal partenze (colonne angolari e monofacciali area gate e sale di imbarco nazionale e Schengen, un impianto a parete area imbarco extra Schengen).

- Bergamo Orio al Serio, Il Caravaggio

L'Aeroporto di Bergamo ha registrato nel 2023 15.974.451 passeggeri segnando un +21,4% sul 2022 e un importante +15,3 rispetto al 2019. Si conferma essere il terzo aeroporto in Italia in termini di numero di passeggeri transitati con un picco giornaliero di 50.242 passeggeri in un solo giorno in occasione del volo inaugurale di Norwegian Airlines il 30 aprile 2023.

Inoltre, per il secondo anno consecutivo l'Aeroporto di Milano Bergamo è stato riconosciuto da ACI, l'Associazione Mondiale degli Aeroporti, come migliore aeroporto europeo nella categoria tra i 5 ed i 15 milioni di passeggeri annui vedendosi confermare l'ambito premio Airport Service Quality Award e i due premi come aeroporto più gradevole e di più agevole uso in Europa (Most Enjoyable Airport in Europe and Easiest Airport Journey in Europe).

La nostra presenza ha coperto il periodo dal 1° gennaio al 31 dicembre 2023 in posizione portale – Ingresso 3 – Area Arrivi Internazionali.

Si è trattato di n. 3 maxi-teli illuminati – dimensioni: 16,84m² + 11,28m² + 16,84m² con visibilità passeggeri in arrivo, passeggeri in attesa di autobus, taxi, passeggeri in uscita dal terminal, accompagnatori, operatori aeroportuali e fruitori del parcheggio. Buona visibilità anche dall'autostrada.

- Roma Fiumicino, Leonardo da Vinci

L'Aeroporto di Roma Fiumicino ha registrato nel 2023 40.545.240 passeggeri segnando un +38,1% sul 2022 e confermandosi il primo aeroporto italiano.

Per il settimo anno l'aeroporto "Leonardo da Vinci" di Fiumicino è decretato miglior scalo d'Europa nella categoria degli aeroporti con oltre 40 milioni di passeggeri aggiudicandosi oltre al "Best Airport" award, anche il premio in tutte le categorie considerate: Airport with

the Most Dedicated Staff in Europe, Easiest Airport Journey in Europe, Most Enjoyable Airport in Europe, Cleanest Airport in Europe.

Inoltre, un nuovo importante traguardo è stato aggiunto nella direzione della sostenibilità: dal 23 novembre 2023 al Leonardo da Vinci è disponibile il nuovo parcheggio “ADR e-move”, il primo e più grande parcheggio in Italia riservato esclusivamente ai veicoli elettrici ed ibridi plug-in, che dispone di 74 stalli totali che raddoppieranno nel 2024.

In questo aeroporto Grana Padano ha una visibilità importante e di impatto con il proprio video sul digital elevator nella piazza T1, ascensore digitale che porta i passeggeri in partenze e arrivo verso l’area food, con due facce brandizzate fortemente impattanti.

AEROPORTI INTERNAZIONALI

Per l’anno 2023 è stato ideato un piano di comunicazione per il periodo maggio – settembre nei tre principali hub europei, potenziato nell’ultimo trimestre per Francoforte; quest’ultimo in particolare ha registrato il più importante balzo di crescita (+21,3%) insieme a quello di Heathrow (+28.5%) e Parigi CDG (+17.3%), dati che portano al quasi totale raggiungimento del livello di pre-pandemia (2019). Questo incremento ha visto gli aeroporti europei accogliere fino a 2,3 miliardi di passeggeri, risultato ancor più straordinario specialmente in considerazione delle pressioni inflazionistiche, tariffe aeree più elevate e le accresciute tensioni geopolitiche.

Di seguito una view del piano e del calendario delle nostre campagne negli aeroporti europei oggetto del piano:

- **Francoforte - DE** - (arrivi: ritiro bagagli Area Schengen ed Extra Schengen). *Totale n. 16 + 6 settimane così suddivise:*
 - n. 4 settimane: dal 15/05 al 11/06 - n. 4 settimane dal 19/06 al 16/07;
 - n. 4 settimane dal 17/07 al 13/08 - n.4 settimane dal 14/08 al 10/09;
 - n. 4 settimane dal 23/10 al 19/11 - n.2 dal 27/11 al 10/12.
- **Charles De Gaulle – F** (partenze: area check-in e boarding area, zone commerciali). *Totale n. 6 settimane così suddivise:*
 - n. 2 settimane dal 15 al 25 giugno - n. 2 settimane dal 01 al 16 luglio;
 - n.2 settimane dal 29/07 al 13/08.
- **Londra Heathrow – UK** (arrivi: ritiro bagagli Area Schengen ed Extra Schengen). *Totale n. 2 settimane dal 17 al 30 luglio*

II. AZIONI PROMOZIONALI, SPONSORIZZAZIONI ED EVENTI IN ITALIA

Nel 2023 sono proseguite le attività promozionali e di sponsorizzazione. Riportiamo di seguito

quelli di maggior rilievo:

- CASEUS VENETI: La XIX Edizione del *Concorso Regionale dei Formaggi del Veneto* si è svolta sabato 30 settembre a domenica 1° ottobre a Villa Contarini a Piazzola sul Brenta (Padova). L'evento è avvenuto in presenza, ma il Consorzio Tutela Grana Padano ha partecipato, nonostante fosse capofila del progetto, senza stand e personale dedicato. Si sono in ogni modo svolte regolarmente le degustazioni di prodotto e le attività con gli chef, in collaborazione con Aprodav.
- GARDALAND: IL DIVERTIMENTO SPOSA L'ECCELLENZA: È proseguita la sinergia fra le due eccellenze italiane. La collaborazione è partita alla riapertura della stagione ad aprile. Si è confermata la visibilità a partire dal totem di benvenuto in entrata, nei punti principali e più importanti dei 6 punti di ristoro, così come nei due alberghi; in evidenza l'area DOREMIFARM, attrazione dedicata ai piccoli frequentatori del parco e alle loro famiglie, personalizzata con messaggi dedicati a Grana Padano. In aggiunta siamo stati presenti anche nel Legoland® Water Park Gardaland nel punto ristoro Harbour Restaurant con la presenza del nostro logo sui totem d'entrata, nel menù anche con portate a base di Grana Padano.
- ITRUCK GRANA PADANO: Nella stagione estiva ed invernale è stato brandizzato un Itruck itinerante che ha percorso il nord Italia. Il Tour Estivo Food&Land Experience Tour delle Eccellenze è stato protagonista in concomitanza con il passaggio delle Frecce Tricolori. Il Tour invernale "Grana Padano XSMAS Truck, abbracciamo la generosità" appositamente allestito per le festività ha visto 12 tappe presso alcuni centri commerciali della Lombardia e del Veneto; Vicenza, Verona, Brescia, Bergamo e Milano. All'interno della struttura, un set fotografico con un grande cuore ha fatto da sfondo per lo shooting con cui si sono realizzate in tempo reale, degli esclusivi biglietti di auguri personalizzati con la propria foto. Inoltre, ai consumatori saliti sul mezzo con una confezione di Grana Padano è stato omaggiato un kit per confezionare e poter regalare ai propri cari il formaggio DOP più consumato al mondo acquistato presso il CC.
- SUPERG: Il format è stato riproposto nella stagione invernale nella splendida località sciistica di Courmayeur. Ad accogliere gli ospiti Grana Padano DOP, nei momenti di pairing e nei piatti curati da Andrea Berton, uno dei più noti chef stellati, abbinato con bollicine italiane e champagne. Il nostro logo è presente nel piano editoriale social e sito.
- 67 COLONNE PER L'ARENA DI VERONA: Il Consorzio ha aderito anche nel 2023 come socio "Advisor" al progetto di fundraising promosso dalla Fondazione Arena di Verona. Il progetto è nato a sostegno del Festival Lirico dell'Arena di Verona nella consapevolezza della sua rilevanza nel panorama artistico e culturale italiano, oltre che nel contesto economico e nel settore del turismo culturale italiano. L'Arena di Verona resta il teatro d'opera all'aperto

più grande al mondo con forte inclinazione cosmopolita ed è simbolo dell'italianità nel mondo: gli spettatori internazionali rappresentano il 56% del totale e provengono, complessivamente, da 125 paesi (dati aggiornati 2023). Da sottolineare che la terza edizione del progetto *67 Colonne*, a cui tra i primi il vostro Consorzio ha aderito, ha registrato nel 2023 un aumento delle donazioni di €400.000, arrivando ad un totale complessivo di quasi due milioni di euro di donazioni a sostegno del Festival e, quindi, più in generale dell'arte, della cultura e del canto lirico italiano. Tra l'altro, proprio nel 2023 la pratica del canto lirico italiano è stata inserita nella lista Unesco dei Patrimoni Culturali Immateriali dell'Umanità. La nostra partecipazione ha goduto del credito d'imposta al 65% grazie ad Art Bonus.

Sono state realizzate nel corso del 2023 altre attività sponsorizzate, fra le quali citiamo: la collaborazione con il Comune di Desenzano e la sponsorizzazione della squadra Calvina/Desenzano calcio; la collaborazione con l'associazione ANT; la partnership con Qualivita; la Fiera del Grana Padano e dei Prati Stabili di Goito; la Festa del nodo d'amore a Valeggio sul Mincio; il prestigioso Festival delle X Giornate di Brescia, il Forum TedX a Mantova, L'anniversario dei 140 anni della fondazione del Gruppo Editoriale Libertà di Piacenza; il supporto a Rosa Running Team; Run for Sla. A fianco dell'evento sportivo benefico Boom Friends & Sport Italia per l'acquisto di una frigoemoteca intelligente al Servizio Trasfusionale per migliorare le cure ai pazienti oncoematologici dell'Azienda Socio-Sanitaria territoriale Mantova. Il sostegno allo Smart Future Accademy; partecipazione al Dairy Summit; la Fiera del bovino da latte; la partnership triennale con il Teatro Stabile Goldoni. A fianco degli Ambasciatori del Gusto nella Settimana della Cucina Italiana nel mondo, il Gadget Tour estivo 2023 a cura di Radio Studio Più con 6 date in Puglia ed altre 24 in giro per l'Italia (dalla Riviera Adriatica della Romagna al Gargano e alcune tappe sui laghi del nord Italia); il Capodanno a Desenzano sempre con Radio Studio Più e la presenza alla 80° Mostra Internazionale d'Arte Cinematografica di Venezia sulla Terrazza ristorante dello Chef internazionale Tino Vettorello.

Tra le più rilevanti sponsorizzazioni e partecipazioni promo pubblicitarie legate allo sport, ricordiamo:

- GIOVANNI FRANZONI: Iniziata nel 2021 (con un accordo rinnovato fino a giugno 2026 in accompagnamento alle Olimpiadi di Milano Cortina 2026), è continuata la sponsorizzazione del giovane ma molto promettente sciatore di Manerba del Garda Giovanni Franzoni, Atleta della Squadra Nazionale Italiana "A" e del Gruppo Sportivo Fiamme Gialle. Nella stagione 22-23 Giovanni ha conquistato due ottimi risultati nelle gare di Coppa del Mondo di Bormio ovvero 26° nella Discesa Libera e 22° nel Super Gigante. L'atleta, oltre all'attività sportiva agonistica, in ottica di promozione del brand Grana Padano, è presente sui social NTW. I profili ufficiali di Giovanni sono: Instagram (11,8k Follower), Tik Tok (94.484 MI PIACE) e FB

(9.956 Follower). A gennaio 2024 è stato realizzato un servizio fotografico dedicato alla nostra collaborazione ed è in definizione un progetto di comunicazione strutturato on-ski e off-ski dove Grana Padano sarà il fulcro dei contenuti che andranno poi pubblicati sui vari profili; a breve sarà anche disponibile il casco aerografato dove verrà messo in risalto il nostro brand.

- CAMPIONATI MONDIALI DI SCI: Con un grande successo, Grana Padano è stato nuovamente protagonista di alcune importanti gare della AUDI FIS ALPINE SKI WORLD CUP stagione 2023/24. La visibilità ottenuta grazie ad un progetto e programma efficacemente condiviso con Infront è stata considerevole, coprendo n. 12 gare fra femminili e maschili (incluse le n.4 gare nel 2024 e 3 riallocazioni causa maltempo: LEVI in Finlandia, TREMBLANT in Canada, MADONNA DI CAMPIGLIO e CORTINA D'AMPEZZO e KRONPLATZ in Italia, KVITFJELL in Norvegia ed ÅRE in Svezia nel 2024) con pacchetti pubblicitari che hanno coperto dalla Finish Area, al Course, al Cascade, alle gate flags e ai pettorali.

Il nostro logo è stato integrato in tutto il materiale on e offline predisposto dai Comitati Organizzatori (LOC) ove Grana Padano era presente (programmi di gara, pagine pubblicitarie, siti web dei Comitati organizzatori). Una fornitura di prodotto alle VIP Lounge ha completato la nostra apprezzatissima presenza in loco.

Alcuni numeri straordinari restituiti dalla nostra Brand Analysis: *Exposure* totale logo Grana Padano: 391 ore; numero sequenze con visibilità logo Grana Padano: 478.000; *Impressions* logo Grana Padano cumulate: 1.150 milioni. Circa la Media exposure più generale: Media canali per ogni competizione: 101; Broadcast time totale: 4.025 ore; Audience cumulata: 765 milioni; *Impressions* totali eventi cumulata: 13 milioni.

- MATTIA DEL FIANDRA: è iniziata quest'anno la collaborazione col giovane desenzanese Atleta Internazionale, Membro della Nazionale Italiana Wakeboard, Atleta Junior Pro WWA, Medaglia d'Oro Camp. Italiano Cat. Junior 2021 di wakeboard; uno sport acquatico che nasce dalla fusione tra lo sci nautico e lo snowboard, di recente diffusione, praticato inizialmente negli Stati Uniti a partire dagli anni '90, che ha visto una larga diffusione, nel giro di pochi anni, in tutto il mondo, con densa presenza televisiva. La stagione 2023 ha collocato Del Fiandra: 1* al River rumble Vienna Austria, 2* all'Euro Tour Colonia Germania, 2* ai campionati di categoria Junior Sicilia, 2* ai campionati europei junior Sicilia ed è ora 2* nel ranking list junior classifica IWWF 2023. Il 2024 sarà l'anno di due 2 mondiali con la Federazione IWWF; attualmente è in Thailandia per l'allenamento invernale e successivamente in Australia nella gold coast dove si sta allenando con il vicecampione del mondo open in carica.

Da ricordare infine il supporto alla squadra dell'Asiago Hockey, la presenza all'Adamello Ski Raid di Ponte di Legno-Tonale, la presenza promo pubblicitaria col Trentingrana alla 39° Gran Fondo Val Casies - la gara più popolare della regione Alpina e conosciuta a livello internazionale-, il supporto alla IX edizione della 1000 Passi Per Brescia e alla Salò Run for Telethon.

III. FIERE NAZIONALI ED ESTERE

- *VILLAGGI TOUR COLDIRETTI*

Il Consorzio insieme a Coldiretti e agli agricoltori di tutta Italia nelle tappe del Tour a Bari, Cosenza, Napoli, Roma e San Benedetto per far conoscere la biodiversità e la sostenibilità della nostra agricoltura e per dire ancora un no all'arrivo sulle tavole del cibo sintetico e comunicare le nostre DOP italiane fra cui la bontà i valori del nostro formaggio presentandolo attraverso masterclass per gli adulti.

- *MEETING PER L'AMICIZIA TRA I POPOLI, Rimini 20-25 agosto*

A fronte del contributo a CDO Agroalimentare, anche nella 44° edizione siamo stati il formaggio ufficiale della manifestazione; oltre alla presenza di un nostro Corner, la vestizione dei volontari, le tavole area ristoro e le colonne esterne, siamo stati con gratitudine protagonisti della Mostra "Il gusto del quotidiano – Lavoro e compimento di sé, da San Benedetto ad oggi", La mostra parte dalla storia dei benedettini e ha portato il visitatore a capire se oggi sia possibile vivere il lavoro all'altezza dei propri desideri e se, in una situazione planetaria e anche intima di generalizzata incertezza, l'uomo possa accendere creatività e positività per affrontare la realtà e assaporare "il gusto del quotidiano".

- *CIBUS CONNECT Parma 29-30 marzo*

A Cibus Connect il Consorzio di Tutela ha incontrato i buyers allo stand offrendo il suo miglior biglietto da visita, il Grana Padano DOP in purezza. Semplice ed autentica scintilla che ha saputo tenere viva l'emozione italiana scoperta da milioni di consumatori con la campagna promozionale on air sui principali mercati europei.

- *TUTTO FOOD Milano 8-11 maggio*

Alla Fiera Rho-Milano è tornato Tuttofood ed il Consorzio Tutela Grana Padano e l'Associazione dei 13 Consorzi di Tutela dei Vini di Lombardia (ASCOVILO), proseguendo il progetto di informazione e promozione, cofinanziato dall'Unione Europea: "Nati per stare insieme", sono stati presenti.

Un programma congiunto ha previsto per il Consorzio la partecipazione di chef, fra cui gli stellati, una nutrizionista e special guests, mentre le giornate di ASCOVILLO sono state animate dalle degustazioni dei vini lombardi in abbinamento alle tre stagionature di Grana Padano DOP. Molte le presenze del mondo food; dagli Chef in Camicia i quali hanno proposto accompagnandoli ai vini, sfiziosi finger food a base di Grana Padano DOP declinato nelle sue diverse stagionature DOP da accompagnare ai Vini dei Consorzi Garda Doc e Lugana Doc. Appuntamento clou è stato con lo chef stellato Andrea Aprea e la nutrizionista Evelina Flachi che, insieme all'ospite speciale e i vertici del Consorzio, ha interpretato il piatto degli sportivi per i Giochi Olimpici e paralimpici Milano Cortina 2026, creato appositamente dallo chef per celebrare la partnership con la Fondazione Milano Cortina 2026 siglata a febbraio scorso.

A chiudere il programma del Consorzio, presso l'Arena Taste, nell'ambito delle attività degli Ambasciatori del Gusto, lo chef stellato, Davide Oldani, grande protagonista della cucina italiana, ha fatto gli onori di casa proponendo una ricetta a base di Grana Padano DOP.

- *FESTIVAL DELLA LETTERATURA MANTOVA, Mantova 6- 10 settembre*

Il Consorzio Tutela Grana Padano ha celebrato la ventisettesima edizione del FESTIVALE LETTERATURA in vesti di partner unico del progetto per famiglie e bambini Girotondo un percorso di giochi e fantasie d'autore all'interno della prestigiosa Casa del Mantegna. Inoltre, tutti le divise dei volontari avevano il logo Grana Padano.

- *MANTOVA FOOD&SCIENCE FESTIVAL, Mantova 19-21 maggio*

All'edizione 2023 il Consorzio ha partecipato in qualità di Main Partner con uno spazio Grana Padano in Piazza Concordia. Cuore della presenza del Consorzio al Festival è stato ancora Piazza Concordia a Mantova, con eventi guidati da esperti consortili. In programma laboratori per adulti dedicati all'abbinamento del Grana Padano DOP con i mieli e con i vini ed un incontro sui "Giovani della Filiera", protagonisti dei video sui canali social del Consorzio dove raccontano le loro esperienze.

- *GOLOSARIA, Milano 4-6 novembre*

Il Consorzio Tutela Grana Padano ha rinnovato la partnership con Golosaria, la manifestazione per la diciottesima edizione è tornata al MiCo Centre del capoluogo lombardo. Il formaggio DOP più consumato al mondo è stato protagonista in due show-cooking nell'area Wine testing e Mixologi.si propone il conferimento del premio GRANA PADANO DOP alle top boutique del formaggio italiane – o altra categoria da condividere.

- *FORMAGGI& SORRISI, Cremona 24- 26 marzo*

Torna infatti nelle vie del centro storico della città di Stradivari & Friends "Formaggi & Sorrisi", che vede proposti alle migliaia di visitatori eventi, prodotti, storie legati ai principali prodotti caseari. La manifestazione ha visto la partner comune fra il Consorzio Tutela Grana Padano ed il Consorzio del Provolone Valpadana. A fare da guida per le strade di "Formaggi & Sorrisi" è stato Grani, mascotte del festival e simbolo del Grana Padano.

- **EUROSPORT VILLAGE Milano Arco della Pace dal 28 settembre- 2 ottobre**
Grana Padano presente nel villaggio dello sport con un 'area ludica e con assaggio di prodotto in monoporzioni è stato al fianco dei piccoli atleti, i quali si sono cimentati nelle varie discipline sportive.

- **SPONSORIZZAZIONE OLIMPIADI INVERNALI MILANO CORTINA 2026**

Il 14 febbraio 2023 la Fondazione Milano Cortina e il Consorzio Grana Padano annunciano la sottoscrizione della partnership in vista dei Giochi Olimpici e Paralimpici Invernali 2026. L'accordo sancisce una comunione di intenti e una condivisione di valori profonda tra il Comitato Organizzatore dei prossimi Giochi Olimpici e Paralimpici Invernali del 2026 e il Consorzio che da sempre è ambasciatore del gusto italiano nel mondo. Milano Cortina 2026, i Giochi Olimpici Invernali più diffusi di sempre, copriranno un'area di oltre 22 mila chilometri quadrati e coinvolgeranno l'Italia intera. Al tempo stesso, sottoscrivendo la partnership con la Fondazione, il Consorzio vuole consolidare lo stretto legame con il territorio, abbracciando integralmente i principi fondamentali e preziosi della sostenibilità ambientale, sociale ed economica, che ispirano anche i Giochi Olimpici Invernali.

Dalla firma dell'accordo sono state pianificate una serie di attività per valorizzare questa prestigiosa sponsorizzazione a partire dalla customizzazione della sede consortile, la brandizzazione dei mezzi utilizzati dai nostri esperti, prodotti i primi gadget e materiali divulgativi; per TV, Radio e WEB la nostra campagna è stata finalizzata con l'inserimento dei loghi e diciture delle Olimpiadi mentre sul sito del Consorzio è stata aperta una sezione appositamente dedicata ed aggiornata per garantire una comunicazione costante ed efficace sino ad arrivare all'anno delle Olimpiadi.

- **BRAND AMBASSADOR ITALIA**

Rinnovo della collaborazione con gli Chef Stellati: Andrea Aprea, Davide Oldani, Andrea Berton con i quali si sono condivise delle pianificazioni editoriali lato stampa, social e loro presenza in eventi e partnership.

- **MADRID FUSION, Madrid 23 – 25 gennaio 2023**

Per la prima volta, Grana Padano ha partecipato al congresso gastronomico Madrid Fusion, un evento che attira sempre i più grandi nomi della gastronomia spagnola e internazionale. Alla sua XXI edizione, con più di 21.000 visitatori, 25% più del 2022, tra cui più di 700 studenti di scuole alberghiere da tutta la Spagna, è stata l'edizione con il maggior numero di espositori. Grana Padano ha svolto diverse attività nel corso della sua partecipazione sia presso lo stand di 36mq che anche nell'area di showcooking del convegno, coordinate dalla nostra agenzia Rios y Toth. Ogni giorno, la nostra influencer Loleta (Lola Bernabè) ha preparato una ricetta al Grana Padano (Risotto cacio e pepe, Penne ai funghi, risotto alla zucca e pere e come dolci una versione salata di tiramisù e cheesecake). Lo Chef Andrea Tumbarello, spesso ospite di Masterchef Spagna e proprietario del Ristorante Don Giovanni a Madrid, è stato presente a due

showcooking allo stand e due nell'area showcooking del convegno dove ha spiegato la differenza delle tre stagionature e del suo utilizzo anche nella cucina spagnola. Nel secondo giorno, si è svolta una degustazione guidata di tre stagionature con tre vini spagnoli, guidata da Federico Oldenburg

- *SUMMER FANCY FOOD, New York, 12 – 14 giugno*

Alla sua 67° edizione, con più di 2.200 espositori americani e internazionali e un incremento dei visitatori (buyer, retailer, distributori) di più del 20% sull'edizione 2022, la fiera Summer Fancy Food si consolida come la fiera B2B più importante delle Americhe e Grana Padano è stato presente con un suo stand di 24mq nel Padiglione Italia e vicino agli altri formaggi DOP. La presenza in fiera ha permesso di ospitare le aziende associate per le riunioni commerciali nonché di far degustare il Grana Padano ai visitatori presenti nelle giornate della manifestazione. Inoltre, Grana Padano è stato protagonista di uno show-cooking presso lo stand della regione Emilia-Romagna e ha potuto far degustare varie stagionature ad invitati e giornalisti, con la moderazione di Francine Segan.

Inoltre, per i nostri associati, i loro importatori e clienti e per invitati media e influencer, si è svolto un evento “fuori salone” presso un roof-top Newyorkese, coordinato dalla nostra agenzia Barabino & Partners.

- *TASTE OF LONDON (Consumer), Londra 14 – 18 giugno*

Nel prestigioso Regent's Park si è svolta la diciannovesima edizione di Taste of London, tappa estiva della manifestazione internazionale dedicata alla degustazione di prodotti enogastronomici di altissima qualità: un evento rivolto ad un pubblico selezionato che celebra l'eccellenza dell'enogastronomia e della ristorazione della città ospitante. Con 36 ristoranti, 134 ricette preparate da oltre 50 chef con più di 123.000 piatti venduti e più di 150 stand di prodotti artigianali, Taste of London è diventato il più grande Festival della Ristorazione a livello mondiale e, nel 2023, ha registrato oltre 56.000 visitatori. Come da diversi anni, Grana Padano ha partecipato insieme al Consorzio del Prosecco con uno stand di oltre 150mq. Tutti i giorni si sono svolte diverse masterclass sulle 3 stagionature e show-cooking, sempre con ricette diverse, tenute dall'esperto Neil Phillips e lo Chef Danilo Cortellini ottenendo grande successo. Queste masterclass sono, come sempre, considerate tra le più popolari e attese dal pubblico di Taste. Numerosi gli influencer coinvolti quali ad esempio Francesco Mattana @our_cookingjourney, Angelo Coassin @cookingwithbello, Alexandra Dudley, Anna Barnett e tanti altri che ci hanno consentito di veicolare ulteriormente sui canali social media la nostra attività a Regent Park. Oltre agli influencer abbiamo coinvolto la testata Deliaonline e il suo ambassador Alex Mackay con cui abbiamo realizzato una masterclass e ricette ad hoc pubblicate sul famoso sito e sui relativi canali social media.

- *ANUGA (Colonia, Germania, 7 – 11 ottobre)*

In questa 103° edizione, come sempre Grana Padano era presente nello stand collettivo AFIDOP, insieme ai Consorzi dei formaggi Asiago, Gorgonzola, Mozzarella di Bufala Campana

e Taleggio in uno spazio di quasi 190m2 situato nella Hall 10.1 dedicato ai formaggi. ANUGA è considerata tra le più importanti fiere alimentari d'Europa dove sono stati presenti più di 7.900 espositori da 118 nazioni con circa 140.000 visitatori da 200 paesi. Tramite l'agenzia "I Love Italian Food", sono stati organizzati uno showcooking con lo Chef Domenico Gentile, autore del libro di ricette italiane più venduto in Germania, che ha creato 5 ricette con i 5 formaggi, una degustazione di tre stagionature abbinata a dei vini di AsCoViLo e uno story-telling sulla storia dei cinque formaggi e delle loro peculiarità. Inoltre, il 10 ottobre è stato presente il nostro Chef Ambassador Andy Schweiger per uno showcooking allo stand.

Sempre in collaborazione con As.Co.Vi.Lo. all'interno del progetto "Nati per stare insieme" è stato organizzato un evento fuori salone presso un Roof Top al centro di Colonia con vista sul Reno, per i consorziati e i loro buyers, oltre a influencer e giornalisti di settore e dove lo Chef Andy Schweiger ha preparato un piatto a base di Grana Padano in tre consistenze.

Abbiamo proposto per la prima volta una "TasteMaker Challenge" facendo sfidare lo chef Andi Schweiger con le influencer Janine Fischer e Felicitas Then. La challenge si è articolata in tre momenti distinti e si è svolta dapprima sui profili Instagram dei tre talent e da ultimo in presenza a Colonia. In fase iniziale, i talent hanno ricevuto una mystery box, all'interno della quale hanno ritrovato gli ingredienti utili per la realizzazione di una ricetta a loro scelta e che includesse Grana Padano. La prima fase ha dunque previsto attività di unboxing, veicolata sui canali social media dei talent attraverso Instagram stories. Successivamente Andi, Janine e Felicitas attraverso un reel Instagram hanno rivelato, in anteprima, alla propria community la ricetta che avrebbero presentato durante l'evento fisico. Da ultimo, la challenge si è concretizzata durante l'evento di Colonia. Qui i tre talent hanno realizzato la propria ricetta sottoponendola al giudizio di una giuria preselezionata. Tale giuria, composta anche da alcuni consorziati presenti, ha decretato il vincitore.

L'evento ha avuto grande risalto sui canali social media tedeschi e la challenge è stata un momento di condivisione simpatico da poter sfruttare anche in altri mercati. A livello social, l'interazione tra i tre talent coinvolti ha permesso di unire le differenti community, creando così hype attorno alla challenge.

IV. PROGETTI E COLLABORAZIONI SPECIALI IN ITALIA E ALL'ESTERO

- **L'ABBAZIA DI CHIARAVALLE**

Iniziato ormai nel luglio 2018, è proseguito il nostro legame speciale con la Comunità monastica di Chiaravalle. Il rapporto legato alle funzioni sociali, didattiche e alla comunicazione è continuato, arricchendosi di esperienze, tramite la collaborazione, non esclusiva, con Koinè Cooperativa Sociale Onlus, l'associazione che supporta la Comunità monastica nelle attività di socialità, di formazione, di divulgazione ed informazione. Gli esercizi gestiti e condotti in questi

ambiti col supporto, in forme diverse, del Consorzio che sempre accorda la sua presenza con la Comunità, sono stati:

➤ Visite guidate:

Le visite guidate accompagnano i visitatori alla scoperta della chiesa, del chiostro, della cappella di San Bernardo e del mulino. Le visite si occupano non solo di mostrare l'arte e la storia del monastero ma anche di illustrare la conformazione del territorio e la vita spirituale e materiale dei monaci dal medioevo all'attualità. Durante la visita al mulino ai visitatori viene illustrato il plastico della marcita ivi presente, la storia della coltivazione del foraggio e viene quindi argomentata l'invenzione conseguente del Grana Padano, con l'ulteriore visione di un video che illustra la storia del Grana Padano e l'esposizione del museo di attrezzi di caseificazione ad esso dedicato.

➤ Attività didattiche:

I percorsi didattici sono dedicati all'educazione alla sostenibilità ambientale, all'autoproduzione e alla scoperta della storia e della vita dei monaci. Articolati in attività di erboristeria, di panificazione, di conoscenza dei grani e delle farine, della biodiversità territoriale, valorizzano il portato storico e culturale del contesto monastico e lo declinano al presente offrendo strumenti concreti di azione in ottica di educazione alla sostenibilità ambientale.

➤ Campus:

I campus pasquali ed estivi ospitano momenti di gioco all'aria aperta negli spazi del mulino alternati a momenti laboratoriali. Ogni settimana di campus è dedicata ad un tema specifico, solitamente incentrato sugli antichi mestieri: il casaro, il cartografo, l'erborista, il panificatore, l'artista.

➤ Comunicazione:

E' stato attuato un piano di comunicazione sulle pagine social dell'Abbazia incentrato sul radicamento storico del formaggio Grana Padano all'interno delle dinamiche sociali ed economiche dell'Abbazia durante il medioevo, sul contesto territoriale e produttivo imperniato sulla diffusione della coltura irrigua della marcita, che sta alla base della produzione di foraggio e del conseguente aumento di latte prodotto dagli allevamenti, sull'incisività sulla costruzione e modellazione del paesaggio circostante, sull'esposizione museale dedicata al Consorzio presente nella Sala Granaio del Mulino. È stato posto particolare accento sulla sostenibilità concentrandosi sulla scelta attuata dai monaci nel medioevo di elaborare il caseus *vetus* a lunga stagionatura per evitare lo spreco di latte in un periodo di sovrapproduzione: questa azione di sostenibilità ante litteram è stata comunicata declinandola alla contemporaneità come risposta attuale alle problematiche economiche e sociali più sentite e urgenti.

Il piano di comunicazione ha previsto inoltre la promozione dei prodotti monastici associati alla consumazione di formaggio Grana Padano da attuarsi in Abbazia.

Allo stesso modo, gli eventi ideati e realizzati, anche in questo caso, col supporto e la partecipazione del Consorzio sono stati:

- ✓ Ogni terza domenica del mese, esclusi gennaio, agosto e dicembre, lo svolgimento dell'evento "Mulino in movimento". Le acque del cavo Macconago vengono riempiti d'acqua dal depuratore del Nosedo e gli ingranaggi del mulino vengono azionati per una produzione dimostrativa di farina per i visitatori. Gli ospiti in visita fruiscono di gadgets del Consorzio Tutela Grana Padano e monodosi stick di formaggio Grana Padano Dop da gustare durante l'evento.
- ✓ Il "Cammino dei monaci", condotto in collaborazione con l'Associazione Nocetum ha interessato 3 date, fra marzo e maggio. È un percorso culturale e territoriale tra Milano e l'Abbazia. Parte dalla Basilica di San Lorenzo e, lungo il corso di Vettabbia, si snoda verso la Basilica di Sant'Eustorgio, Porta Romana, Nocetum e infine Chiaravalle. La roggia della Vettabbia funge da guida al cammino: roggia storica fondamentale per l'irrigazione dei territori un tempo di proprietà dei monaci di Chiaravalle. Il pranzo a Nocetum rappresenta il momento gastronomico, cucinato utilizzando le materie prime della City Farm e ospitando le forniture di Grana Padano. L'ultimo tratto, nella zona agricola di Milano, illustra la zona occupata dalle marcite un tempo adibite alla coltivazione del foraggio e da occasione di racconto dell'invenzione del Grana Padano da parte dei monaci cistercensi. Il percorso si conclude con la visita all'Abbazia e un momento di confronto e testimonianza con un monaco.
- ✓ L' "Abbazia all'imbrunire", gestito in collaborazione con il Ristoro dell'Abbazia, ha previsto cinque appuntamenti tra maggio e ottobre. Una visita extra-regulam, concordata con il Padre Abate, consente un percorso suggestivo all'interno della chiesa e del chiostro in orari serali solitamente di chiusura al pubblico. Calendarizzato in vari periodi dell'anno, consente di vivere le diverse atmosfere serali che si susseguono durante il corso delle stagioni. Al termine della visita i partecipanti fruiscono di un momento gastronomico con un buffet preparato dal Ristoro: la cena è preparata utilizzando prodotti provenienti dai monasteri italiani e ospita le forniture di Grana Padano.
- ✓ L'evento "La stella dei magi" ha inoltre portato per la prima volta in abbazia un momento di osservazione astronomica con i telescopi. L'evento è stato fortemente contestualizzato nell'ambiente culturale di Chiaravalle: a partire dalla visita alla Cappella di San Bernardo e agli affreschi quattrocenteschi ivi presenti che raffigurano l'Adorazione dei Magi e la Stella cometa che irradia della sua luce la Sacra Famiglia, i visitatori hanno proseguito al Mulino partecipando ad una conferenza sulla storia e la mitologia dei Magi e della Stella cometa per terminare con un'osservazione astronomica degli astri. Anche in questo caso l'evento, condotto in orario serale, ha previsto una cena a buffet con prodotti del territorio e fornitura di formaggio Grana Padano Dop.

Da ricordare, fra le attività continuative e specificatamente dirette alla Comunità monastica, il costante supporto alle loro attività di vendita in Bottega e di consumo al Ristoro, con la fornitura di prodotto Grana Padano 10 mesi e Riserva-Oltre 20 mesi e di materiale informativo a corredo e di gadgettistica da destinare alla vendita.

- PARTNERSHIP con EATALY ITALIA – EUROPA e U.S.A

Obiettivo della partnership con gli store di Eataly in Italia e nel mondo è da sempre promuovere il Grana Padano DOP come prodotto simbolo del Made in Italy. Nel punto a Verona si sono sviluppate una serie di iniziative fra cui Calici di Stelle momenti di degustazione in purezza a base di Grana Padano DOP Riserva abbinati alla visita di mostre di artisti contemporanei; a fine anno l'ex ghiacciaia è stata la cornice della mostra: "Una storia per immagini"; conclusione di un laboratorio didattico di fotografia promosso dal Consorzio di tutela del Grana Padano per raccontare, attraverso le immagini, la storia e le tradizioni del formaggio simbolo dell'italianità e la Dop più consumata al mondo.

Inoltre, la comunicazione è stata rafforzata dalla produzione di cartelli infografici, shelf barker con la descrizione delle caratteristiche del prodotto, brandizzazione dei banchi frigo; inserimento nei menù della specifica stagionatura e nel catalogo on-line ed infine l'esposizione di forme intere selezionate ben marchiate in gran parte dei negozi. Nei punti vendita sono stati inseriti dei frontalini sui banchi frigo con una breve descrizione delle aziende associate e dei prodotti in vendita.

In Europa, gli store principali sono quelli di Monaco di Baviera, Stoccolma, Parigi e Londra. L'attività di promozione con Eataly, inoltre, prevede la collaborazione con gli store del nord America, arrivati a quota undici negli U.S. con New York (2), Chicago, Boston, Los Angeles, Las Vegas, Dallas, Silicon Valley e due in Canada, con gli store di Toronto e Toronto Sherway Gardens ed infine una nuova apertura a Soho.

- ATTIVITÀ PROMO NELLA GRANDE DISTRIBUZIONE: GDO

Durante il 2023 si sono attivati contributi per aumentare le attività promozionali rivolte alla vendita di Grana Padano con le insegne Coop Italia, Conad, Selex, Il Gigante, Esselunga, Despar, Gruppo Pam, Iper, Bennet, MD, Crai, Unes, Gruppo Arena, Gruppo Agorà, Eurospin, Apulia, Gruppo Vegè, Carrefour, Super Tosano e Vega.

- PROGETTO SCUOLE

In occasione dell'anno scolastico 2022/2023 il Consorzio Tutela Grana Padano si è riproposto per il XVIII anno consecutivo agli Istituti Alberghieri italiani con il progetto "A scuola di cucina con Grana Padano". L'edizione ha raccolto l'adesione di 96 scuole con il coinvolgimento di oltre

5800 studenti e 320 docenti. I contenuti degli incontri, della durata di due ore, hanno toccato le tematiche relative alle certificazioni di qualità, le attività consortili e le classificazioni dei prodotti caseari.

Come sempre la parte conclusiva degli interventi è stata dedicata alla degustazione verticale di tre differenti stagionature di Grana Padano, con analisi sensoriali mirate alla scoperta delle caratteristiche organolettiche del prodotto. Al termine dell'incontro è stato consegnato ad ogni allievo e docente il manuale didattico realizzato dal Consorzio "Formaggio bella storia" dedicato alla storia dell'arte casearia dalle sue origini ad oggi. La seconda parte del testo raccoglie 25 ricette realizzate dallo chef Danilo Ange' con il Grana Padano abbinato a 25 differenti formaggi, 20 italiani e 5 europei.

o EDUCAZIONE NUTRIZIONALE GRANA PADANO

L'obiettivo del progetto consiste nell'informare i cittadini e in particolare la grande platea del WEB italiano, riguardo le caratteristiche nutritive del nostro formaggio ed aumentarne il valore di salubrità e utilità nell'equilibrata alimentazione intesa come prevenzione e benessere. Il consumatore richiede sempre più caratteristiche salutistiche agli alimenti che mette in tavola, per questo è sempre più importante la missione di ENGP, che con solidi riferimenti scientifici, comunica il valore del nostro formaggio: "Il Grana Padano è un alimento funzionale che all'interno dell'equilibrata alimentazione promuove la salute". Oggi ENGP gode di un'elevata web reputation e autorevolezza valutata da Google 57 su 100, un indice molto elevato mai raggiunto da nessun'altro brand alimentare, che conferma la fiducia che il cittadino italiano dà alle informazioni diffuse dal portale e alle caratteristiche nutritive del Grana Padano. È questa fiducia consolidata che anche nell'anno trascorso ha portato milioni di utenti sul portale per informarsi su problemi quotidiani che riguardano la salute, ed usufruire dei servizi gratuiti offerti, in particolare le diete equilibrate con i menu dedicati alle famiglie e per le patologie più diffuse, diete e menu dove il Grana Padano DOP è sempre inserito come alimento che promuove la salute.

I dati più significativi raggiunti dal portale nel 2023

Gli utenti profilati e iscritti ai nostri programmi o alla nostra newsletter sono stati 116.000 (più di 4 milioni le newsletter spedite). I nostri utenti ricevono i consigli dei nostri medici specialisti, e in particolare quelli specializzati in scienza dell'alimentazione, che ogni settimana pubblicano informazioni nelle quali è inserito, in modo scientificamente corretto, il consumo di Grana Padano. Abbiamo consolidato la posizione di prim'ordine sui motori di ricerca e la nostra presenza su tutte le reti podcast: Apple, Amazon, Google, Spotify, etc. Oggi, con un semplice comando vocale ad Alexa, l'utente può ascoltare interviste di medici e nutrizionisti che dispensano consigli su come comportarsi in caso di problemi di salute e informano sulle

proprietà nutritive del nostro formaggio. L'attività sociale e educativa del Consorzio sul portale si è confermata quale punto di riferimento per famiglie, medici, professionisti della salute e consumatori particolarmente interessati al corretto stile di vita e all'equilibrata alimentazione.

Il nuovo sistema di analisi Google Analytics 4 ha confermato il successo del portale con un tasso di coinvolgimento 74,3% e una durata media di coinvolgimento di 1,37 minuti con una permanenza media più alta del 34% rispetto al 2022. Il numero di keyword con cui si posiziona il sito in top 10 sono invariate alle quali si sommano 10,5K di KW inserite nella funzionalità SERP di Google, inoltre il trend di posizionamento è aumentato già da gennaio 2024. L'83% del traffico è mobile dato che conferma l'avanzata dello smartphone verso la conquista totale degli utenti internet. La provenienza del traffico è per il 75% organica, proveniente quindi dalle ricerche degli utenti in rete. L'ottimo risultato è il frutto della scelta degli argomenti più interessanti e del continuo lavoro di SEO (Search Engine Optimization) che facciamo ogni giorno sulle nostre pagine. Il tempo medio di permanenza degli utenti che usano i nostri tool è di 6 minuti, un valore sopra la media paragonabile solo ai migliori siti di e-commerce. Ciò dimostra che i nostri contenuti sono apprezzati molto di più della media dei siti internet e che gli utenti italiani confermano sempre più l'importanza dell'alimentazione sana e la richiesta di cibi che promuovono la salute. Tendenza confermata dalle ultime ricerche di livello mondiale compresa l'Italia, che rilevano nel 56% il valore dato dai consumatori alle caratteristiche salutistiche dell'alimento che vogliono portare in tavola. I settori più visitati sul portale sono "Alimentazione e salute" e "Diete per patologie" che riscuotono insieme il 68% del traffico complessivo. Il dato è importante perché dimostra che ENGP ha centrato l'obiettivo in quanto le informazioni dei contenuti dei 2 settori sono quelle dove il Grana Padano è consigliato proprio nel momento del consumo e associato alla prevenzione e/o per migliorare lo stato di salute. Anche questo dato conferma il crescente interesse del grande pubblico per l'equilibrata alimentazione come stile di vita. I servizi al consumatore (diete e tool) continuano a dimostrarsi il mezzo più efficace per aumentare l'engagement e gli utenti che si iscrivono ai nostri programmi, incrementando il database di profili fidelizzati. Il servizio gratuito al consumatore si è dimostrato un vero importante asset del portale ENGP.

I programmi online offerti all'utente

I programmi offerti all'utente sono principalmente diete equilibrate in macro e micronutrienti personalizzate per le calorie adatte all'utente iscritto, che forniscono 4 menu settimanali per complessivi 140 pasti nei quali è inserito il consumo di Grana Padano in vari momenti della giornata.

- "Calorie&Menu" della Salute, una dieta adatta a tutte le persone adulte che desiderano un'alimentazione equilibrata.
- "Dieta Sostenibile" (Latto-Ovo-Vegetariana) creata per le persone che desiderano non mangiare carne e pesce di nessun tipo, pur mantenendo l'equilibrio tra macro e micronutrienti.

- “Calorie&Menu” e “Dieta Sostenibile” programma specifico per le utenti in menopausa.
- La Dieta del Grana Padano, ipocalorica per coloro che desiderano raggiungere un peso ragionevole.
- Dieta Anti-Aging, che prevede un più elevato contenuto di nutrienti antiossidanti per combattere i radicali liberi e combattere l’invecchiamento precoce.
- Menu adatti alle patologie più diffuse: giornalieri, settimanali e bisettimanali con un’adeguata quantità di Grana Padano.
- Tool fabbisogno calorico individuale, per sapere quante calorie si dovrebbero consumare ogni giorno rispetto al proprio metabolismo basale e alla energia consumata.
- Tool BMI Bambini secondo i parametri dell’OMS, per conoscere l’indice di massa corporea di bambini e ragazzi da 2 a 17 anni.
- Zuccherometro, un pratico strumento che permette di calcolare lo zucchero introdotto nella settimana e confrontarlo con la quantità consigliata dai LARN della Società Italiana di Nutrizione Umana.
- La buona merenda, un pratico strumento che confronta la merenda consumata e consiglia quella più salutare.

Settore Area Medico sanitaria

Resta uno dei punti di forza del portale. Vero e proprio filo diretto con la classe medica. Nel 2023 abbiamo selezionato decine di studi scientifici sull’alimentazione e lo stile di vita e scritto e/o tradotto in italiano 32 articoli tratti dalle pubblicazioni mondiali più autorevoli, implementando così il settore scientifico del sito. Quest’ultimo ha raggiunto oltre 41.000 pagine visitate, confermando che quasi 5.000 tra medici, dietisti e professionisti della salute aggiornano la loro cultura sull’alimentazione anche con gli articoli pubblicati grazie all’attività culturale e sociale del Consorzio. Con gli articoli abbiamo realizzato 4 newsletter (OnHealth aggiornamenti scientifici sull’alimentazione) inviate a oltre 2.500 medici e sanitari compresi gli associati di Brain and Malnutrition ETS e abbiamo raggiunto un accordo con la Fondazione ADI (Associazione Italiana di Dietetica e Nutrizione Clinica) la più importante Società Scientifica che riunisce i nutrizionisti italiani, per inviare ai loro iscritti la nostra newsletter a partire dal 2024.

Attività Osservatorio Grana Padano.

L’unicità del software Osservatorio Grana Padano ci ha consentito di raggiungere un accordo con l’Università di Bologna Alma Mater Studiorum, facoltà di medicina, che utilizza una versione speciale di OGP realizzata appositamente per studiare il comportamento alimentare dei pazienti obesi con steatosi epatica non alcolica. Lo studio si protrarrà per 3 anni e si stima che analizzerà il comportamento di oltre 3.000 pazienti. Il software è oggi utilizzato come strumento didattico curricolare in 3 corsi di laurea magistrale con il quale gli studenti dovranno realizzare circa 1.200 anamnesi alimentari; inoltre, da quest’anno sarà inserito nella ricerca che da vent’anni

l'Università conduce sulla popolazione di Brisighella (Ra).

Durante il 2023 abbiamo studiato una nuova strategia ENGP e realizzato il nuovo portale messo online il 4 febbraio di quest'anno. ENGP ha un look and feel completamente nuovo, un'architettura realizzata per coadiuvare l'oltre 80% di utenti che utilizzano il sito da mobile, nuove IA, UX & UI per aumentare l'engagement e la conversione, quindi fruire più facilmente delle informazioni e dei servizi. ENGP continua a crescere, quest'anno il portale si arricchirà di nuovi programmi/servizi che associano la lista della spesa all'alimentazione salutare e forniscono informazioni sui regimi alimentari che in questo periodo riscuotono maggiore interesse come le diete chetogeniche e intermittenti, all'interno delle quali il nostro formaggio ha un ruolo fondamentale per raggiungere l'equilibrata alimentazione. Sui nostri social FB e IG saranno pubblicati i post riguardanti l'alimentazione salutare, argomenti che arricchiranno la relazione con i vecchi e nuovi follower.

V. PROGETTI EDITORIALI

Tra le varie iniziative editoriali ricordiamo, tra le principali: la presenza sulla *Guida dell'Espresso*, sulla *Guida Vinibuoni d'Italia*, la collaborazione con le guide e le pubblicazioni del Club Papillon (*Il Golosario*, *Il Taccuino dei ristoranti di Italia*), sull'*Atlante Qualivita* e la sponsorizzazione di tutta l'attività Qualivita come Main Partner, la rubrica Grana Padano – Una Filiera di Qualità, all'interno della testata *Informatore Zootecnico*. Da citare la pianificazione su alcune testate al di fuori del piano istituzionale, come ad esempio: *Il Mondo del latte*, *Rivista Milkcoop*, *Allevatore TOP*, *Corriere Agricolo*, *Latte e Formaggio*, *Baccus*, *Brescia Selection*, *Area Blu*, *Bre Magazine*, *Veneto Più*, *Fior fiore in Cucina*, *Formaggi & Consumi*, *The Luxury*, *Garda Notizie*. Gruppo Piamartini, Italia a Tavola, Rivista Airplains; la Biblioteca del Senato.

GRANA PADANO INSIEME: prosegue con successo il progetto editoriale "Grana Padano Insieme", il magazine diretto dal Consorzio con l'obiettivo di rinforzare il senso di appartenenza alla nostra realtà e promuovere una maggior partecipazione e scambio tra il Consorzio e i produttori di latte. L'House Organ si propone di supportare il sistema del Grana Padano nel migliorare la sicurezza e la qualità del latte e quindi valorizzare il prodotto trasformato, approfondendo le conoscenze sulle proprietà funzionali della materia prima e sul suo ruolo nel prodotto finito. Per questo motivo, temi come il benessere animale, l'alimentazione, il miglioramento genetico e in generale l'innovazione al servizio della miglior produzione e della sostenibilità ambientale ed economica della filiera continuano ad essere centrali in questo progetto. Con una tiratura di 4.400 copie, la rivista viene distribuita a tutti gli allevatori appartenenti al circuito Grana Padano e a tutti i consorziati. La rivista cartacea è alternata da otto newsletter.

VI. ATTIVITÀ DI PROMOZIONE E VALORIZZAZIONE DEL GRANA PADANO ALL'ESTERO

Nel 2023, il formaggio Grana Padano ha visto confermato per l'ennesima volta l'importante primato di formaggio DOP più consumato nel mondo, con un totale di 5.456.000 forme prodotte e 2.482.891 forme esportate all'estero, pari a circa 48,4% della produzione marchiata e in crescita del +6,55% rispetto al 2022.

Di seguito una sintesi delle principali iniziative che sono state messe in atto e ci hanno permesso di mantenere questo prestigioso primato.

GERMANIA

Il mercato tedesco si conferma ancora una volta al primo posto nei consumi di Grana Padano, con 599.448 esportate, un mercato cresciuto del +5,53% rispetto al 2022 grazie anche alle efficaci attività di comunicazione TV, Stampa, Digital e PR attivate dal Consorzio di Tutela. L'investimento sul mezzo televisivo ha generato una pressione pubblicitaria pari a 639 grp's nel periodo febbraio-luglio sul target Adu +15, più 374 grp's fra ottobre e dicembre sul medesimo target, utilizzando un doppio secondaggio, 10" e 20". Il prime time medio raggiunto da tutta la campagna è pari al 35%.

Sul canale radiofonico, la pianificazione si è concentrata in modo importante su *Antenne Bayern*, la radio più ascoltata della Baviera ed in generale in Germania con 7.500.000 ascoltatori nei 7 giorni e l'unica emittente in lingua tedesca ascoltabile ed ascoltata con una altissima incidenza sul Garda. Da marzo a dicembre sono stati pianificati ca. 600 spot in Germania mentre da aprile ad ottobre sono stati ca. 2.400 gli spot on-air nella programmazione in lingua tedesca sul Lago di Garda. Nel periodo di ottobre è stata pianificata inoltre la prima radio nazionale del paese (RTL) con un formato a 15" e 600 spot a rotazione in due settimane.

Sul fronte media digital sono stati utilizzati diversi formati display e video, rispettivamente con l'obiettivo di portare traffico al sito e incrementare la brand awareness. Le campagne video (Preroll 10") sono state gestite tramite un duplice approccio: reservation e programmatic, sfruttando network premium e le loro piattaforme proprietarie, con l'obiettivo di colpire un target particolarmente responsivo ed affine ai soggetti comunicati (Tradizione e convivialità). L'ultima attivazione video dell'anno, a copertura del periodo natalizio, è stata nel mese di dicembre. L'attività è stata gestita con un unico soggetto inerente al Natale e programmato su interessi legati al food e al Natale. Da ottobre in poi inoltre abbiamo iniziato a utilizzare anche formati mix display su target allargato, con l'obiettivo di portare traffico qualificato al sito.

Sul mese di luglio inoltre è stato proposto un branded content con *Gardasee.de*. L'attività ha previsto la creazione di ricette ad hoc, distribuite sul portale *Gardasee.de* e l'invio di n.2 Newsletter.

In totale le attività hanno portato a circa 22 milioni di impression, con un VTR% medio dell'88%. I risultati sono stati molto positivi anche sugli altri KPI monitorati: Viewability (metrica che certifica l'effettiva visibilità del formato pubblicitario, mettendo in rapporto la sua superficie in pixel sul tempo speso di visualizzazione stessa), l'adfraud (ossia la percentuale di traffico non-umano presente nei network inclusi in pianificazione) e la brand safety (percentuale di erogazione dell'ADV in ambienti sicuri per l'immagine di marca).

Nel mese di dicembre sono state create su due importanti siti del paese *Eatsmarter* e *Lecker* nr.4 video ricette veicolate sulle pagine social di questi ultimi, supportate da banner, newsletters, e advertorial sul sito. La buona riuscita di questa pianificazione si evince dai risultati registrati che hanno superato di gran lunga i benchmark su entrambi i siti. Circa 2M di impression e più di 500mila views, le ricette natalizie riscuotono sempre un grande successo fra gli utenti in cerca di ispirazione per pranzi e cene del periodo.

È proseguita la collaborazione con Andi Schweiger e la sua scuola di cucina ed eventi di Monaco e che ha creato 6 ricette ad hoc con relative foto e video, per i nostri canali social. Oltre alle attività digital, Grana Padano è stato inserito in alcuni eventi degli altri suoi sponso (Petromax, BMW...) e programmi TV, come ad esempio *ARD-Frühstückbuffet*, sulla prima rete nazionale.

È continuata anche nel 2023 la collaborazione con la influencer Felicitas Then, culinary consultant e chef in numerosi programmi della tv tedesca. L'accordo 2023 ha incluso la produzione di N.4 contenuti video veicolati sui suoi canali Instagram e Youtube. In particolare, ricette dove la talent ha educato anche rispetto alle caratteristiche peculiari di Grana Padano. Abbiamo inoltre coinvolto la talent per il fuori evento Anuga organizzato a Colonia. Si contano una media di 57.000 views Instagram e 700 like, oltre che una media di 120.000 views su YouTube.

Sempre in territorio tedesco nel 2023 abbiamo attivato 3 influencer con l'obiettivo di aumentare la brand awareness, rafforzando il posizionamento di Grana Padano come prodotto dominante del Made in Italy trasmettendone qualità e peculiarità. Sono stati selezionati Janine Fischer, Sabrina Schuller e Bellasrezepte con 32 contenuti sviluppati e una follower base totale di oltre 2 milioni abbiamo ottenuto un total engagement di oltre 3 milioni e un sentiment molto positivo.

Attività di promozione nella GDO

Sul fronte retail nel 2023 sono state realizzate 150 giornate di desk informativi in 30 punti di vendita, 52 volantini a diffusione nazionale, 6 pagine stampa istituzionali nelle riviste di settore ed infine messaggi radio in 160 punti di vendita.

STATI UNITI E CANADA

Con oltre 276.921 forme esportate, di cui 194.776 negli Stati Uniti (+11,55%) e 65.343 (-8,95%) forme in Canada, il Nord America si conferma il primo mercato d'importanza per le esportazioni del Grana Padano DOP al di fuori dei confini europei.

LIDIA BASTIANICH si è riconfermata Ambassador di Grana Padano negli USA, in particolare abbiamo continuato la sponsorizzazione di 26 episodi del suo programma di cucina "Cooking with Lidia", distribuito sui canali della PBS. Prima e dopo gli episodi è stato mandato in onda il nostro spot da 7" creato ad hoc per il format.

JOE BASTIANICH

Lato social, ad ottobre 2023 ha preso avvio la collaborazione con Joe Bastianich, che proseguirà anche nel corso del 2024. L'accordo 2023 includeva la realizzazione di N.6 contenuti social da veicolare sul proprio profilo Instagram che conta 1,3 milioni di follower. Nello specifico sono stati realizzati N.3 contenuti dedicati all'uso di Grana Padano in cucina e N.3 contenuti inerenti alla filiera produttiva. Tutti i contenuti social sono stati realizzati e prodotti garantendo fedeltà allo stile comunicativo di Joe Bastianich. Le prime pubblicazioni hanno registrato una media di 100.000 visualizzazioni e 31.000 like. Le successive pubblicazioni si concentreranno tra marzo e giugno 2024.

Attività di promozione nella GDO

Relativamente al retail, attraverso le aziende associate che hanno aderito ai Progetti sui mercati esteri finanziati dal Consorzio negli Stati Uniti e Canada, sono state complessivamente realizzate circa 200 giornate di info desk (senza hostess) in 105 punti di vendita, 46 volantini a diffusione nazionale, 3 pagine stampa istituzionali nelle riviste di settore e shelf banner per 4 settimane in 58 punti di vendita.

FRANCIA

Nel 2023, il mercato francese si riconferma il secondo mercato europeo per importanza per l'esportazione di Grana Padano, con 293.182 forme esportate, registrando +7,43% sul 2022. Importanti le iniziative pianificate sul mezzo televisivo a supporto del nostro marchio in questo mercato. Anche in questo paese, abbiamo pianificato due flight diversi: il primo, febbraio-luglio, dove si registrano 460 grps sul tg Adu+15 mentre sul target R.A. atterriamo a una pressione di 136 grps, con secondaggio a 20" e 10". Da aggiungere n.295 spots con 8" billboards pianificati nei food shows tra maggio e luglio. Nel secondo periodo, ottobre/dicembre, su target Adulti abbiamo pianificato n.262 grps con lo spot tabellare 10-20". Sono stati sponsorizzati programmi di cucina (*Petits Plats* sulla prima rete nel mese di dicembre e *Top Chef* ottobre-novembre) incluso il video on demand con

più di 600mila impression. Abbiamo inoltre inserito *France3* (tv pubblica) con una copertura nel mese di dicembre per mezzo di un pacchetto cuisine che include tutti i programmi food della rete. A totale si registra una quota media di Prime Time del 35% con picchi fino al 40%.

In ambito digital abbiamo pianificato sia formati video che display sui principali Network Francesi, con una particolare attenzione alle whitelist di questi ultimi. Anche in questo caso la campagna è stata gestita sia in reservation che in programmatic, sfruttando gli interessi per contattare macro-target affini ai soggetti di campagna, che anche in questo caso sono stati Tradizione e Convivialità. Solo nell'ultimo mese dell'anno è stato modificato il soggetto, utilizzando una creatività Natalizia su target unico e più allargato.

A partire dal mese di ottobre, sono state programmate anche creatività display, dato l'obiettivo specifico di incrementare gli accessi al sito di Grana Padano, utilizzando dei network ampi ed ottimizzando sugli atterraggi in pagina.

In totale, le campagne hanno portato a circa 19 milioni di impression, con circa 228 mila click e quasi 17 milioni di views complete, con un VTR% dell'86,5%.

È stato pianificato il mezzo radiofonico con spot a 30" e 15" a rotazione sia nel periodo febbraio-aprile (118 spot) che nel periodo ottobre e dicembre (200 spot).

Anche in questo paese abbiamo pianificato i primi due siti, *Cuisine AZ* e *Marmiton*. Rispettivamente sul primo sito, è stata prevista una campagna integrata a 360 gradi che include 4 ricette stagionali con più 17mila page views e 1 video ricetta con 650mila views supportate da display e social amplification e 4 newsletter sponsorizzate, registrando a totale più di 4 milioni di impression. Su *Marmiton* invece, sono state pianificate 3 video ricette veicolate sia sul sito sia su Facebook e Instagram, registrando più di 2 milioni di views.

È continuata in modo proficuo la partnership con il nostro chef Ambassador Denny Imbroisi, grazie al quale abbiamo attivato una serie di azioni sui canali social come, ad esempio, contest con gli influencer e product placement in TV. Grana Padano è sempre presente nei menù dei suoi 3 ristoranti e negli altri 4 con cui collabora. Abbiamo sponsorizzato il suo pop-up restaurant IDA a Taste Paris, che si è confermato uno degli stand più visitati dell'evento. Grana Padano era presente anche al suo stand allo Street Food Festival di Lione, alle manifestazioni "Gourmand'Eze" e "Toquicimes", con un live a 4 mani con lo chef Juan Arbelaez, all'apertura del suo nuovo ristorante con cui collabora in Corsica, (La Table de Mare & Gustu), nelle sue nuove collaborazioni come "chef in residence" negli hotel della catena Novotel, agli eventi dell'Ambasciata italiana a Parigi e altri vari eventi durante l'anno. Inoltre, lo chef Imbroisi non dimentica mai Grana Padano nelle sue preparazioni ed è sempre più un importante riferimento in territorio francese, usando Grana Padano anche nelle sue collaborazioni con Cirio e le cucine Smeg.

Hervé Palmieri (Hervé Cuisine) è uno dei principali creatori di contenuti e autore culinario francese. Ha lanciato il primo canale Youtube food in Francia nel 2007 e riunisce oggi 1,46M di iscritti. Dalla pasticceria alla cucina del mondo, Hervé condivide ogni settimana nuove ricette su tutti i principali social network e sul suo sito web. Ha scritto 5 libri di cucina, cucinato in diretta sui social network centinaia di volte ed è apparso come giuria in alcuni famosi programmi TV come Top Chef. Hervé è un fiero ambasciatore di Grana Padano da 5 anni. Durante il 2023 ha prodotto per noi N.3 ricette video veicolate sul suo network Instagram, Youtube, Facebook. Oltre al mero utilizzo del prodotto, attraverso Hervé abbiamo raccontato le caratteristiche peculiari del nostro formaggio ottenendo un ottimo numero di views e like. Si contano una media di 195.000 views Instagram e 2.600 like, oltre che una media di 90.000 views su YouTube.

Attività di promozione nella GDO

I progetti promozionali portati avanti direttamente dal Consorzio in Francia sono stati: la personalizzazione dei pannelli antitaccheggio in Carrefour dal 16 al 29 ottobre in 70 Ipermercati e dal 30 ottobre al 12 novembre in 75 punti di vendita mentre in Auchan la visibilità è stata data da schermi DOOH dal 23 ottobre al 4 novembre in 79 punti di vendita. Relativamente al retail, attraverso le 2 aziende associate che hanno aderito ai Progetti sui mercati esteri finanziati dal Consorzio in Francia, sono state complessivamente realizzate 75 giornate di info desk, 4 volantini a diffusione nazionale, tre settimane di messaggi radio in 250 punti di vendita e shelf banner per 250 giornate in 30 punti di vendita.

INGHILTERRA

Con 140.267 forme esportate, il mercato inglese scivola al settimo posto nel ranking di esportazione del nostro formaggio, totalizzando nel 2023 un +4,59% sul 2022. Anche in questo mercato sono stati messi a punto diversi progetti ad hoc per accrescere la notorietà del nostro brand tra i consumatori inglesi quali, ad esempio, la campagna TV tabellare con formato spot a 10": nei mesi di marzo-aprile e luglio abbiamo pianificato sia le reti nazionali con focus su Londra, sia la rete verticale FoodNetwork sul primo canale televisivo con focus Londra dove sono stati pianificati più di 300 grp's e più 155 circa sul nazionale. Nel secondo semestre, siamo andati in continuità sui medesimi canali con picchi di Prime Time al 67%.

Nel periodo di marzo e ottobre sono state pianificate le prime due radio nazionali, *Heart* e *Capita Radio* con un secondaggio di 20", registrando circa 1000 spots per ciascun mese di attività.

Tra novembre e dicembre è stata effettuata una attività di tasting nei magazzini *Harrod's* con supporto di 35 schermi che accompagnavano il cliente dall'ingresso fino alla food hall.

Lato media digitale, sono stati pianificati due soggetti (Tradizione e Convivialità) su Network premium, profilando gli utenti sulla base di interessi affini al mondo di Grana Padano. L'unico cambio di soggetto è avvenuto durante il periodo di punta per la vendita del Grana Padano a dicembre, utilizzando il soggetto natalizio. Le campagne hanno portato ad ottimi risultati su tutti i KPI di campagna: VTR% 85%; Viewability 82,4%; AdFraud 0,57%; Brand Safety 97%.

Abbiamo proseguito importanti collaborazioni con siti food, come ad esempio:

- *BBCgoodfood.com*, dove abbiamo instaurato una collaborazione a supporto del periodo natalizio, andando a creare contenuti ad hoc come video ricette, newsletter, display, banner per il nostro prodotto e ricette. BBCGF resta il primo sito del paese, le ricette hanno registrato un tempo medio di lettura pari 2 minuti;
- *Deliaonline.com*, ricette create ad hoc, newsletter e amplificazione social, generano il +62% di reach rispetto al previsto, ossia 1.8 mio.

Sempre in UK, è poi proseguita la storica collaborazione con lo chef Francesco Mazzei, che è spesso ospite in programmi televisivi dove non perde occasione di portare con sé anche Grana Padano. Oltre che al suo pop-up restaurant durante Taste of London, dove la sua pasta al Grana Padano e Tartufo è stato dichiarato il piatto "legend", Francesco ha partecipato ad Ascot con Sir Frankie Dettori, al Chelsea Flower Show, alla cena per il 70° dell'Accademia della cucina italiana a Londra, con Danilo Cortellini. Collabora come Chef in Residence con l'hotel Corinthia di Malta dove Grana Padano è stato protagonista nella serata inaugurale e durante la Truffle Week. Inoltre, è stato lo Chef der la cena all'Ambasciata per la visita del Presidente Mattarella dove ha creato un piatto a base di Grana Padano. Lo chef partecipa a numerose iniziative di charity portando sempre con sé Grana Padano (per esempio per il progetto Felix): questo ci ha restituito grande visibilità su stampa, canali social media e anche TV.

Altra collaborazione di rilievo è quella con lo chef Danilo Cortellini. Originario dell'Abruzzo, Danilo è stato Capo Chef dell'Ambasciata d'Italia a Londra dal 2012 al 2021. Ora è il loro Event Consultant. Prima di arrivare all'Ambasciata, Danilo si è formato a livello Michelin sia in Italia, al ristorante San Domenico di Imola che a Perbellini vicino a Verona, poi a Londra con tre stelle Michelin Alain Ducasse al Dorchester. Più di recente, Danilo ha preso parte a MasterChef: The Professionals, lottando per la vetta e classificandosi come uno dei finalisti, ed è apparso sul live cooking show di BBC1 Saturday Kitchen. Dopo aver pubblicato il suo primo libro di cucina intitolato '4 Grosvenor Square, Il menu dell'Ambasciata d'Italia a Londra' Danilo è tornato alle sue radici ed è in missione di condividere con il pubblico britannico tante ricette semplici e tradizionali italiane, fatte con ingredienti genuini come il nostro Grana Padano. Grazie alla sua evoluzione in ambito digital, è stato per noi uno chef influencer, ha creato 10 video educational e ricette trasmessi sui canali social, in particolare Instagram e Tik Tok con risultati sorprendenti.

Segnaliamo in particolare la sua “Stuffed Onion” che ha raggiunto oltre 35 milioni di visualizzazioni e oltre 1,5 milioni di like. Overall, si contano una media di 10.000.000 views Instagram e 223.000 like.

Abbiamo proseguito anche la collaborazione con le influencers Alexandra Dudley e Anna Barnett.

Alexandra Dudley è una food-writer e giornalista. Ama cucinare e condividere i suoi piatti con la famiglia e gli amici. Le sue ricette sono semplici da seguire e ha una forte attenzione a non sprecare niente in cucina. Alexandra è una “host” seriale e ha ideato un podcast di successo dal titolo “Come for supper” che approfondisce la vita di chef, ristoratori, autori, attori e artisti che rivelano le loro feste a cena più memorabili, catastrofi in cucina e invitati alla cena finale, permettendo al pubblico di conoscere meglio i retroscena di alcune delle figure più celebri del cibo e dell'intrattenimento. Ha realizzato per Grana Padano 6 ricette durante l'anno, partecipato a Taste of London e contribuito ad educare il pubblico inglese all'utilizzo del nostro prodotto. Si contano una media di 240.000 views su Instagram e 3.000 like.

Anna Barnett è una food-blogger e food-writer londinese. Pubblica il suo primo libro “Eat the Week” nel 2015. Da allora ha trasformato la sua grande passione per la cucina in una carriera di grande successo come food-blogger, chef e food-writer, scrivendo regolarmente articoli per Grazia, Evening Standard e realizzando ricette per Vogue, oltre a gestire il proprio sito web annabarnettcooks.com. Nel 2023 ha realizzato per Grana Padano 8 ricette, veicolate sul proprio profilo Instagram, e ha partecipato a Taste of London contribuendo a promuovere il consumo di Grana Padano nel mercato inglese. Si contano una media di 7.000 views Instagram e 200 like.

Attività di promozione nella GDO

Relativamente al retail, attraverso l'unica azienda associata che ha aderito ai Progetti sui mercati esteri finanziati dal Consorzio in UK sono state realizzate giornate di info desk in 30 punti di vendita e una pagina istituzionale a diffusione nazionale.

SVIZZERA

Con 141.888 forme esportate, il mercato si posiziona al sesto posto nell'export di Grana Padano in Europa, registrando un +2,43%.

Nell'ambito pianificazione TV, sono state svolte sia una campagna con spot da 10”, 20”, sia una sponsorizzazione dei film in prime time del sabato e domenica sera per un totale di 513 spot. Nel periodo estivo, oltre alla tabellare classica in continuità con il primo flight, sono stati sponsorizzati due programmi di cucina *Das Perfekte Dinner* e *Master Chef* con un totale di 125 billboards. Anche per ottobre e dicembre abbiamo proseguito con l'attività

di programmazione tabellare sulle prime reti di Svizzera tedesca e francese più presenza in *Das Perfekte Dinner* (700 grsp su Target Adu+15). Prime time medio su totale campagna 30%.

Attività di promozione nella GDO

Lato retail nel mercato svizzero, grazie alle azioni svolte dalle 3 aziende associate che hanno aderito ai progetti finanziati dal Consorzio, sono state realizzate 6 pagine istituzionali, 6 volantini, 6 settimane di info desk e 2 settimane di shelf banner.

SPAGNA

Con 147.860 forme esportate, registrando un aumento di +9,42%, il mercato spagnolo supera la Svizzera, guadagnando il quinto posto in graduatoria nell'export di Grana Padano in Europa.

Il primo flight dell'anno ha previsto una campagna tabellare a 20" sulle prime emittenti televisive, atterrando a un totale grps di 328, con un prime time del 30%. A supporto del flight, è stata pianificata un'attività sulle prime emittenti radio del paese a 15", con circa 100 spot. Per dare continuità, questa pianificazione è stata ripetuta nel secondo e terzo flight, rispettivamente con 306 grps, e nel terzo flight con 518 grps.

A supporto del periodo natalizio, sono stati pianificati i tre più autorevoli quotidiani del paese (target adulto alto spendente), con una video ricetta nella sezione cooking, registrando a totale 10 milioni di impression. Il tutto includeva la social amplification.

In ambito digitale, abbiamo puntato sui principali network presenti nel paese, sfruttando le piattaforme per programmare il preroll 10". La campagna è andata in onda in 6 flight durante tutto l'anno, con una creatività dedicata nel periodo natalizio. Le campagne hanno portato ad un risultato di circa 23 milioni di impression, 116 mila click e quasi 20 milioni di views complete, con un 86,4% di VTR%. 86% di Viewability, 0,41% di Adfraud e 98% di brand safety.

È proseguita la collaborazione con l'influencer Lola Bernabe conosciuta come Loleta sui social network ha deciso 10 anni fa di cambiare vita per le sue passioni: la cucina, i viaggi e la fotografia. Chef di Canal Cocina TV ama condividere ogni giorno con i suoi followers il suo sorriso e le sue ricette che ci portano in giro per il mondo proprio come i suoi viaggi. Il suo profilo Instagram è riuscito a posizionarsi come uno dei profili più solidi grazie anche alla qualità della sua fotografia. Ama lo sport e ogni giorno trasmette il suo ottimismo a chi la segue e incoraggia sempre a mettere un sorriso nella vita. Ha realizzato per Grana Padano 10 ricette durante tutto l'anno contribuendo a raccontare, oltre alla versatilità in cucina, le caratteristiche peculiari del nostro prodotto. Si contano una media di 100.000 views su Instagram e 3.000 like.

Da citare la promozione estiva 2023 con la partnership all'Ibiza Global Festival di S. Antony de Portmany sabato 11 e domenica 12 agosto alla presenza di 10.000 spettatori ogni sera e la presenza agli aperitivi in location glamour di Ibiza (utilizzo logo, presenza sui Social FB e IG, spot su Radio Studiopiù, Ibiza Fm 102 e su Ibiza Global radio con coda GP).

Da ricordare infine la partnership come Sponsor Ufficiale del Musical "Una rubia muy legal", accompagnata da una presenza comunicazionale massiccia (logo su campagna promozionale in teatro e outdoor a Madrid – autobus, bus interamente vinilato, pannelli metropolitani, super-schermi, social media, sito web e campagna radiofonica).

Attività di promozione nella GDO

I progetti promozionali portati avanti direttamente dal Consorzio in Spagna sono stati: la personalizzazione dei pannelli antitaccheggio in Carrefour dall'11 al 24 ottobre in 167 Ipermercati e dal 21 novembre al 4 dicembre in 169 punti di vendita, medesima attività è stata riproposta in Eci dal 25 ottobre al 21 novembre in 22 punti di vendita e Hipercor dal 25 ottobre al 21 novembre in 28 punti di vendita.

Per quanto concerne il retail, grazie alle azioni in-store svolte dalle 4 aziende che hanno aderito ai progetti finanziati dal Consorzio, sono state realizzate 380 giornate di info desk (con e senza hostess) in 180 punti di vendita e 4 volantini a diffusione nazionale.

BELGIO

In Belgio, dove sono state esportate 104.702 forme, è stata pianificata una campagna televisiva a copertura di tutto l'anno ad eccezione di gennaio, agosto e settembre, con il 20" e 7" tabellare, sono state pianificate le prime reti del paese sia sulla tv lineare sia attraverso il video online nel Belgio del Nord. Mentre il Belgio del sud è stato coperto dall'adressable tv e dalla sponsorizzazione del meteo. Questo tipo di pianificazione ha come obiettivo l'awareness, in continuità con l'anno precedente è stato sponsorizzato il canale tematico food Njam. Il totale grp's è di circa 1400 mentre le impression relative al VOD e VOL sono circa 1.4 milioni.

Attività di promozione nella GDO

I progetti promozionali portati avanti direttamente dal Consorzio in Belgio sono stati: la personalizzazione dei pannelli antitaccheggio in Carrefour dal 2 al 15 ottobre in 40 Ipermercati, schermi DOOH dal 26 ottobre al 1° novembre in 89 punti di vendita e stopper

medium dal 26 ottobre al 22 novembre in 328 punti di vendita in Delhaize. Altre attività sono state svolte in Cora con dei digital signage dal 31 ottobre al 7 novembre, tray indicator dal 31 ottobre al 28 novembre, floorsticker dal 31 ottobre al 21 novembre e un articolo sul magazine online di novembre. In Match la comunicazione è stata su tray indicator dal 5 dicembre al 2 gennaio e su una pagina pubblicitaria nel magazine del retail a dicembre.

Relativamente al retail, attraverso le 3 aziende associate che hanno aderito ai Progetti sui mercati esteri finanziati dal Consorzio in Belgio, sono stati realizzati 26 volantini a diffusione nazionale, 8 giornate di degustazioni nei punti di vendita, 250 schermi digitali, cartellonistica in store e billboard in prossimità di punti di vendita per un mese.

ALTRI PAESI - Attività di promozione nella GDO

I progetti promozionali portati avanti direttamente dal Consorzio in Polonia sono stati: schermi DOOH, stopper, floor media e arch media in 93 punti di vendita Carrefour dal 29 novembre al 13 dicembre.

A completamento di quanto fin qui descritto, seguendo la prassi ormai consolidata dell'attività di promozione nei punti vendita all'estero con fondi Consortili (demandata alle aziende associate a cui il Consorzio partecipa con il 70% del valore delle attività presentate), sono state svolte altre azioni promozionali minori in diversi mercati, quali ad esempio Austria, Messico, Australia, Croazia, Grecia, Colombia, Israele, Corea, Romania, Albania, Ucraina, Sud Africa, Bosnia, Brasile e UAE in cui hanno operato 10 aziende associate realizzando complessivamente 1020 giornate di info desk (con e senza hostess) in 270 punti di vendita e 33 volantini commerciali. Infine, si segnala uno spot televisivo in Serbia per un mese e 45 schermi OOH per 3 settimane.

PROGETTI FINANZIATI DALLA COMUNITÀ EUROPEA - REGOLAMENTO UE 1144/2014

I progetti attualmente in essere sono:

- Grana Padano e vini di Lombardia, ECCELLENZE EUROPEE DEL GUSTO: "Nati per stare insieme".

Questo progetto triennale che prevede la collaborazione l'Associazione Consorzi Tutela Vini Lombardi (AS.CO.VI.LO), che promuove e tutela i vini lombardi DOCG, DOC e IGT e il Consorzio Tutela Grana Padano ha come obiettivo principale del progetto l'avviamento di una campagna di promozione e informazione volta ad accrescere la notorietà e la conoscenza verso i prodotti a denominazione DOP e IGP, in particolare quelli tipici della Lombardia e del Nord

Italia, nei paesi target Italia e Germania presso consumatori, operatori-canale Ho.Re.Ca. e opinion leaders, facendo leva sul perfetto connubio tra il vino e il formaggio.

Nel terzo anno del progetto, sono state organizzate tre fiere internazionali di prestigio.

La prima, Prowein a Düsseldorf, Germania, con circa 4.900 visitatori allo stand e 7 masterclass dedicate al connubio vini lombardi e Grana Padano tutte con un pubblico di almeno 30 persone. A seguito, la fiera Vinitaly, a Verona, all'interno del Padiglione Lombardia con uno stand di 184m². Qui i visitatori con accesso all'area privata del stand sono stati 1.160 mentre quelli nella parte pubblica sono stati più di 9.300.

La terza è stata TuttoFood a Milano che ha visto la partecipazione allo stand di 7500 persone.

Sono stati organizzati due eventi rivolti al pubblico: il primo a Milano durante la Milano Wine Week, nel prestigioso Palazzo Bovara, dove si sono svolti i "Walk around tasting" (passeggia, assaggiando), che hanno offerto percorsi di degustazione che hanno condotto il consumatore alla scoperta di diversi Consorzi tra i vari banchi d'assaggio. Un'occasione per conoscere da vicino i produttori, assaggiare nuove etichette e accompagnare la degustazione con assaggi di Grana Padano, con un totale di oltre 300 visitatori.

Il secondo "Drinks & Dinner" ha avuto luogo a Colonia, come evento collegato alla presenza di Grana Padano a Anuga, e ha visto la partecipazione di giornalisti consumer e di settore, blogger e influencer tedeschi, per un totale di circa 100 pax.

Oltre alle 7 masterclass organizzate durante ProWein, il progetto ha visto la pianificazione in Germania di 14 training con 333 partecipanti a giugno e ulteriori 8 training nel mese di novembre con 200 partecipanti.

Si sono svolte 10 "restaurant week" in 10 ristoranti in Italia, che sono stati coinvolti nella realizzazione di un menù degustazione da 4 portate con abbinamento di 3 vini selezionati tra i 13 consorzi di Ascovilo. Durante una di queste serate, i responsabili delle testate di Il Golosario e Italia a Tavola hanno guidato la degustazione insieme a un sommelier AIS e a un esperto ONAF, spiegando le qualità dei vini e delle 3 stagionature di Grana Padano e degli abbinamenti tra i due. Gli ospiti di tali eventi spaziavano da giornalisti, blogger, esperti e referenti dei consorzi e clienti dei ristoranti.

Le restaurant week in Germania sono state invece organizzate in 4 ristoranti diversi per un totale di 22 settimane. Le città coinvolte sono state Amburgo, Colonia, Düsseldorf e Francoforte.

Per quanto riguarda i media, ci sono state 12 pubblicazioni digital, 12 pagine tabellari stampa e 3 banner a rotazione in Germania e, in Italia 14 articoli e 10 comunicati stampa sulle attività del progetto. I canali social del progetto hanno ad oggi oltre 1.939 followers e, con la pubblicazione di oltre 93 post su IG e fb di cui ca 80 sponsorizzati, 700 stories, 14 reels nel 2023.

I social hanno raggiunto quasi 1 milione di account su IG e 1.650.00 su Fb con audience sia italiana che tedesca.

VII. STRATEGIA SOCIAL E DIGITAL GRANA PADANO

Durante il 2023, il Consorzio Tutela Grana Padano ha presidiato in continuità i canali social media: Facebook, Instagram, LinkedIn, YouTube e Twitter attraverso la collaborazione con KPMG ed FGMC iniziata a partire da Aprile 2022.

La Governance centralizzata attivata nel 2022 ha consentito di continuare a lavorare su un'identità di brand coordinata, attraverso un Piano Editoriale Global, declinato nei diversi paesi con adattamenti local per raccontare il Brand e il Prodotto in maniera distintiva e nel rispetto della storia e della tradizione di Grana Padano.

Il Piano Editoriale è stato impostato in continuità con il 2022, strutturato su sei Pillar di Comunicazione, per assicurare coerenza pluriennale, Cross Country e Cross Canale.

Nello Specifico i Pillar di comunicazione possono essere così sintetizzati:

Quattro Pillar Consumer Oriented, utilizzati unicamente sui canali Facebook ed Instagram:

- Savoir Faire (dedicato al racconto del prodotto, territorio, heritage e tradizione);
- Italian Taste (focalizzato sulla ricettazione nei differenti momenti di consumo);
- Special Occasions (dedicato a festività, eventi e sponsorizzazioni);
- Italian Healthy Style (dedicato al racconto di salubrità e sostenibilità).

Due Pillar Istituzionali, utilizzati oltre che sui canali Facebook ed Instagram anche su LinkedIn e Twitter:

- Nuova Campagna (dedicato al lancio della Nuova Campagna Marketing);
- Presenza Istituzionale (focalizzato sul racconto delle attività del consorzio e dei consorziati e sulla partecipazione ad Eventi e Fiere).

Ricordiamo che i Pillar sono stati costruiti con approccio Data Driven e Consumer Oriented per soddisfare le preferenze di "ricerca" dei differenti target - le Customer Personas Grana Padano, trasformando così i Canali Social Media Consumer (Instagram & Facebook), in uno strumento di targeting e re-marketing, avvicinando consumatori tradizionali e le nuove generazioni

Le Campagne Business Manager sono state impostate con obiettivi di performance (reach e interazione, no fan acquisition), sui post in pagina dei differenti canali e paesi, essendo oggi il

numero di followers considerato solo una vanity metrics, su cui non è utile fare affidamento per valutare lo “stato di salute” di una pagina.

I risultati Meta nel 2023 sono stati ottimi, sono stati raggiunti 38.000.000 di Consumatori in cinque mercati, generando oltre 6.000.000 interazioni, decuplicando i parametri di engagement rate.

A seguire il dettaglio dei risultati raggiunti per i canali social media:

Instagram e Facebook

Il canale Instagram Italia continua a crescere, (+ 2,34% da gennaio a dicembre 2023), portando il totale fanbase a 71.559 followers, con 633.142 interazioni, una copertura media di 6.067.149, ed un engagement rate di 10,44%. Sono stati pubblicati 143 Post in pagina e 120 stories, per un totale budget adv meta di 60.837€. Il formato più performante sul canale è risultato essere il contenuto dinamico, video o reel, che ha registrato sempre ottimi numeri e buon coinvolgimento degli utenti. Il canale Facebook continua a crescere, con una fanbase di 471.016 followers, si registrano oltre 1.300.000 interazioni, una copertura media di 7.332.850, ed un engagement rate di 18,64% nel periodo gennaio – dicembre. Sono stati pubblicati 143 Post in pagina - dati in mirroring rispetto ad Instagram.

Anche sui canali esteri Instagram cresce la fanbase, registrando un +14,73% rispetto all'anno precedente. Stabile il canale Facebook. Da gennaio a dicembre sono stati pubblicati 125 Post in pagina per country.

Di seguito il dettaglio completo dei risultati raggiunti nel 2023 per ogni Paese:

Spagna: registriamo un engagement rate del 21, 9% a fronte di un target prefissato del 9,0%, oltre 2.000.000 interazioni a fronte di 650.000 prefissate e una copertura di 7.300.000, per un totale budget adv meta di 39.285€.

Germania: registriamo un engagement rate del 13,0% a fronte di un target prefissato del 10,0%, oltre 730.000 interazioni a fronte di 650.000 prefissate e una copertura di oltre 5.200.000, per un totale budget adv meta di 59.082€.

Francia: registriamo un engagement rate del 13,6% a fronte di un target prefissato del 7,5%, oltre 1.000.000 interazioni a fronte di 530.000 prefissate e una copertura di 7.400.000, per un totale budget adv meta di 45.964€.

Inghilterra: registriamo un engagement rate del 13,8% a fronte di un target prefissato del 8,5%, oltre 722.023 interazioni a fronte di 440.000 prefissate e una copertura di 5.200.000, per un totale budget avd meta di 44.921€.

Twitter e LinkedIn: su entrambi i canali hanno avuto massima visibilità i contenuti istituzionali, per continuare ad ottenere riconoscibilità, notorietà e reputazione non solo sul territorio nazionale ma anche estero.

Merita un approfondimento la crescita costante del canale LinkedIn, registra un +13,51% rispetto all'anno precedente, con un totale fanbase di 18.330. Si evidenzia una reach media di 9.780 con un totale di 2.140 interazioni ed un engagement rate medio di 21,88% nel periodo gennaio dicembre. Da gennaio a dicembre sono stati pubblicati 72 Post in pagina.

YouTube: continua l'utilizzo della piattaforma come principale canale di repository dei video consortili.

La grande Novità del 2023 è stata la creazione di un Nuovo Asset proprietario del Consorzio: il Nuovo Sito Web Grana Padano. Il lancio del nuovo sito istituzionale ha generato ottime performance in soli sette mesi. Dal lancio di aprile 2023 il traffico è quintuplicato passando da 240.000 sessioni a più di 1.388.382, punto d'attenzione sulle sessioni dei momenti di consumo che raggiungono 1.055.170, risultati che sono stati possibili grazie a tutte le sinergie digitali attivate.

Ulteriore novità è stata introdotta alla fine del 2023, il Consorzio possiede uno strumento aggiuntivo: la Customer Data Platform, Piattaforma Tecnologica che permette di tracciare e profilare consumatori e utenti digitali con l'ambizione di migliorare l'efficienza degli investimenti digitali.

Andando a profilare nel dettaglio personas target e driver di consumo, nel mercato Italia e Golden Area, si sviluppano così contenuti sulla base degli insight per consumatore e mercato.

PROGETTO INFLUENCER ITALIA

Da ottobre a dicembre 2023, è stata attivata con Serviceplan la campagna influencer #staisulpezzo. La strategia influencer adottata ha avuto come obiettivi: creare e sviluppare brand awareness, presidiare momenti di consumo come pranzo veloce, snack e aperitivo, ed infine fare education su caratteristiche e proprietà nutrizionali di Grana Padano. Sono stati coinvolti tre talent ed ognuno di questi è stato associato ad un momento di consumo e target specifico: Max Angioni per il fast&furious, Filippo Magnini per il target snackettaro e Jessica Brugali per gli ape-lovers.

La collaborazione, per ciascun influencer, prevedeva la realizzazione di tre set stories Instagram e un reel Instagram. Si segnala, come best performance, il reel di Max Angioni che ha raggiunto 2,2 milioni di visualizzazioni.

Complessivamente sono state raggiunte 2.742.492 impression totali, a fronte delle 1.182.800 attese, ed una reach totale di 2.013.929. Il sentiment registrato risulta molto positivo. Durante il mese di dicembre, a conclusione della campagna e in occasione degli auguri di buone feste sono stati pubblicati sul feed Instagram di Grana Padano tre scatti raffiguranti i tre talent e il prodotto.

Capitolo 12

RAPPORTI CON LA STAMPA

Nel 2023 si è parlato di Grana Padano in 13.814 servizi, confermando il dato dell'anno precedente. La carta stampata ha censito 4.367 articoli, TV e radio 250 servizi. Le pagine sui siti web italiani sono state 9.907, di cui 1.090 in lingue straniere. Significativo e qualificato lo spazio dedicato alle dichiarazioni dei rappresentanti istituzionali del Consorzio di Tutela, riportate complessivamente in 1.245 articoli e servizi. Tra gli argomenti proposti hanno avuto particolare attenzione i risultati delle assemblee, con il piano produttivo e le novità per il prossimo triennio, l'andamento dei consumi e dell'export, l'intensa attività per la sostenibilità e per il benessere animale, le sentenze e le denunce a tutela della denominazione "Grana Padano", l'impegno per la valorizzazione delle terre verdiane dove il più grande compositore operistico della storia svolse la sua attività di produttore di Grana Padano. Tra le testate che hanno dedicato più spazio a notizie sul formaggio e sul Consorzio e censite nella rassegna di Eco Stampa i quotidiani locali di Brescia, Mantova, Cremona, Piacenza, Bergamo e Vicenza, *il Sole 24ore*, *Italia Oggi*, *MF – Milano Finanza*, *il Corriere della Sera*, *Il Messaggero*, *Il Giorno*, *La Gazzetta del Mezzogiorno*. Tra le TV e le radio Rai3, Rai1 e Rai2, Rete 4, Canale 5, la 7 e Italia 1, Sky Tg24, RTL.102.5, Radio DeeJay e Radio24.

Il controvalore economico di questi servizi stimato dal sistema media è di € 8.185.635, di cui 1.552.098 da articoli stampa.

Sono inoltre proseguite le pubblicazioni dell'House Organ del Consorzio, *Grana Padano Insieme*, con cadenza trimestrale e una tiratura di oltre 4.000 copie, e della rubrica "Una filiera di qualità" sul quindicinale *L'informatore Zootechnico*, curata dalla nostra struttura stampa, con 93 articoli. Accanto ad essi è attivo il servizio di aggiornamento Borse Merci su sito e Twitter, che si affianca all'intensa presenza sui *social media*. Le visualizzazioni di pagina sono state 14.593, con un tempo di permanenza medio superiore al minuto, che dimostra l'interesse degli utenti ai contenuti della pagina.

Capitolo 13

AFIDOP

Tra gli scopi di AFIDOP vi sono la realizzazione di attività idonee allo sviluppo dell'informazione e dell'educazione alimentare relativamente ai formaggi DOP e IGP, così come la promozione, la valorizzazione e la tutela dei medesimi. Nel 2023 AFIDOP ha dunque supportato attività di internazionalizzazione dei Consorzi di Tutela, di corretta informazione relativa ai formaggi DOP e IGP, di tutela e difesa della loro immagine e conoscenza.

Nel 2023, il Consorzio Tutela Grana Padano così come avvenuto negli anni precedenti ha continuato a contribuire alla riflessione avviata internamente ad AFIDOP sul futuro programma di lavori e di attività di valorizzazione e supporto del mondo dei formaggi certificati e dei Consorzi associati, così come al confronto sulla Riforma delle Indicazioni Geografica.

In relazione all'attività di vigilanza e tutela dell'immagine delle Denominazioni di Origine Protette, il Consorzio Tutela Grana Padano ha supportato nella prima metà del 2023 l'avvio di un progetto pilota per fotografare il grado di utilizzo delle DOP in siti web della ristorazione in Italia e valutare eventuali impieghi illeciti o svalorizzanti di alcune denominazioni; ciò ha fornito un quadro generale sull'uso in Internet delle DOP partecipanti al progetto ed ha aiutato i Consorzi a circoscrivere le violazioni emerse. Gli esiti dell'indagine, affidata a GriffeShield, azienda specializzata in nuove tecnologie informatiche a difesa della Proprietà Industriale, hanno costituito non solo la base di valutazione per gli agenti vigilatori del Consorzio Tutela Grana Padano e degli altri Consorzi coinvolti, ma anche l'inizio di un lavoro insieme alla associazione FIPE. Il 25 settembre 2025 i risultati emersi dalla ricerca condotta su un campione dimostrativo di 21.800 ristoranti italiani sono stati presentati alla presenza del Ministro Lollobrigida presso il MASAF con un evento dedicato. AFIDOP e FIPE ad oggi con il supporto di tutti i Consorzi di Tutela associati ad AFIDOP, compreso il Consorzio Tutela Grana Padano, stanno sviluppando delle Linee Guida che saranno destinate alla ristorazione sulla corretta scrittura delle denominazioni nei menù. Le linee guida verranno presentate nella loro versione bilingue nella prima metà del 2024.

In occasione della Festa della Repubblica il Consorzio del Grana Padano, insieme ad AFIDOP e ai Consorzi di Tutela di Asiago, Fontina, Gorgonzola, Pecorino Romano, Pecorino Toscano e Piave, è stato ospite di una speciale serata celebrativa organizzata dall'Ambasciata italiana a Washington con oltre 900 invitati, tra autorità statunitensi, rappresentanti della comunità italiana e italo-americana, comunità diplomatica internazionale e imprenditori italiani.

Relativamente alle attività di internazionalizzazione, il Consorzio Tutela Grana Padano ha proseguito l'esperienza della collettiva AFIDOP in occasione di ANUGA a Colonia. Hanno fatto parte della collettiva, insieme al Consorzio Tutela Grana Padano, i Consorzi dell'Asiago, del Gorgonzola, della Mozzarella di Bufala Campana e del Taleggio in uno stand di 188 mq. Durante la manifestazione lo stand AFIDOP ha avuto un fitto programma di attività, dallo show cooking

con lo chef Domenico Gentile (8 ottobre), alla degustazione condotta dalla giornalista Laura Melara-Dürbeck, responsabile dell'Accademia Italiana della cucina a Francoforte (9 ottobre), fino al wine pairing con Claudia Stern, membro della Sommelier Union Germany, sviluppato anche in collaborazione con As.Co.Vi.Lo., l'Associazione Consorzi Tutela Vini Lombardi a D.O.C.G. , D.O.C e I.G.T. (10 ottobre). Durante tutte le attività sono state messe in luce tutte le particolarità, caratteristiche e peculiarità di ciascun formaggio presente in collettiva.

Il Consorzio Tutela Grana Padano ha inoltre preso parte ad un evento organizzato in occasione della "Dairy Summit", coordinato da AFIDOP in collaborazione con Edagricole, Gruppo tecniche nuove a Parma.

Il Consorzio di Tutela Grana Padano è infatti parte del Gruppo di Lavoro AFIDOP che si occupa di parlare di Sostenibilità nelle filiere dei formaggi di qualità. AFIDOP ha istituito il Gruppo coinvolgendo i rappresentanti dei Consorzi associati. Questa iniziativa mira a stimolare la riflessione e la collaborazione tra i Consorzi al fine di delineare le future azioni da intraprendere in materia di sostenibilità. L'incontro di Parma nasce quindi da una necessità di raccontare l'impegno che da anni i Consorzi stanno portando avanti in questo ambito. Il Consorzio Tutela Grana Padano ha preso parte alla tavola rotonda relativa alla sostenibilità ambientale presentando il progetto Life TTG (coordinato dal Politecnico di Milano) che ha sviluppato un software per calcolare e monitorare l'impronta ambientale delle produzioni.

Capitolo 14

ORIGIN

Origin Italia, nata nel 2006 come AICIG (Associazione Italiana Consorzi Indicazioni Geografiche), rappresenta oltre il 95% delle produzioni italiane a Indicazione Geografica.

Ad oggi, infatti, aderiscono ad Origin Italia 78 realtà consortili e due Associazioni dei Consorzi di tutela, AFIDOP, l'Associazione Formaggi Italiani DOP e IGP, e Federdop Olio, la Federazione degli Oli Extra Vergine di Oliva a Denominazione di Origine Protetta.

L'Associazione funge da luogo di confronto tra grandi e piccole realtà consortili delle Indicazioni Geografiche e collabora con le istituzioni nazionali ed europee al fine di rappresentare gli interessi generali e specifici dei Consorzi di tutela e influenzare le decisioni che incidono sul loro funzionamento. Per affermare la crescita del sistema agroalimentare italiano attraverso la cultura di qualità, Origin Italia promuove il ruolo dei Consorzi di tutela e fornisce loro una piattaforma di discussione su temi politici, economici, della tutela e della sostenibilità. È inoltre associata a livello internazionale alle organizzazioni Origin Mondo e Origin EU, e a Fondazione Qualivita, essendo Socio fondatore di quest'ultima.

Il piano operativo 2023 di **Origin Italia** è stato incentrato sulle seguenti attività:

RIFORMA SISTEMA IG

L'Associazione ha seguito da vicino l'evoluzione della Riforma del Sistema delle Indicazioni Geografiche, che nel corso del 2023 è entrata nella fase cruciale. In particolare, dopo numerosi dialoghi e confronti, l'8 maggio il Consiglio UE ha adottato il testo del mandato per le negoziazioni con il Parlamento Europeo, la cui posizione è stata adottata il 1° giugno successivo. Successivamente, si è aperta una fase di negoziazioni tra i due organi culminata il 24 ottobre con il raggiungimento del compromesso finale. In questo frangente, Origin Italia ha svolto un'intensa attività di analisi e dialogo con le istituzioni nazionali ed europee al fine di sostenere le disposizioni ritenute in grado di rafforzare i Consorzi di tutela e il Sistema delle Indicazioni Geografiche. Le esigenze delle filiere sono state sottolineate in diverse lettere di posizione, inviate al Ministro Lollobrigida e alla compagine ministeriale, all'interno delle quali è stato chiesto di sostenere le priorità evidenziate dinanzi al Consiglio Agrifish. Tale azione è stata coadiuvata da una specifica analisi e predisposizione di documentazione volta ad offrire uno strumento di supporto alla causa. Inoltre, Origin Italia ha evidenziato dinanzi al Ministero la necessità di adottare, una volta entrato in vigore il Regolamento, una specifica politica di attuazione nazionale per garantire un rapido ed efficace adattamento dei Consorzi alle nuove norme, offrendo la propria collaborazione. L'Associazione ha infine fornito ai Consorzi di tutela

costanti aggiornamenti sulle tematiche relative alla revisione delle norme sulle DOP IGP, realizzando anche specifici focus di approfondimento delle nuove disposizioni.

RIFORMA IG “NON AGRICOLA”

Particolare attenzione da parte dell’Associazione è stata dedicata ad alcune disposizioni del regolamento relativo alla protezione delle Indicazioni Geografiche per i prodotti artigianali e industriali. In particolare, è stata espressa la netta contrarietà circa l’utilizzo del medesimo logo/simbolo delle Indicazioni Geografiche Protette agroalimentari anche per le Indicazioni Geografiche “non Agricola”, in quanto differenti merceologicamente e sottoposte ad un sistema di verifica completamente differente. Tale opposizione è stata portata all’attenzione del Ministro del Mimit Adolfo Urso e del Ministro dell’Agricoltura Francesco Lollobrigida. Inoltre, la richiesta di modificare tale disposizione normativa è stata inoltrata ai membri delle Commissioni Agricoltura del Senato della Repubblica e della Camera dei Deputati, nonché a tutti gli eurodeputati italiani prima del voto in sessione plenaria. L’Associazione ha anche tenuto un confronto e dialogo con altre organizzazioni di settore per far emergere le criticità derivanti dalla norma menzionata.

ACCORDI BILATERALI

Origin Italia monitora e analizza costantemente le possibili criticità derivanti dagli accordi bilaterali tra l’UE e altri Paesi, sia quelli in vigore che in fase di negoziazione, e collabora con il Masaf e, tramite Origin EU, con la Commissione Europea per presentare eventuali osservazioni provenienti dai Consorzi di tutela. In particolare, l’Associazione ha inviato a presentare osservazioni/criticità in relazione all’Accordo di libero scambio UE-Corea del Sud, Accordo di libero scambio UE-Colombia/Perù/Ecuador, Accordo CETA e Accordo UE-SADC (Comunità di Sviluppo dell’Africa Meridionale). I pareri ricevuti sono stati inoltrati agli uffici ministeriali competenti e ad Origin EU, che ha provveduto a renderli noti alla Dg Agri della Commissione Europea.

DM PROMOZIONE

Dopo una considerevole attesa, è stato pubblicato, l’8 novembre 2023, il Decreto Ministeriale n. 451755 del 5 settembre 2023, c.d. DM Promozione, che finanzia, con un fondo di 25 milioni di euro, diverse attività dei Consorzi di tutela dei prodotti agroalimentari DOP IGP. La misura, che persegue gli obiettivi di incrementare la commercializzazione dei prodotti DOP IGP, una migliore comunicazione sulla loro origine, caratteristiche o qualità, lo sviluppo della sostenibilità dei processi produttivi di DOP IGP e l’accrescimento della rappresentatività dei Consorzi di tutela, è stata ottenuta grazie al costante lavoro di Origin Italia. Infatti, l’Associazione ha più volte invocato l’adozione di un decreto volto a finanziare le attività dei Consorzi per sostenerli

nella ripresa post pandemica e supportarli in un percorso di transizione, sollecitando la compagine ministeriale affinché questo avvenisse in tempi celeri. La misura, concepita per sviluppare nuovi mercati ma anche per consolidare la crescita delle IG che non hanno ancora iniziato il loro percorso di espansione, rafforzerà ulteriormente i Consorzi di tutela e li supporterà nella transizione delle filiere attualmente in corso.

LEGGE DI MODIFICA “CODICE DELLA PROPRIETÀ INDUSTRIALE”

Il 23 agosto è entrata in vigore la Legge n. 102 del 24 luglio 2023 che modifica il Codice della Proprietà Industriale e rafforza la protezione delle Indicazioni Geografiche introducendo il divieto di registrazione per marchi evocativi, usurpativi e imitativi di DOP IGP, anche per prodotti e/o servizi differenti dal prodotto tutelato. Prevede altresì la possibilità per i Consorzi di tutela di presentare procedura di opposizione o azione di nullità dinanzi all’UIBM. Una norma di notevole importanza che cercherà di contrastare il fenomeno relativo all’utilizzo di marchi che contengono richiami geografici o che danneggiano i prodotti DOP IGP. Risultato raggiunto grazie all’attività di Origin Italia dinanzi al Consiglio Nazionale per la Lotta alla Contraffazione e all’Italian Sounding (CNALCIS), in quanto membro permanente dei Gruppi di lavoro “Prevenzione” e Legislativo”, volta ad evidenziare il bisogno di una maggiore tutela per i regimi di qualità. Esigenze invocate dall’Associazione nel corso di numerosi incontri istituzionali e politici che hanno portato all’ottenimento di un obiettivo stabilito per rafforzare ulteriormente il sistema consortile italiano e le relative Denominazioni protette.

LEGGE MADE IN ITALY

Il 27 dicembre 2023 è stata pubblicata nella Gazzetta Ufficiale la Legge 27 dicembre 2023, n. 206, recante disposizioni organiche per la valorizzazione, la promozione e la tutela del made in Italy. La legge ha introdotto un Fondo per la protezione delle Indicazioni Geografiche registrate e dei prodotti agroalimentari italiani nel mondo, destinato a finanziare le attività finalizzate alla tutela giuridica delle DOP IGP. Nonostante non siano state accolte tutte le proposte presentate da Origin Italia, l’introduzione di questo nuovo strumento di sostegno è merito del lavoro dell’Associazione, che ha evidenziato in diversi incontri con il Ministro del Mimit Adolfo Urso e il Ministro del Masaf Francesco Lollobrigida la necessità di dotare i Consorzi di tutela di risorse destinate alle attività di protezione delle IG. Origin Italia ha inoltre partecipato, il 2 novembre 2023, ad un’audizione parlamentare dinanzi alla X^a Commissione Attività Produttive, Commercio e Turismo della Camera dei Deputati, per sottolineare le esigenze dei Consorzi di tutela e presentare specifiche proposte di emendamento al testo del disegno di legge. Richieste di modifica al disegno di legge che sono state inoltrate anche ai Capi gruppo membri della Commissione menzionata nonché al Ministro Lollobrigida.

PROLIFERAZIONE MARCHI E DE.CO.

L'Associazione continua a sostenere una netta posizione di contrarietà alla proliferazione di iniziative nazionali, regionali e comunali volte alla istituzione di nuovi marchi e riconoscimenti pubblici, senza reali procedure di controllo e certificazione. Tale fenomeno, infatti, è ritenuto da Origin Italia un potenziale pericolo per le DOP IGP, in grado di svilire il collaudato Sistema IG e generare una inevitabile confusione nei confronti del consumatore. Alla luce di ciò, la posizione adottata è stata posta all'attenzione della struttura ministeriale, chiedendo una ricognizione di tutti i marchi e riconoscimenti pubblici istituiti a livello nazionale, regionale e locale, inclusi i Sistemi di Qualità Nazionale, affinché possa essere arginato tale crescente fenomeno. Al contempo, è stata segnalata al Presidente della IX^a Commissione del Senato della Repubblica, On. Luca De Carlo, e al Presidente della XIII^a Commissione della Camera dei Deputati, On. Mirco Carloni, la presenza di tali fattispecie all'interno di tre disegni di legge assegnati alle rispettive commissioni parlamentari. L'azione di contrasto a tale fenomeno rientra anche nel contesto della proposta, sostenuta dal Consorzio Tutela Grana Padano, di introdurre una migliore e più corretta distinzione fra i prodotti DOP e similari sugli scaffali della GDO, al fine di evitare che i consumatori vengano indotti in errore.

ATTIVITÀ DI IN-FORMAZIONE

Il 2023 è stato caratterizzato da un'intensa attività di in-formazione svolta dall'Associazione. Infatti, è stato organizzato un ciclo di incontri in-formativi per la tutela delle DOP IGP, suddivisi territorialmente. Gli appuntamenti, rivolti agli operatori della qualità come ispettori, agenti vigilatori, responsabili dei Consorzi di tutela, ma anche consulenti e tecnici del settore, si sono tenuti al fine di fornire informazioni aggiornate relative alla tutela. Il primo appuntamento si è svolto proprio nella sede del Consorzio Tutela Grana Padano e ha visto la partecipazione di diversi agenti vigilatori dello stesso. Inoltre, Origin Italia ha promosso, in collaborazione con Fondazione Qualivita, l'Executive Master Direttore Consorzio Tutela edizione 2023/2024, che si articola in un ciclo di seminari in-formativi suddivisi in 7 moduli che affrontano gli ambiti di conoscenza necessari a comprendere il contesto di riferimento e gli aspetti legati alla gestione efficace di un Consorzio. L'incontro del 23 febbraio 2024 si è tenuto presso la sede del Consorzio Tutela Grana Padano e ha visto l'intervento del Direttore Stefano Berni. Queste iniziative si inseriscono in un percorso dell'Associazione che mira a formare nuove professionalità utili al consolidamento e alla crescita delle filiere DOP IGP.

ATTIVITÀ ISTITUZIONALI

Origin Italia ha organizzato una serie di attività istituzionali finalizzate alla partecipazione dei Consorzi di tutela a diversi incontri, nei quali sono state affrontate varie questioni inerenti alle

loro attività ed esposte le esigenze delle filiere. Il 7 giugno 2024 si è tenuta, alla presenza del Ministro dell'Agricoltura, Francesco Lollobrigida, e del Direttore Generale della FAO, Qu Dongyu, la consueta Assemblea dei Soci di Origin Italia, incentrata sul tema *"Il ruolo delle Indicazioni Geografiche nel nuovo contesto economico e normativo"*. L'iniziativa, al cui centro sono state poste le tematiche legate al futuro delle DOP IGP e al relativo processo di transizione e innovazione, inserito anche nel contesto della Riforma del Sistema IG, è stata l'occasione per evidenziare dinanzi a esponenti politici e istituzionali le necessità dei Consorzi di tutela e delle filiere, e per confrontarsi sulla strada che questi intendono intraprendere in ottica sostenibilità. Un ulteriore momento di confronto tra rappresentanti dei Consorzi, operatori e istituzioni si è tenuto a Roma, il 22 febbraio 2024, durante il primo Simposio Scientifico Filiere DOP IGP. In occasione dell'iniziativa, organizzata da Fondazione Qualivita in collaborazione con Origin Italia e che ha riunito oltre 800 stakeholder del comparto, sono stati presentati 90 progetti di ricerca sulle DOP IGP.

Come ormai ampiamente noto, il Consorzio Tutela Grana Padano continua a rivestire un ruolo cruciale all'interno di Origin Italia. Il suo apporto risulta di notevole importanza per il coinvolgimento di realtà consortili di dimensioni inferiori che vedono il Consorzio come un modello virtuoso da seguire, in grado di rappresentare la DOP più grande del mondo e fornire un contributo di enorme entità al successo delle Indicazioni Geografiche, soprattutto in vista del percorso futuro che accompagnerà il settore e dell'inizio di un nuovo ciclo attraverso un cambio di paradigma. In questo contesto, l'emblematica figura del Consorzio sarà necessaria per tracciare una nuova strada per le Indicazioni Geografiche.



Capitolo 15

ANALISI VENDITE DI GRANA PADANO DOP ITALIA (Retail)

ANDAMENTO DEL MERCATO: VOLUMI

Nell'anno 2023 la categoria "Formaggi duri tipici italiani", a Totale Italia, ha sviluppato un trend a volume positivo pari al +4,8% rispetto al 2022.

Con una quota di 45,2% a Volume, leader della categoria si conferma il Grana Padano (+Trentingrana), che mostra una performance stabile a Volume (+0,4%) a fronte di una crescita a valore del +8,8% legata al protrarsi della fase inflattiva nel corso dell'anno.

Se escludiamo il Trentingrana (in forte calo con volumi a -9,6%) la performance del Grana Padano risulta migliore: +0,7% a volume.

A trainare la crescita del mercato è Il Parmigiano Reggiano, che rappresenta il 33,3% del mercato, con un trend molto positivo sia a volume (+13,6%) che a valore (+13,9): i prezzi stabili, solo (+0,3%), in un contesto fortemente inflattivo, hanno contribuito a rendere più competitivo il prodotto nel contesto complessivo dei Formaggi.

Gli Altri Duri (21,5% di quota Volume) sono in leggera crescita a volume (+2,2%) con fatturati in forte crescita (+14,4%) per effetto di una maggior incremento dei prezzi a punto vendita (+11,9%).

Formaggio	Volumi 2023 vs Volumi 2022	Quota 2023 (formaggi duri tipici italiani)
Grana Padano	+0,4%	45,2%
Parmigiano Reggiano	+13,6%	33,3%
Altri Duri	+2,2%	21,5%
TOTALE DURI ITALIANI	+4,8%	100%

IL PREZZO MEDIO DI VENDITA

Il prezzo medio della categoria, su base annuale, si è attestato a 15,76 €/kg, registrando una crescita del +6,8% rispetto allo scorso anno:

- Il Grana Padano 14,68 €/kg (+8,9%)
- Il Trentingrana 15,40 €/kg (+7,7%)
- Il Parmigiano Reggiano 18,66 €/kg (+0,3%)
- Gli Altri Duri 13,49 €/kg (+11,9%)

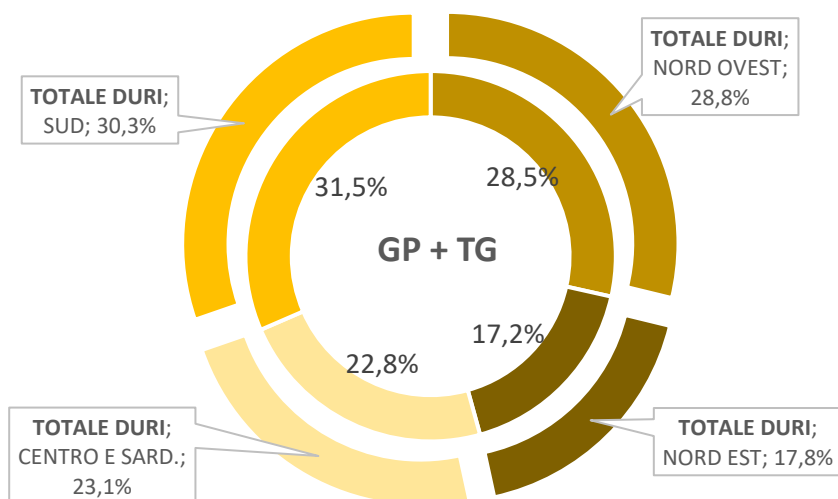
LE VENDITE A VOLUME PER AREA GEOGRAFICA A TOTALE ITALIA

Al Nord-ovest la categoria cresce in volume del +4,3%, con quota al 28,8% (-0,2punti). Nell'area, la quota del Grana Padano + Trentingrana si attesta al 44,8% (-1,0 punti). Il Parmigiano Reggiano rappresenta il 31,0% e cresce di +2,6 punti anche a scapito degli Altri Duri che si attestano al 24,2% (-1,6 punti).

Al Nord-est la categoria cresce in volume del +4,7%, con quota stabile al 17,8%. Nell'area il Grana Padano + Trentingrana rimane leader con il 43,7%, ma perde 3 punti di quota principalmente nei confronti del Parmigiano Reggiano che si attesta al 40,3% (+2,6%); Altri Duri al 16,0% (+0,4 punti).

Al Centro Italia la categoria cresce in volume del +4,8%, con quota stabile al 23,1%. Anche qui si conferma leader Grana Padano + Trentingrana con una quota del 44,6% (-1,6punti); il Parmigiano Reggiano costituisce il 37,9% (+2,3 punti), mentre il restante 17,5% è rappresentato dagli Altri Duri (-0,7 punti).

Al Sud la categoria cresce in volume del +4,8%, con quota al 30,4% (+0,3 punti). Nell'area il Grana Padano + Trentingrana rimane leader con il 46,8%, ma perde 2,7 punti di quota nei confronti del Parmigiano Reggiano che si attesta al 28,0% (+2,8 punti); Altri Duri al 25,1% (+0,1 punti).



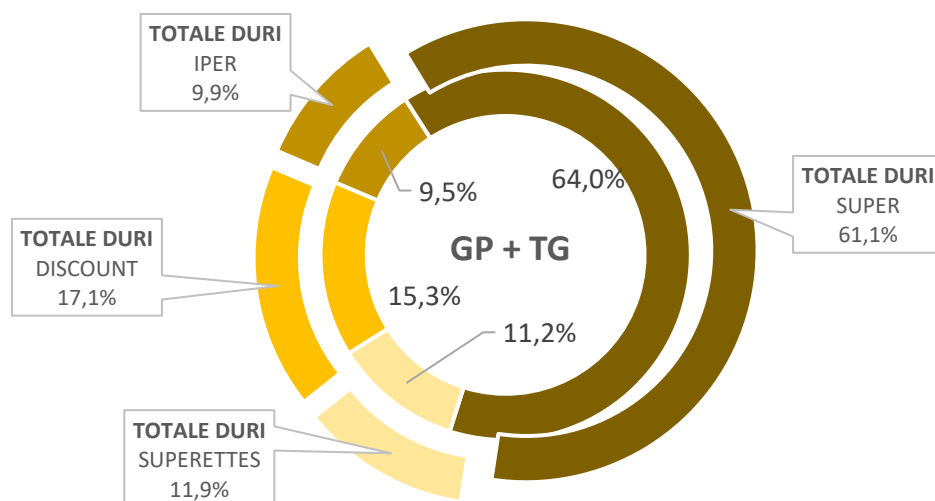
LE VENDITE A VOLUME PER CANALE DI DISTRIBUZIONE A TOTALE ITALIA

Negli Ipermercati la categoria cresce in volume del +2,6%, con quota al 9,9% (-0,2 punti). Nel canale il Grana Padano+Trentingrana rimane leader con il 44,0%, ma perde 2,7 punti di quota nei confronti del Parmigiano Reggiano che si attesta al 37% (+3,0 punti); Altri Duri al 19,0% (-0,3 punti).

I Supermercati sono il canale più performante con una crescita in volume del +6,3% e quota al 61,1%, in crescita di +0,8 punti. Il Grana Padano+Trentingrana rappresenta il 46,7% del mercato (-1,9 punti) mentre il Parmigiano Reggiano raggiunge il 37,6% con una quota in crescita di 2,6pti anche a scapito degli Altri Duri che si fermano al 16,0 (-0,7 punti).

Nelle Superettes la categoria cresce in volume del +2,1%, con quota al 11,9% (-0,3 punti). Il Grana Padano+Trentingrana rimane leader col 43,4% (-2,2 punti) con il Parmigiano al 33,5% (+2,8 punti) che drena quota anche agli Altri Duri che canalizzano il 23,1% (-0,7 punti).

Il Discount (rilevato nel solo Peso Imposto) cresce del 3,3% e canalizza il 17,1% (-0,3 punti). Nel canale il Grana Padano+Trentingrana ha una quota del 41,5%, ma perde 2,3 punti di quota principalmente nei confronti del Parmigiano Reggiano che si attesta 16,4% (+1,8 punti); gli Altri Duri crescono fino al 42,1% (+0,5 punti) diventando la tipologia leader a volume nel canale.



GRANA PADANO - LE VENDITE PER TIPOLOGIA A TOTALE ITALIA

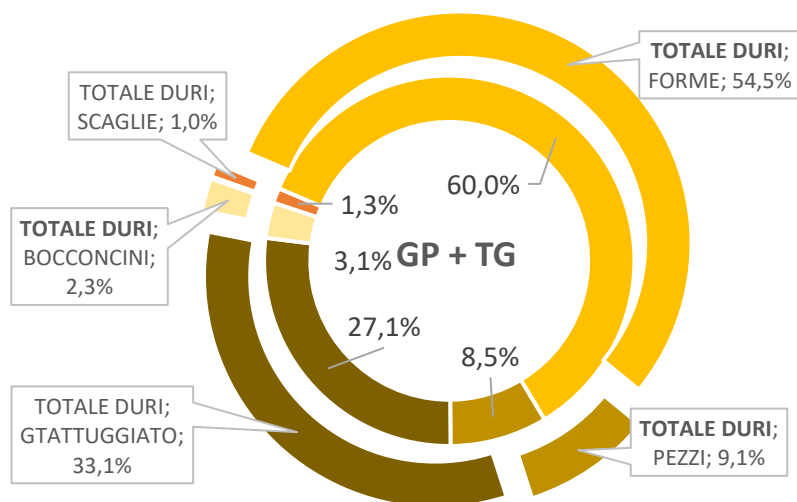
Le forme (peso variabile) rappresentano il 54,6% a volume del mercato (+0,6 punti) e registrano volumi in crescita del +6,0%.

I volumi dei pezzi preconfezionati (peso imposto) sono in crescita del +6,2% portando la quota al 9,1%. Grana Padano + Trentingrana è stabile (+0,7%) mentre Parmigiano Reggiano e Altri Duri crescono rispettivamente del +9,4% e del +15,7%.

Meno dinamica la tipologia del grattugiato (+3,7% a volume) che rappresenta il 33,1% (-0,3 punti) del venduto della categoria. Il Grana Padano + Trentingrana cresce dell'1,6% mentre il Parmigiano Reggiano risulta più dinamico con crescita del +11,7%. Gli Altri Duri crescono in linea con quanto indicato per il Grana Padano (+2,2%).

Il segmento bocconcini è l'unico che mostra una tendenza negativa sui volumi (-6,2%) con conseguente riduzione della quota ora attestata al 2,3% (-0,3 punti). La tendenza negativa è guidata dagli Altri Duri (-14,9%), mentre sono stabili i bocconcini di Grana Padano + Trentingrana (-0,4%) ed in crescita quelli di Parmigiano Reggiano (+9,4%).

Il segmento scaglie è in leggera crescita (+2,7%) e conferma la quota dell'1,0% sulla categoria.

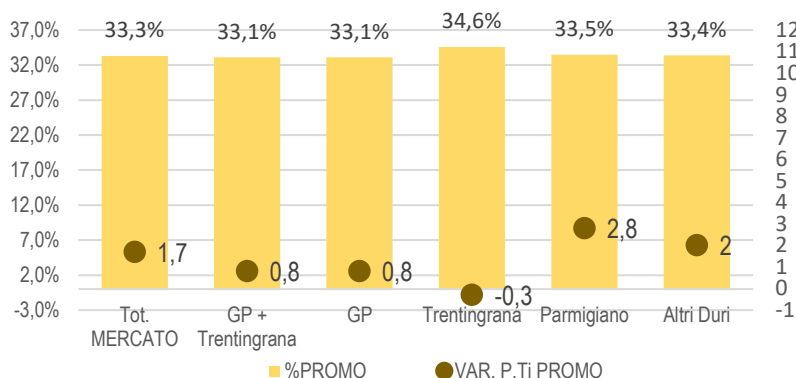


INCIDENZA DELL'ATTIVITÀ PROMOZIONALE

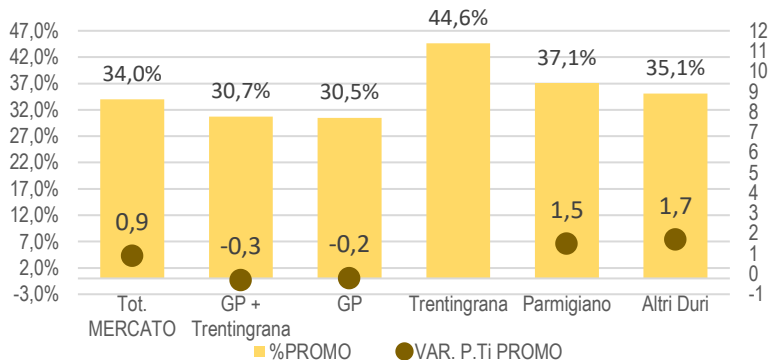
Il 33,3% dei volumi dei Formaggi Duri viene venduto in condizione promozionale di taglio prezzo, un dato in crescita di +1,7% punti rispetto al 2022. Il Grana Padano + Trentingrana si attesta al 33,1%, in lieve crescita (+0,8 punti) mentre il Parmigiano Reggiano ha incrementato la pressione promozionale fino al 33,5%, con un incremento di ben +2,8 punti.

Maggiori promozioni anche sugli Altri Duri che toccano il 33,4% (+2,0punti).

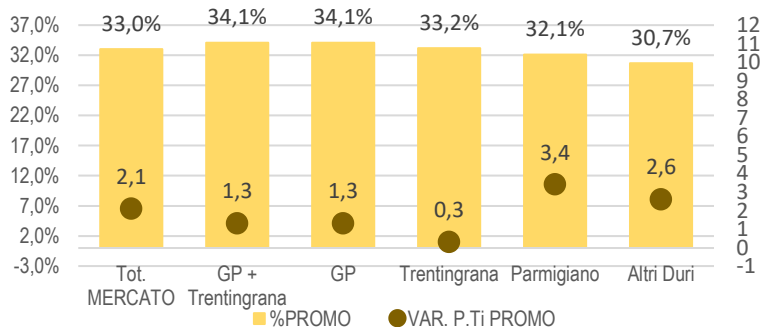
2023: PROMO DURI ITALIANI NEI PV E PI



2023: PROMO DURI ITALIANI NEI PI



2023: PROMO DURI ITALIANI NEI PV



Capitolo 16

ANDAMENTO ESPORTAZIONI

Elaborando i dati pubblicati da ISTAT sull'export dei formaggi, si evidenzia che nell'anno 2023 le esportazioni di Grana Padano DOP raggiungono complessivamente 2.482.891 forme, in crescita del 6,55%. Ciò significa che nel 2023 il 48,4% della produzione marchiata è stata destinata ai mercati esteri.

EUROPA

L'Europa, con 2.060.484 forme, assorbe l'83% delle esportazioni di Grana Padano DOP, con un incremento del 6,9% rispetto al 2022.

La Germania, con una crescita del 5,53%, consolida sempre di più il primato di principale destinatario per le esportazioni di Grana Padano DOP, per un totale di 599.448 forme.

Al secondo posto assoluto avanza decisamente la Francia che, con 293.182 forme, incrementa con un sostanzioso 7,43%. Al terzo posto si confermano i Paesi del Benelux (Belgio, Olanda e Lussemburgo), con un incremento complessivo del 3,52% e un totale di 211.578 forme; gli Stati Uniti, con un vistoso incremento del 11,55%, corrispondente a un volume complessivo di 194.776 forme, si confermano al quarto posto nella graduatoria assoluta. La Spagna, con un volume di 147.860 forme, con un incremento del 9,42% guadagna il quinto posto in graduatoria a spese della Svizzera, che comunque presenta un incremento del 2,43%, permettendole di occupare il sesto posto in graduatoria, con un totale di 141.888 forme. Il Regno Unito conserva settimo posto segnando un +4,59% e 140.267 forme.

L'Austria, incrementando del 5,83%, arriva a 78.448 forme e resta all'ottavo posto. Il Canada, nonostante una contrazione del -8,95%, pari a un volume complessivo di 65.343 forme, mantiene il nono posto della graduatoria assoluta, seguito dalla Svezia che, con un incremento del 4,6% corrispondente a un volume di 64.474 forme complessive, resta al decimo posto della graduatoria assoluta.

RESTO DEL MONDO

Nel complesso, i mercati extra UE28, dopo l'espansione registrata nel 2022, consolidano con ulteriore un incremento del 5,14%, per un volume complessivo di 607.530 forme. Tale incremento si è verificato anche grazie al buon andamento del mercato statunitense, tradizionalmente uno dei principali mercati di sbocco per il Grana Padano, che ha reso possibile, nonostante la debolezza del mercato canadese, un risultato così significativo per le esportazioni di Grana Padano nei paesi Extra UE.

Dopo l'ottimo andamento delle esportazioni avvenuto nel corso del 2022, l'export di Grana Padano DOP nel 2023, nonostante i problemi legati alle varie crisi internazionali, ha fatto registrare una ulteriore, corposa ed equilibrata espansione nella maggior parte delle destinazioni più significative per il Grana Padano, il che ha permesso un incremento generale del 6,55% delle forme esportate.

	Numero forme (38Kg)	Variazione vs/2022
Totale Extra UE28	607.530	+5,14%
Totale UE28	1.875.360	+7,02%
Totale EUROPA	2.060.484	+6,90%
TOTALE EXPORT		+6,55%

	Paese	Numero forme (38 Kg)	Var. %
1°	GERMANIA	599.448	+5,53%
2°	FRANCIA	293.182	+7,43%
3°	BE.NE.LUX	211.578	+3,52%
4°	STATI UNITI	194.776	+11,55%
5°	SPAGNA	147.860	+9,42%
6°	SVIZZERA	141.888	+ 2,43%
7°	REGNO UNITO	140.267	+ 4,59%
8°	AUSTRIA	78.448	+ 5,83%
9°	CANADA	65.343	- 8,95%
10°	SVEZIA	64.474	+ 4,60%

Capitolo 17

ALTRE INFORMAZIONI DI CUI ALL'ART. 2428 CC

RAPPORTI CON ALTRE SOCIETÀ

Il Consorzio non è soggetto al controllo di altre società, non controlla alcuna società e non vi sono società ad esso collegate ai sensi dell'art. 2359 del Codice civile.

GESTIONE DEI RISCHI

Il Consorzio non ha utilizzato nel corso del 2023 e non sta utilizzando strumenti finanziari derivati. Il Consorzio alterna ciclicamente periodi di liquidità a periodi di breve necessità finanziaria che viene gestita ricorrendo a finanziamenti bancari nella forma di anticipazioni autoliquidanti di ricevute bancarie. Le temporanee eccedenze di liquidità vengono investite in *time deposits* o strumenti simili di durata contenuta. L'entità del fabbisogno finanziario e delle eccedenze di liquidità sono tali da non rendere necessarie politiche di copertura dal rischio di variazione dei tassi di interesse.

Il Consorzio consegue ricavi esclusivamente in euro; sostiene costi essenzialmente in euro e solo in misura non rilevante in altre valute (principalmente GBP e USD), pertanto non ricorre a strumenti di copertura contro il rischio di variazione dei tassi di cambio.

L'attività del Consorzio non è soggetta al rischio di variazione dei prezzi in quanto i ricavi per la contribuzione scalettata e differenziate ed i ricavi per la contribuzione aggiuntiva sono già definiti nel loro ammontare complessivo. I contributi unitari per forma di Grana Padano "ordinari", "stagionatura" e "marchiatura Riserva" sono predeterminati.

Il rischio credito è contenuto perché i ricavi sono frazionati tra molti soggetti che hanno rapporti stabili con il Consorzio. I crediti sono costantemente monitorati ed il Fondo svalutazione crediti è adeguato a coprire i rischi di insolvenza.

Al 29 febbraio 2024 la Posizione Finanziaria Netta del Consorzio presenta una disponibilità netta di EUR 4.896 migliaia, rappresentata per intero da depositi bancari, contro l'indebitamento netto di EUR 7.491 migliaia al 28 febbraio 2023. disponibilità liquide per EUR 60migliaia. Alla data del 29 febbraio 2024 il Consorzio dispone di linee di fido accordate e non utilizzate per euro 21,0 milioni di euro, ragionevolmente sufficienti ad escludere ogni rischio di liquidità per i prossimi 12 mesi.

EVOLUZIONE PREVEDIBILE DELLA GESTIONE

La produzione di Grana Padano nei primi 2 mesi dell'esercizio 2024 è stata di 1.030.511 forme, contro le 984.075 del 2023 (+4,72%). Depurata dall'effetto "29 febbraio" la produzione è comunque in crescita di circa il 2,93%.

L'applicazione del Piano Produttivo ha determinato un livello di ricavi 2024 per la contribuzione differenziata e la contribuzione scalettata pari ad euro 15.292.004. La Contribuzione aggiuntiva deliberata dall'Assemblea del dicembre 2023 ha generato risorse per il 2024 pari ad euro 19.177.750. In considerazione di questi valori del fabbisogno previsto per le attività proprie del Consorzio, il Consiglio di Amministrazione ha deliberato per l'anno 2024 uno sconto di 1 euro a forma sul contributo ordinario.

Sulla base delle precedenti informazioni, è ragionevole attendersi che le risorse di cui potrà disporre il Consorzio per le sue attività istituzionali di tutela e promozione della D.O.P. Grana Padano per l'esercizio in corso non si discosteranno in misura significativa da quelle gestite nell'esercizio 2024.

ALTRE SEDI DELLA SOCIETÀ

Il Consorzio non ha istituito sedi secondarie. Il Consorzio opera attraverso la sede di Desenzano del Garda e, occasionalmente, attraverso due Unità Locali, stabilite nel corso dell'esercizio 2022, in:

- Milano, via S. Arialdo 102 (c/o Abbazia di Chiaravalle, Milano)
- Bassano del Grappa, viale Vicenza 145 (c/o Latterie Vicentine SCA)

Capitolo 18

CONCLUSIONI

Carissimi,

prima di tutto desidero ringraziare di cuore tutti voi che anche quest'anno, come per l'intero quadriennio, mai avete fatto mancare il vostro supporto, i vostri suggerimenti e i vostri pareri.

Facilitati da un clima di diffusa soddisfazione abbiamo ragionato nelle occasioni di incontro, nelle assemblee zonali o mediante telefonate dei numerosi temi che ci riguardano.

Desidero inoltre ringraziare per il supporto costante il Vicepresidente Vicario Giuseppe Ambrosi, il Vicepresidente Attilio Zanetti, il Tesoriere Walter Giacomelli e l'altro consigliere che completa il Comitato di Presidenza, Tiziano Fusarpoli. Con loro ci incontriamo tutte le settimane, prevalentemente il lunedì "con panino", che chiamiamo così perché ci si vede dalle 12.30 alle 15.00.

Un grazie anche a tutti i consiglieri che partecipano ai tre organismi di supporto al Consiglio di Amministrazione che sono la Commissione Pubblicità, la Commissione Scientifica e il Comitato di Gestione.

Un grazie alla struttura diretta dal nostro Direttore Generale Stefano Berni e al Direttore Amministrativo Carlo Costa che è stato con noi oltre un anno e mezzo e che non ha potuto rifiutare un'importante proposta vicina alla sua residenza. Con lui ci siamo trovati molto bene e siamo certi avrà ottimo successo nel nuovo percorso. Certamente, occupandosi di fiere ed eventi collegati, avremo modo di collaborare ancora con lui

L'ho già accennato nelle premesse ma lo ripeto: il successo del nostro operato è evidenziato nel margine di trasformazione che consente al latte a Grana Padano di essere il più remunerato al mondo del latte omogeneo, cioè quello con alimentazione con insilati di mais.

Dicevamo nelle conclusioni lo scorso anno «...Con questi risultati e questi numeri occorrerebbe stare fermi, non muovere foglia e sperare che lo scenario complessivo del Grana Padano peggiori il più lentamente possibile; ma sappiamo bene che questo atteggiamento non sarebbe possibile né saggio e, come sempre abbiamo fatto, dobbiamo guardare avanti e anticipare i tempi leggendo e interpretando al meglio il futuro...».

Infatti, abbiamo guardato avanti chiedendo a KPMG di elaborare il nuovo Piano Strategico consapevoli che abbiamo due mission:

- 1) Continuare a crescere le produzioni;
- 2) Continuare a remunerare adeguatamente l'impegno dei nostri consorziati e del latte a noi destinato.

Per continuare questo trend sappiamo che lo spazio di crescita è l'export senza perdere di vista l'Italia che comunque consuma oltre 2,5 milioni di forme.

Sappiamo anche che dobbiamo assecondare le tendenze e gli orientamenti dei consumatori con la sostenibilità di processo, con il benessere animale e con la salubrità di prodotto.

Tra tutti i formaggi DOP italiani, francesi, greci, svizzeri ecc ... il Grana Padano è il meno grasso; quindi, il più magro e questo nel medio periodo darà un vantaggio considerevole.

Così come ci avvantaggerà la riduzione del contenuto di sale e ci darà vantaggio su alcuni mercati, altrimenti preclusi, il caglio microbico, il primato nella disponibilità del calcio, l'effetto benefico sulla pressione arteriosa del formaggio meno stagionato.

E al proposito voglio ricordarvi che il segmento del grattugiato e senza crosta ormai viaggia verso il 40% del totale e gran parte di questo è formaggio da poco marchiato perciò molto valido contro l'ipertensione.

Abbiamo però anche dei nemici e cioè le associazioni vegano/animaliste e tutti coloro che preferiscono pensare che ad inquinare il pianeta siamo noi e non le loro auto, i loro riscaldamenti, i loro condizionatori e il loro consumo di energia. E tra i nemici acerrimi abbiamo anche coloro che sfruttano e alimentano questa tendenza animalistico/ambientale per sostituire i nostri alimenti zootecnici, carni, latte, formaggi con cibo sintetico da bioreattore.

Anche noi abbiamo attivato nostri studiosi atti a dimostrare che si tratta di finzioni finalizzate solo a macroscopici redditi nuovi, visto che tra non molti anni dovranno mangiare almeno due volte al giorno 10 miliardi di persone nel mondo.

Il fatto è che queste poche centrali da mega business si giovano di quelli che la storia chiama "utili idioti", e che pure alimentano con risorse, che a loro non mancano, per creare un movimento di opinione ripreso da media anche importanti che tendono a demonizzarci per fare spazio ai loro affari.

"Mors tua vita mea" è il motto che alcuni di questi praticano. Ma siccome anche noi siamo tenaci e non molliamo faremo in modo che trionfi sempre il nostro più grande alleato: la verità.

Insomma, al nuovo corso che emergerà dalle votazioni di oggi competerà proseguire con energia e determinazione il percorso che ci sta dando ragione. E verrà fatto con il nuovo Piano Produttivo e con il nuovo Piano Strategico da varare, come primo atto della nuova Governance, al prossimo novembre.

Carissimi, io sono molto fiducioso e ottimista anche se so che non sarà certo facile e non sarà una passeggiata per le nostre pianure ma una scalata tra valli e picchi delle nostre meravigliose

montagne, perché, ed è l'ultima suggestione che vi lascio, non c'è territorio più bello di quello del Grana Padano, che va dall'Adriatico romagnolo, alle bellissime montagne piemontesi, lombardi, trentine e venete, passando dalle splendide colline piacentine, scorrendo lungo l'affascinante fiume d'Italia, il Po, per adagiarsi nel lago più bello e frequentato d'Europa, il Lago di Garda.

Un prodotto così buono come il Grana Padano, figlio del più bello e vario territorio d'Italia potrà mai andare male? Potranno "prodottelli" imbroglianti nati per ingannare copiandoci, metterci in grave difficoltà? Potranno alcuni faziosi detrattori finto ambientalisti e animalisti metterci in ginocchio?

Non potrà mai succedere perché noi siamo il Grana Padano: il prodotto DOP più consumato in Italia e nel mondo.

Vi abbraccio tutti.

Grazie.

Desenzano del Garda (BS), lì 22 marzo 2024

Il Presidente
Renato Zaghini

STATO PATRIMONIALE, CONTO ECONOMICO
E RENDICONTO FINANZIARIO

STATO PATRIMONIALE ATTIVO

	31/12/2023	31/12/2022
A CREDITI VERSO SOCI PER VERSAMENTI DOVUTI	0	0
B IMMOBILIZZAZIONI		
I. IMMOBILIZZAZIONI IMMATERIALI		
1) Costi di impianto e di ampliamento	3.314	324
3) Diritti di brevetto indust., utilizz. opere ingegno	4.726	6.568
4) Concessioni, licenze, marchi e diritti simili	689.816	716.761
7) Altre immobilizzazioni immateriali	4.372	0
Totale Immobilizzazioni Immateriali	702.228	723.653
II. IMMOBILIZZAZIONI MATERIALI		
1) Terreni e Fabbricati	7.231.174	7.509.653
2) Impianti e Macchinario	202.056	347.111
4) Altri beni	551.031	570.674
Totale Immobilizzazioni Materiali	7.988.261	8.427.438
III. IMMOBILIZZAZIONI FINANZIARIA		
1) Partecipazioni		
d. bis Partecipazioni in altre imprese	29.756	29.756
Totale Immobilizzazioni Finanziarie	29.756	29.756
TOTALE IMMOBILIZZAZIONI	8.720.246	9.180.847
C ATTIVO CIRCOLANTE		
I. RIMANENZE		
1) Materie prime, sussidiarie e di consumo	14.300	138.171
4) Prodotti finiti e merci	369.283	443.207
Totale Rimanenze	383.583	581.378
II. CREDITI		
1) Verso Clienti	20.738.947	23.061.950
a) entro 12 mesi	19.737.019	21.451.218
b) oltre 12 mesi	1.001.928	1.610.732
5 bis) Crediti tributari	1.509.452	1.303.757
a) entro 12 mesi	1.406.213	1.236.567
b) oltre 12 mesi	103.239	67.190
5 quater) Verso Altri	750.436	961.622
a) verso Enti Pubblici	535.365	647.980
b) Altri Crediti	215.071	313.642
Totale Crediti	22.998.835	25.327.329
IV. DISPONIBILITA' LIQUIDE		
1) Depositi bancari e postali	8.259.374	3.805.484
3) Denaro e valori in cassa	1.864	5.544
Totale Disponibilità Liquide	8.261.238	3.811.028
TOTALE ATTIVO CIRCOLANTE	31.643.656	29.719.735
D RATEI E RISCONTI ATTIVI	1.077.298	759.576
TOTALE ATTIVO	41.441.199	39.660.158

STATO PATRIMONIALE PASSIVO

	31/12/2023	31/12/2022
A PATRIMONIO NETTO		
I. FONDO CONSORTILE	3.901.164	3.891.357
III. RISERVE DA RIVALUTAZIONE	6.161.329	6.161.329
IX. UTILE (PERDITA) DELL'ESERCIZIO	56.670	9.807
TOTALE PATRIMONIO NETTO	10.119.163	10.062.493
B ALTRI FONDI RISCHI ED ONERI	1.590.000	490.000
C TRATTAMENTO FINE RAPPORTO LAVORO SUBORDINATO	2.107.206	1.979.371
D DEBITI		
4) debiti verso banche entro 12 mesi	81.619	13.511
6) Acconti	206.394	206.393
7) Debiti verso fornitori	25.974.569	25.605.241
<i>a) entro 12 mesi</i>	<i>25.974.569</i>	<i>25.605.241</i>
12) Debiti Tributari	280.100	613.513
<i>a) entro 12 mesi</i>	<i>280.100</i>	<i>613.513</i>
<i>b) oltre 12 mesi</i>	<i>0</i>	<i>0</i>
13) Debiti verso istituti Previdenza e Sic. Sociale	295.594	327.296
14) Altri Debiti entro 12 mesi	645.541	212.990
TOTALE DEBITI	27.483.817	26.978.945
E RATEI E RISCOINTI PASSIVI	141.012	149.349
TOTALE PASSIVO	41.441.199	39.660.158

POSIZIONE FINANZIARIA NETTA

	31/12/2023	31/12/2022
1 DISPONIBILITA' A BREVE		
01:01 Denaro in Cassa	1.864	5.544
01:02 Banche c/c attivi	4.459.374	3.805.484
01:03 Liquidità investita	3.800.000	
01:04 Crediti verso Soci		
TOTALE	8.261.238	3.811.028
2 DEBITI A BREVE		
02:01 Banche c/c passivi		
02:02 Altri debiti bancari a breve (Carte Credito)	(81.619)	(13.511)
02:03 Quote di debiti a M/L entro 12 mesi		
02:05 Debiti verso Consorziati		
TOTALE	(81.619)	(13.511)
3 SITUAZIONE A BREVE (1+2)	8.179.619	3.797.517
4 CREDITI FINANZIARI A MEDIO LUNGO TERMINE		
04:01 Caparre per locazioni		
04:02 Altri crediti finanziari ML		
TOTALE	0	0
5 DEBITI FINANZIARI A MEDIO LUNGO TERMINE		
05:01 Mutui passivi		
05:02 Finanziamenti Operazioni Riserva		
05:03 Altri Debiti finanziari a ML		
TOTALE	0	0
6 SITUAZIONE A MEDIO LUNGO TERMINE (4+5)	0	0
7 INDEBITAMENTO TOTALE (2+4)	(81.619)	(13.511)
8 POSIZIONE FINANZIARIA NETTA (3+6)	8.179.619	3.797.517

CONTO ECONOMICO

	31/12/2023	31/12/2022
A VALORE DELLA PRODUZIONE		
1) Ricavi delle Vendite e delle Prestazioni	58.960.859	59.130.597
2) Variazione delle Rimanenze		(2.325.134)
5) Altri Ricavi	2.086.686	2.801.171
a) Altri Ricavi e Proventi	1.375.727	1.474.104
b) Contributi in C/Esercizio	710.959	1.327.070
TOTALE VALORE DELLA PRODUZIONE	61.047.545	59.606.634
B COSTI DELLA PRODUZIONE		
6) Materie prime, suss., cons. e/o merci	(1.142.534)	(1.185.155)
7) Servizi	(51.085.000)	(49.874.535)
8) Godimento beni di Terzi	(6.907)	(8.030)
9) Costo del Personale	(4.760.929)	(4.882.997)
a) Salari e stipendi	(3.304.430)	(3.273.926)
b) Oneri sociali	(938.446)	(962.947)
c) Trattamento di fine rapporto (TFR)	(269.632)	(408.044)
e) Altri costi	(248.421)	(238.079)
10) Ammortamenti e Svalutazioni	(944.429)	(848.062)
a) Ammortamento immobilizz. Immateriali	(141.487)	(135.122)
b) Ammortamento immobilizz. Materiali	(669.083)	(622.940)
c) Svalutazione delle immobilizzazioni	(21.687)	
d) Svalut. Crediti (comp. nell'Attivo Circolante)	(112.171)	(90.000)
11) Variaz. Rim. materie prime, suss.e merci	(197.795)	(204.407)
12) Accantonamenti per rischi	(1.100.000)	(430.000)
14) Oneri diversi di gestione	(1.068.788)	(1.238.344)
TOTALE COSTI DELLA PRODUZIONE	(60.306.682)	(58.671.529)
(A-B) DIFFERENZA VALORE E COSTI DELLA PRODUZIONE	741.163	935.105
C ONERI E PROVENTI FINANZIARI		
16) Altri Proventi Finanziari	43.983	3.509
d) Interessi attivi su depositi bancari	43.983	3.509
17) Interessi e altri Oneri finanziari	(128.577)	(150.534)
a) interessi passivi su deb. Bancari	(128.577)	(150.534)
17bis) Utili e Perditi su Cambi	(12.172)	(26.244)
TOTALE ONERI E PROVENTI FINANZIARI	(96.766)	(173.269)
D RETTIFICHE DI VALORE DI ATTIVITA' FINANZIARIE	0	0
RISULTATO PRIMA DELLE IMPOSTE	644.397	761.836
E IMPOSTE SUL REDDITO	(587.727)	(752.029)
a) Imposte sul reddito dell'Esercizio correnti, differite	(587.727)	(752.029)
UTILE (PERDITA) DELL'ESERCIZIO	56.670	9.807

RENDICONTO FINANZIARIO

	31/12/2023	31/12/2022
A. Flussi finanziari derivanti dalla gestione reddituale (metodo indiretto)		
Utile (perdita) dell'esercizio	56.670	9.807
Imposte sul reddito	587.727	752.029
Gestione finanziaria - passiva/(attiva) (Dividendi)	96.766	173.269
(Plusvalenze)/minusvalenze derivanti dalla cessione di attività	(24.668)	(26.086)
1. Utile (perdita) dell'esercizio prima d'imposte sul reddito, interessi, dividendi e plus/minusvalenze da cessione	716.495	909.019
<i>Rettifiche per elementi non monetari che non hanno avuto contropartita nel capitale circolante netto</i>	2.163.046	1.710.330
Accantonamenti ai fondi	1.330.789	952.268
Ammortamenti delle immobilizzazioni	810.570	758.062
Svalutazioni per perdite durevoli di valore	21.687	
Altre rettifiche per elementi non monetari		
2. Flusso finanziario prima delle variazioni del CCN	2.879.541	2.619.349
<i>Variazioni del capitale circolante netto</i>	2.636.996	6.095.752
Decremento/(incremento) delle rimanenze	197.795	2.529.540
Decremento/(incremento) dei crediti vs clienti	2.323.002	270.242
Incremento/(decremento) dei debiti verso fornitori	369.328	4.079.400
Decremento/(incremento) ratei e risconti attivi	(317.721)	(626.588)
Incremento/(decremento) ratei e risconti passivi	(8.337)	(218)
Altre variazioni del capitale circolante netto	72.928	(156.624)
3. Flusso finanziario dopo le variazioni del CCN	5.516.537	8.715.101
<i>Altre rettifiche</i>	(762.779)	(1.329.151)
Interessi incassati/(pagati)	(96.766)	(173.269)
(Imposte sul reddito pagate)	(587.727)	(608.212)
Plusvalenze (minusvalenze) da alienazioni	24.668	
Dividendi incassati		
(Utilizzo dei fondi)	(102.954)	(547.670)
Flusso finanziario della gestione reddituale (A)	4.753.758	7.385.950
B. Flussi finanziari derivanti dall'attività d'investimento		
<i>Immobilizzazioni materiali</i>	(251.593)	(468.036)
(Investimenti)	(313.213)	(526.661)
Prezzo di realizzo disinvestimenti e svalutazioni	61.620	58.625
<i>Immobilizzazioni immateriali</i>	(120.062)	(187.101)
(Investimenti)	(120.062)	(187.101)
Flusso finanziario dell'attività di investimento (B)	(371.655)	(655.137)
VARIAZIONE DI POSIZIONE FINANZIARIA NETTA (A+B)	4.382.103	6.730.813
C. Flussi finanziari derivanti dall'attività di finanziamento		
<i>Mezzi di terzi</i>		
Incremento (decremento) debiti a breve verso banche	68.108	(3.758.059)
Accensione finanziamenti		
Rimborso finanziamenti		
Flusso finanziario dell'attività di finanziamento (C)	68.108	(3.758.059)
INCREMENTO (DECREMENTO) DELLE DISPONIBILITÀ LIQUIDE (A ± B ± C)	4.450.211	2.972.754
Disponibilità liquide al 1 gennaio	3.811.027	838.273
Disponibilità liquide al 31 dicembre	8.261.238	3.811.027
<i>Valori da Bilancio</i>	8.261.238	3.811.027

NOTA INTEGRATIVA

Il bilancio dell'esercizio chiuso al 31 dicembre 2023 è stata redatta in conformità alla normativa del Codice Civile, così come modificata dal D. Lgs. 139/2015 (il "Decreto"), interpretata ed integrata dai principi contabili italiani emanati dall'Organismo Italiano di Contabilità ("OIC"), in vigore dai bilanci con esercizio avente inizio a partire dal primo gennaio 2016 e ulteriori successive modifiche; è costituita dallo Stato Patrimoniale (preparato in conformità allo schema previsto dagli artt. 2424 e 2424-bis del Codice Civile), dal Conto Economico (preparato in conformità allo schema di cui agli artt. 2425 e 2425-bis del Codice Civile) e dalla presente Nota Integrativa, redatta secondo quanto disciplinato dagli artt. 2427 e 2427-bis del Codice Civile.

La Nota Integrativa che segue analizza ed integra i dati di bilancio con le informazioni complementari ritenute necessarie per una veritiera e corretta rappresentazione dei dati illustrati, tenendo conto che non sono state effettuate deroghe ai sensi degli articoli 2423 e 2423-bis del Codice Civile.

Le voci non espressamente riportate nello Stato Patrimoniale e nel Conto Economico, previste dagli artt. 2424 e 2425 del Codice Civile e nel Rendiconto Finanziario presentato in conformità al principio contabile OIC 10, si intendono a saldo zero. La facoltà di non indicare tali voci si intende relativa al solo caso in cui le stesse abbiano un importo pari a zero sia nell'esercizio in corso sia nell'esercizio precedente.

Postulati e principi di redazione del bilancio

In aderenza al disposto dell'art. 2423 del Codice Civile, nella redazione del Bilancio si sono osservati i postulati generali della chiarezza e della rappresentazione veritiera e corretta della situazione patrimoniale e finanziaria del Consorzio e del risultato economico dell'esercizio.

La rilevazione, valutazione, presentazione e informativa delle voci può differire da quanto disciplinato dalle disposizioni di legge sul bilancio nei casi in cui la loro mancata osservanza abbia effetti irrilevanti sulla rappresentazione veritiera e corretta della situazione patrimoniale e finanziaria del Consorzio e del risultato economico dell'esercizio. A tal fine un'informazione si considera rilevante, sulla base di aspetti qualitativi e o quantitativi, quando la sua omissione o errata indicazione potrebbe ragionevolmente influenzare le decisioni prese dagli utilizzatori sulla base del bilancio dell'impresa. Ulteriori criteri specifici adottati per declinare il concetto di irrilevanza sono indicati in corrispondenza delle singole voci di bilancio quando interessate dalla sua applicazione. La rilevanza delle singole voci è giudicata nel contesto di altre voci analoghe.

Si sono inoltre osservati i principi statuiti dall'art. 2423-bis del Codice Civile come di seguito illustrato. La valutazione delle voci di bilancio è stata effettuata secondo prudenza e nella prospettiva della continuazione dell'attività, nonché tenendo conto della sostanza dell'operazione o del contratto. Per ciascuna operazione o fatto, e comunque per ogni accadimento aziendale, è stata pertanto identificata

la sostanza dello stesso qualunque sia la sua origine ed è stata valutata l'eventuale interdipendenza di più contratti facenti parte di operazioni complesse.

Gli utili indicati in Bilancio sono esclusivamente quelli realizzati alla data di chiusura dell'esercizio. I proventi e gli oneri indicati sono quelli di competenza dell'esercizio, indipendentemente dalla data di incasso o pagamento. Si è tenuto conto dei rischi e delle perdite di competenza dell'esercizio, anche se conosciuti dopo la data di chiusura dell'esercizio. Gli elementi eterogenei ricompresi nelle singole voci sono stati valutati ed iscritti separatamente.

A norma dell'art. 2423-ter, comma 5, del Codice Civile, per ogni voce dello Stato Patrimoniale e del Conto Economico è indicato l'importo della voce corrispondente dell'esercizio precedente. Qualora le voci non siano comparabili, quelle dell'esercizio precedente sono opportunamente adattate e la non comparabilità e l'adattamento o l'impossibilità di questo sono segnalati e commentati nella presente Nota Integrativa.

A norma dell'art.2423-ter, comma 2, del Codice Civile, le voci precedute da numeri arabi possono essere ulteriormente suddivise, senza eliminazione della voce complessiva e dell'importo corrispondente; esse possono essere raggruppate soltanto quando il raggruppamento, a causa del loro importo, è irrilevante per la rappresentazione veritiera e corretta della situazione patrimoniale e finanziaria del Consorzio e del risultato economico dell'esercizio o quando favorisce la chiarezza del bilancio. In questo secondo caso la Nota Integrativa contiene distintamente le voci oggetto di raggruppamento.

Il Bilancio e tutti i valori di commento e dei prospetti della presente Nota Integrativa sono espressi in unità di Euro. Le informazioni della presente Nota Integrativa relative alle voci dello Stato Patrimoniale e delle connesse voci di Conto Economico sono presentate secondo l'ordine in cui le relative voci sono indicate nello Stato Patrimoniale e nel Conto Economico ai sensi dell'art. 2427, comma 2, del Codice Civile.

* * * * *

CRITERI APPLICATI NELLA VALUTAZIONE DELLE VOCI DEL BILANCIO, NELLE RETTIFICHE DI VALORE E NELLA CONVERSIONE DEI VALORI NON ESPRESSI ALL'ORIGINE IN MONETE AVENTI CORSO LEGALE NELLO STATO.

I criteri di valutazione delle varie voci di bilancio sono conformi a quelli stabiliti dall'art. 2426 del Codice Civile e dai principi contabili di riferimento.

I più significativi criteri di valutazione sono di seguito illustrati, con specifica indicazione delle scelte operate tra più alternative contabili qualora consentite dal legislatore.

IMMOBILIZZAZIONI IMMATERIALI

I beni immateriali sono rilevati nell'attivo patrimoniale quando sono individualmente identificabili ed il loro costo è stimabile con sufficiente attendibilità. Essi sono iscritti al costo di acquisto o di produzione comprensivo degli oneri accessori al netto degli ammortamenti e delle svalutazioni. Le immobilizzazioni sono ammortizzate sistematicamente sulla base della loro prevista utilità futura. Il Consorzio valuta a ogni data di riferimento del bilancio la presenza di indicatori di perdite durevoli di valore. Se tali indicatori dovessero sussistere, il Consorzio procede alla stima del valore recuperabile dell'immobilizzazione e, qualora la stessa risulti durevolmente inferiore al valore netto contabile, effettua una svalutazione ai sensi dell'articolo 2426 comma 1, numero 3, del Codice Civile. Si rimanda al successivo paragrafo "Svalutazioni per perdite durevoli di valore delle immobilizzazioni materiali e immateriali".

Le immobilizzazioni immateriali sono state ammortizzate, nel rispetto della normativa civilistica, sulla base della loro residua possibilità di utilizzazione.

L'ammortamento è calcolato su base annua applicando le aliquote sotto esposte:

Categoria	Aliquota
Costi di impianto ed ampliamento	20%
Marchi e Brevetti	10%
Software	20%
Spese pluriennali sito web	20%
Diritti di utilizzo Opere ingegno	20%
Altre immobilizzazioni immateriali	12,5%

Le aliquote di ammortamento utilizzate sono rimaste invariate rispetto allo scorso esercizio.

IMMOBILIZZAZIONI MATERIALI

Sono iscritte al costo di acquisto effettivamente sostenuto per l'acquisizione o la produzione del bene e sono rilevate alla data in cui avviene il trasferimento dei rischi e dei benefici, che coincide normalmente con il trasferimento del titolo di proprietà. Tale costo comprende il costo d'acquisto, i costi accessori d'acquisto e tutti i costi sostenuti per portare il cespite nel luogo e nelle condizioni necessarie affinché costituisca un bene duraturo per il Consorzio. Il costo di produzione comprende i costi diretti (materiale e mano d'opera diretta, costi di progettazione, forniture esterne, ecc.) e i costi generali di produzione, per la quota ragionevolmente imputabile al cespite per il periodo della sua fabbricazione fino al momento in cui il cespite è pronto per l'uso.

Le immobilizzazioni materiali, la cui utilizzazione è limitata nel tempo, sono sistematicamente ammortizzate in ogni esercizio in relazione alla loro residua possibilità di utilizzazione. L'ammortamento decorre dal momento in cui l'immobilizzazione è disponibile e pronta per l'uso. La quota di ammortamento imputata a ciascun esercizio si riferisce alla ripartizione del costo sostenuto sull'intera durata di utilizzazione stimata.

Il valore iniziale da ammortizzare, stimato nel momento della redazione del piano di ammortamento, viene rivisto periodicamente al fine di verificare che la stima iniziale sia ancora valida. Il valore viene considerato al netto dei presumibili costi di rimozione; se il costo di rimozione eccede il prezzo di realizzo, l'eccedenza è accantonata lungo la vita utile del cespite iscrivendo, pro quota, un fondo di ripristino e bonifica o altro fondo analogo.

Non si tiene conto del valore di realizzo quando lo stesso è ritenuto esiguo rispetto al valore da ammortizzare.

Se l'immobilizzazione materiale comprende componenti, pertinenze o accessori, aventi vite utili di durata diversa dal cespite principale, l'ammortamento di tali componenti viene calcolato separatamente dal cespite principale, salvo il caso in cui ciò non sia significativo o praticabile.

I valori dei fabbricati e dei terreni sono stati rivalutati in base alla legge n. 2 del 28 gennaio 2009 di conversione del Decreto Legge n. 185 del 29 novembre 2008 (decreto anti-crisi) e limitatamente ai soli fabbricati in base alla legge n. 126 del 13 ottobre 2020 di conversione del decreto legge n. 104 del 14 agosto 2020 (decreto agosto). Non sono state effettuate rivalutazioni discrezionali o volontarie e le valutazioni effettuate trovano il loro limite massimo nel valore d'uso, oggettivamente determinato, dell'immobilizzazione stessa, comunque non superiore al valore di mercato.

L'ammortamento delle Immobilizzazioni Materiali è calcolato in base all'effettivo deperimento economico-tecnico dei beni. Anche i cespiti temporaneamente non utilizzati sono soggetti ad

ammortamento. Gli ammortamenti sono stati computati applicando le aliquote riportate nella seguente tabella, invariate rispetto allo scorso esercizio.

Cespiti	Aliquota %
Fabbricati Desenzano del Garda	2,7
Macchinari e strumenti per marcatura	15
Strumenti ed attrezzature	20
Mongolfiere e palloni aerostati promozionali	25
Forme pubblicitarie in vetroresina	25
Forme giganti Grana Padano 3000	25
Pennoni in vetro-resina	25
Mobili d'ufficio	12
Macchine d'ufficio	12
Macchine d'ufficio elettroniche	20
Strutture prefabbricate Allestimento stands	20
Automezzi	25
Carrelli	25
Impianti di comunicazione	25-15
Impianti FICO	16
Attrezzature FICO	20
Impianti vigneto	10
Barbatelle vigneto	5
Beni di importo minimo	100

I costi di manutenzione aventi natura ordinaria sono addebitati integralmente al Conto Economico nell'esercizio in cui sono sostenuti. I costi di manutenzione aventi natura incrementativa sono attribuiti ai cespiti a cui si riferiscono e nei limiti del valore recuperabile del bene ed ammortizzati in modo unitario avendo riguardo al nuovo valore contabile del cespite, tenuto conto della sua residua vita utile.

Le immobilizzazioni tecniche acquisite ed entrate in funzione nel corso dell'esercizio, sono state ammortizzate con le aliquote di cui sopra ridotte al 50%, in quanto ben rappresentativa della reale utilizzazione dei beni.

I beni di valore minimo (inferiore ai 516 EUR) acquistati nell'esercizio sono stati ammortizzati integralmente nell'esercizio di acquisizione.

Nel corso dell'esercizio 2023 si è proceduto alla svalutazione integrale del valore residuo del caseificio dimostrativo impiantato presso FICO – Bologna, in seguito alla decisione di interrompere la presenza del Consorzio nel parco tematico; nessuna delle altre immobilizzazioni materiali e immateriali esposte in bilancio è stata sottoposta a svalutazione, in quanto non si sono ravvisati segni di perdite durevoli di valore ed i valori esposti si ritengono rappresentativi del valore d'uso o del valore di realizzo.

IMMOBILIZZAZIONI FINANZIARIE

Le Partecipazioni sono iscritte tra le Immobilizzazioni finanziarie se destinate ad una permanenza durevole nel portafoglio del Consorzio, altrimenti vengono rilevate nell'Attivo circolante. Figurano iscritte in bilancio al loro costo storico di acquisizione, eventualmente rettificato per perdite durevoli di valore.

RIMANENZE

Le rimanenze sono state valorizzate al minore tra costo e mercato, applicando il metodo del FIFO.

CREDITI

I crediti iscritti in bilancio sono classificati secondo le indicazioni del Codice Civile. I crediti sono iscritti al loro valore nominale, rettificato dal fondo svalutazione crediti per adeguarli al presunto valore realizzo.

I crediti per i quali sia stata verificata l'irrilevanza dell'applicazione del metodo del costo ammortizzato e/o dell'attualizzazione ai fini di una rappresentazione veritiera e corretta della situazione patrimoniale ed economica societaria, è stata mantenuta l'iscrizione secondo il presumibile valore di realizzo. Tale evenienza si è verificata ad esempio in presenza di crediti con scadenza inferiore ai dodici mesi o, in riferimento al criterio del costo ammortizzato, nel caso in cui i costi di transazione, le commissioni e ogni altra differenza tra valore iniziale e valore a scadenza, sono di scarso rilievo o, ancora, nel caso di attualizzazione, in presenza di un tasso di interesse desumibile dalle condizioni contrattuali non significativamente diverso dal tasso di interesse di mercato.

FONDO SVALUTAZIONE CREDITI

Il fondo svalutazione su crediti è stato calcolato in misura ritenuta congrua rispetto alla inesigibilità dei crediti stimata alla data di redazione del bilancio.

DISPONIBILITÀ LIQUIDE

Le disponibilità liquide rilevano i saldi di fine esercizio dei depositi bancari, del denaro e valori di cassa e sono valutate a valore nominale.

RATEI E RISCOINTI

I ratei e risconti, siano essi attivi o passivi, riflettono ricavi, proventi, costi ed oneri attribuiti ad un arco temporale che può interessare più esercizi consecutivi, nel rispetto del principio di competenza.

FONDI PER RISCHI ED ONERI

I Fondi per Rischi ed Oneri accolgono gli eventuali stanziamenti atti a fronteggiare oneri e perdite di natura determinata, di esistenza certa o probabile e non correlabili a specifiche voci dell'attivo, per i quali la data di effettiva manifestazione o l'ammontare non sono determinabili in base agli elementi attualmente a disposizione.

FONDO TRATTAMENTO FINE RAPPORTO

L'ammontare del fondo è adeguato alle effettive indennità maturate e di competenza del personale dipendente a tutto il 31 dicembre 2023, in osservanza a quanto disposto dalle Leggi e dai vigenti contratti collettivi di lavoro.

DEBITI

I debiti iscritti in bilancio sono classificati secondo le previsioni del Codice Civile. I debiti sono iscritti nel passivo dello stato patrimoniale al loro valore nominale. I debiti per i quali sia stata verificata l'irrilevanza dell'applicazione del metodo del costo ammortizzato e/o dell'attualizzazione, ai fini di una rappresentazione veritiera e corretta della situazione patrimoniale ed economica societaria, è stata mantenuta l'iscrizione secondo il valore nominale. Tale evenienza si è verificata ad esempio in presenza di debiti con scadenza inferiore ai dodici mesi o, in riferimento al criterio del costo ammortizzato, nel caso in cui i costi di transazione, le commissioni e ogni altra differenza tra valore iniziale e valore a scadenza sono di scarso rilievo o, ancora, nel caso di attualizzazione, in presenza di un tasso di interesse desumibile dalle condizioni contrattuali non significativamente diverso dal tasso di interesse di mercato.

DEBITI TRIBUTARI

I Debiti Tributarî rappresentano i debiti del Consorzio verso l'erario sorti per imposte sul reddito o in conseguenza all'operare del Consorzio in qualità di sostituto di imposta.

PATRIMONI E FINANZIAMENTI DESTINATI A SPECIFICI AFFARI

Non sussistono patrimoni destinati ad uno specifico affare.

STRUMENTI FINANZIARI DERIVATI

Il Consorzio non ha effettuato alcuna operazione con strumenti finanziari derivati.

OPERAZIONI IN VALUTA ESTERA

I crediti ed i debiti in valuta estera sono contabilizzati al cambio corrente del giorno di effettuazione dell'operazione. I relativi utili o perdite su cambi sono accreditati o addebitati a conto economico il giorno dell'incasso o del pagamento; a fine esercizio, i crediti ed i debiti originariamente espressi in valuta estera vengono valutati al cambio a pronti: gli utili e le perdite da ciò derivanti vengono imputati a conto economico.

Non si sono verificate, successivamente alla chiusura dell'esercizio, variazioni nei cambi valutari tali da ingenerare effetti significativi sulle attività e passività in valuta.

CONTRIBUTI CONSORTILI

I contributi consortili si riferiscono alle quote versate dagli associati nelle modalità previste dallo Statuto e dalle delibere del Consiglio di Amministrazione e dell'Assemblea. I contributi consortili sono iscritti in bilancio secondo il criterio della competenza.

CONTRIBUTI DA ENTI PUBBLICI

I contributi da Enti Pubblici sono iscritti in bilancio secondo il criterio della competenza in base alla delibera di concessione. I contributi in conto esercizio sono imputati integralmente a Conto Economico mentre i contributi in conto impianti sono riscontati per ripartirne il beneficio lungo il periodo di ammortamento del bene cui si riferiscono.

COSTI PER ACQUISTI

I costi per acquisti sono imputati sulla base del principio di competenza economica, indipendentemente dalla manifestazione monetaria.

IMPOSTE

Le imposte sul reddito sono calcolate sulla base della previsione dell'onere di imposta di pertinenza dell'esercizio determinato in relazione alle norme tributarie in vigore.

Non esistono differenze temporanee tassabili in futuro la cui sussistenza avrebbe comportato l'iscrizione di imposte differite passive mediante l'imputazione delle stesse ad apposito fondo del passivo.

Non sono rilevate le imposte sui fondi svalutazioni crediti passati in quanto, nel rispetto del principio della prudenza, non vi è la ragionevole certezza del loro futuro recupero secondo il criterio indicato nell'OIC 25.

AMMONTARE DEI CREDITI E DEI DEBITI RELATIVI AD OPERAZIONI CHE PREVEDONO L'OBBLIGO PER L'ACQUIRENTE DI RETROCESSIONE A TERMINE

Al termine dell'esercizio non sono iscritti in Bilancio crediti e debiti relativi ad operazioni che prevedono l'obbligo per l'acquirente di retrocessione a termine.

CAMBIAMENTO DI PRINCIPI CONTABILI

Il cambiamento di un principio contabile è rilevato nell'esercizio in cui viene adottato ed i relativi fatti ed operazioni sono trattati in conformità al nuovo principio che viene applicato considerando gli effetti retroattivamente. Ciò comporta la rilevazione contabile di tali effetti sul saldo d'apertura del patrimonio netto dell'esercizio.

Ai soli fini comparativi, quando fattibile o non eccessivamente oneroso, viene rettificato il saldo d'apertura del patrimonio netto dell'esercizio precedente ed i dati comparativi dell'esercizio precedente come se il nuovo principio contabile fosse sempre stato applicato. Quando non è fattibile calcolare l'effetto cumulato pregresso del cambiamento di principio o la determinazione dell'effetto pregresso risulti eccessivamente onerosa, il Consorzio applica il nuovo principio contabile a partire dalla prima data in cui ciò risulti fattibile. Quando tale data coincide con l'inizio dell'esercizio in corso, il nuovo principio contabile è applicato prospetticamente.

Gli effetti derivanti dall'adozione dei nuovi principi sullo Stato Patrimoniale, Conto Economico e Rendiconto Finanziario, laddove esistenti, sono stati evidenziati e commentati nella presente Nota Integrativa in corrispondenza delle note illustrative relative alle voci di bilancio interessate in modo specifico.

* * * * *

COMMENTO ALLA PRINCIPALI VOCI DELL'ATTIVO PATRIMONIALE

IMMOBILIZZAZIONI

B-I – IMMOBILIZZAZIONI IMMATERIALI

	Saldo al 31/12/2022	Movimenti dell'Esercizio				Saldo al 31/12/2023
		Incrementi	Ammortamenti	Riclassifiche	Decrementi	
1) Costi d'Impianto e ampliamento	0	3.940	(950)	324		3.314
3) Diritti di brevetto indust., utilizz. opere ingegno	6.892	0	(1.842)	(324)		4.726
4) Concessioni, licenze, marchi e diritti simili	716.761	111.125	(138.070)			689.816
7) Altre immobilizzazioni immateriali	0	4.997	(625)			4.372
Totale Immobilizzazioni Immateriali	723.653	120.062	(141.487)	0	0	702.228

Le immobilizzazioni immateriali ammontano complessivamente ad EUR 702.228. Nei «Costi di impianto ed ampliamento» sono state computate le spese per le modifiche dello Statuto consortile, precedentemente classificate in altra voce. L'incremento della voce «Concessione di licenze, marchi e diritti simili» è dovuto agli oneri di rinnovo dei marchi in diversi paesi. La voce «Altre immobilizzazioni immateriali» accoglie gli oneri sostenuti per miglorie su beni di terzi.

B-II – IMMOBILIZZAZIONI MATERIALI

Il costo storico di alcune Immobilizzazioni Materiali è stato oggetto di rivalutazione nel corso degli anni. Nell'esercizio 2008 è stata effettuata, col parere favorevole del Collegio Sindacale, la rivalutazione dei beni ex art. 15, comma 16, D.L. 185/08 (convertito nella Legge n. 2/2009) che ha interessato la categoria dei fabbricati e dei terreni non edificabili, avendo riguardo alla effettiva possibilità di utilizzazione economica ed al valore corrente di ciascuna porzione di fabbricato. Il metodo seguito per la rivalutazione è stato quello dell'incremento del costo storico unitamente alla riduzione del fondo di ammortamento. La rivalutazione è avvenuta anche ai fini fiscali, contabilizzando l'imposta sostitutiva a riduzione della riserva.

Rivalutazione Legge n. 2/2009

Cespiti	Costo storico	Fondo ammortamento ante rivalutazione	Valore netto ante rivalutazione	Rivalutazione Lex 2 del 28/01/2009	Importo rivalutato netto
Fabbricati	4.136.154	(1.219.633)	2.916.521	5.574.059	8.490.580
Terreno	25.823		25.823	267.807	293.630
	4.161.977	(1.219.633)	2.942.344	5.841.866	€ 8.784.210

Nell'esercizio 2020 è stata effettuata, col parere favorevole del Collegio Sindacale, la rivalutazione dei beni ex art. 110 commi 1-7, della legge 13 ottobre 2020 n. 126 di conversione con modificazioni del D.L. 14 agosto 2020 n. 104 che ha interessato la categoria dei fabbricati, avendo riguardo alla effettiva possibilità di utilizzazione economica ed al valore corrente di ciascuna porzione di fabbricato. Il metodo seguito per la rivalutazione è stato quello dell'incremento del costo storico lasciando inalterata la vita utile residua.

Si è proceduto a dare riconoscimento fiscale alla rivalutazione pagando l'imposta sostitutiva del 3% il cui ammontare è stato contabilizzato a riduzione della riserva.

Rivalutazione Legge n. 126/2020

Cespiti	Costo storico	Rivalutazione ex L. 2/2009	Fondo. Amm.to	Valore netto ante rivalutazione	Rivalutazione ex L. 126/2020	Importo rivalutato netto
Fabbricati	2.973.987	5.574.059	(2.775.064)	5.772.982	2.000.000	7.772.982
	2.973.987	5.574.059	(2.775.064)	5.772.982	2.000.000	7.772.982

La rivalutazione dei cespiti è stata ispirata a criteri di assoluta prudenza e tenuto conto anche della congiuntura del mercato immobiliare e supportati da una perizia giurata di un professionista del ramo. Il Prospetto seguente riporta sinteticamente le operazioni di rivalutazione dei beni consortili effettuate nel corso degli anni.

Prospetto riepilogativo delle Rivalutazione

Cespiti	Rivalutazione ex L. 2/2009	Rivalutazione ex L. 126/2020	Totale rivalutazioni
Fabbricati	5.574.059	2.000.000	7.574.059
Terreno	267.807		267.807
	5.841.866	2.000.000	7.841.866

Immobilizzazioni Materiali

	Saldo al 31/12/2022	Movimenti dell'Esercizio				Saldo al 31/12/2023
		Incrementi	Ammortamenti	Riclassifiche	Decrementi	
Terreni e Fabbricati	10.841.676					10.841.676
Ammortamento Terreni e Fabbricati	(3.332.023)		(278.479)			(3.610.502)
1) Terreni e Fabbricati	7.509.653	0	(278.479)	0	0	7.231.174
Impianti e Macchinario	2.201.893	7.855		193.894	(21.687)	2.381.955
Ammortamento Impianti e Macchinario	(1.854.782)		(131.223)	(193.894)		(2.179.899)
2) Impianti e Macchinario	347.111	7.855	(131.223)	0	0	202.056
Altri Beni	3.273.438	282.531		(193.894)	(505.401)	2.856.674
Ammortamento Altri Beni	(2.702.764)		(236.554)	193.893	443.781	(2.301.643)
4) Altri Beni	570.674	282.531	(236.554)	0	(61.620)	555.031
Beni di importo minimo	9.596	22.827			(9.596)	22.827
Ammortamento Beni di importo minimo	(9.596)		(22.827)		9.596	(22.827)
Beni di importo minimo	0	22.827	(22.827)	0	0	0
Totale Immobilizzazioni Materiali	8.427.438	313.213	(669.083)	0	(83.307)	7.988.261

Il Costo storico rivalutato delle immobilizzazioni materiali al termine dell'esercizio ammonta complessivamente ad EUR 16.103.131, con un decremento netto rispetto al precedente esercizio di 223.475 EUR.

La voce «Impianto e Macchinari» si è incrementata nel corso dell'esercizio di EUR 7.855 per l'acquisto di materiale per la marchiatura e sistemi di rilevamento presenze. Le riclassifiche si riferiscono a macchinari per la marchiatura in precedenza classificati tra gli «Altri beni». La decisione di cessare la presenza di Grana Padano presso il parco tematico FICO di Bologna ha comportato la necessità di svalutare il valore residuo degli impianti ivi installati, in attesa dello smantellamento per EUR 21.687.

Gli «Altri Beni» si sono incrementati di EUR 282.531 prevalentemente per l'acquisto di nuovi automezzi aziendali (EUR 257.709), mobili e arredi d'ufficio (EUR 13.097) e per la restante parte per l'acquisto di attrezzature informatiche e altri beni. I Decrementi della voce «Altri Beni» sono imputabili alla cessione di autoveicoli aziendali (EUR 190.452), attrezzature promozionali ed informatiche.

I fondi ammortamento al 31.12.2023 ammontano a EUR 8.114.871 e si ritengono adeguati all'effettivo deperimento dei cespiti ai quali si riferiscono, rettificando correttamente le poste attive di bilancio.

Il Consorzio non risulta in possesso di beni in virtù di contratti di locazione finanziaria.

B-III – IMMOBILIZZAZIONI FINANZIARIE

Le Immobilizzazioni Finanziarie sono costituite esclusivamente da partecipazioni in società, fondazioni ed associazioni come dettagliato nella tabella in calce. Le partecipazioni consortili non comportano rischi economico finanziari a carico del Consorzio.

Nel corso dell'esercizio 2022 non vi sono state variazioni nel valore delle Immobilizzazioni Finanziarie.

Società / Ente / Associazione	Sede Legale	Valore della partecipazione
Associazione Formaggi Italiani DOP e IGP	Roma, via De' Gigli d'Oro n. 21	4.207
Mantova Expo Srl in liquidazione	Mantova, Via Calvi n. 28	1.549
La Faggiola srl	Podenzano (PC), Loc. Gariga n. 15/A	13.500
Associazione italiana consorzi con indicazioni geografiche	Roma, Via XX Settembre n. 98/G	3.000
GAL Oglio Po soc. cons. a r.l.	Calvatone (CR) Piazza Donatore del sangue n. 17	3.000
Centro di Formazione, Sperimentazione e Innovazione "Vittorio Tadini" s.c. a r.l.	Podenzano (PC), Loc. Vignazza, 15. Gariga	1.500
Fondazione Istituto Tecnico Superiore per l'Agroalimentare Sostenibile – Territorio Mantova	Mantova, via dei Toscani, 3	3.000
Totale Partecipazioni		29.756

ATTIVO CIRCOLANTE

C-I – RIMANENZE

Le rimanenze al 31 dicembre 2023 ammontano ad EUR 383.352, di cui EUR 14.070 di materiale per marcatura (nuove fascere) ed EUR 369.283 di materiale pubblicitario. Il significativo calo del valore del materiale per marcatura è anche imputabile ad una diversa modalità di valorizzazione delle fascere concesse in comodato ai caseifici produttori che, a partire dal 1 gennaio 2023, vengono integralmente svalutate al momento che vengono consegnate ai caseifici e poste in uso, in quanto si ritiene che da quel momento, per il Consorzio, il valore non sia più recuperabile.

	Saldo al 31/12/2022	Saldo al 31/12/2023	Variazioni
Materiale per marcatura	138.171	14.300	(123.871)
Materiale pubblicitario	443.207	369.283	(73.924)
Totale Rimanenze	581.378	383.583	(197.795)

C- II 1 – CREDITI

I «Crediti verso clienti» sono esposti al netto del Fondo Svalutazione Crediti che nel corso dell'esercizio ha presentato la movimentazione sotto esposta ed è da ritenersi congruo ed adeguato a coprire eventuali perdite su crediti:

	Saldo al 31/12/2022	Accantonamenti	Utilizzi	Saldo al 31/12/2023
Fondo Svalutazione Crediti	1.605.121	112.172	(16.777)	1.700.516

L'ammontare complessivo dei «crediti verso clienti», rettificato dal fondo svalutazione crediti, è di EUR 20.738.947 in contrazione di 1,7 milioni rispetto al 31 dicembre 2022. La quota scadente oltre i 12 mesi ammonta ad EUR 1.001.928, in riduzione di EUR 608.804 rispetto al precedente esercizio ed è costituita da crediti oggetto di specifici piani di rientro approvati dal Consiglio di Amministrazione ed il cui rimborso è regolare. I crediti rappresentati da Ricevute Bancarie presentate all'incasso con scadenza 31 dicembre 2023 e 31 gennaio 2024 sono risultati onorati nella misura del 96,2%.

	Saldo al 31/12/2022	Saldo al 31/12/2023	Variazioni
Crediti verso Clienti (Entro 12 Mesi)	21.451.218	19.737.019	(1.714.199)
<i>di cui: Presentati all'incasso</i>	21.114.477	12.883.158	(8.231.319)
Crediti verso Clienti (Oltre 12 Mesi)	1.610.732	1.001.928	(608.804)
Totale Crediti verso Clienti	23.061.950	20.738.947	(2.232.003)

C- II 5BIS– CREDITI TRIBUTARI

Nella tabella seguente è riportato il dettaglio dei «Crediti Tributari» al 31 dicembre 2023 e al termine del precedente esercizio.

	Saldo al 31/12/2022	Saldo al 31/12/2023	Variazioni
Crediti Tributari Entro 12 mesi	1.236.567	1.406.213	169.645
<i>Credito IVA</i>	1.182.686	1.256.588	73.902
<i>Credito d'Imposta "Art Bonus"</i>	30.333	138.667	108.334
<i>Credito d'Imposta beni strumentali (L. 160/19 e 178/20)</i>	14.789	7.284	(7.504)
<i>Cr. Imp. Energia Elettrica 2020</i>	8.760		8.760
<i>Credito IVA verso falliti</i>		3.673	3.673
Crediti Tributari Oltre 12 mesi	67.190	103.239	36.049
<i>Credito d'Imposta "Art Bonus"</i>	47.667	91.000	43.333
<i>Credito d'Imposta beni strumentali (L. 160/19 e 178/20)</i>	19.523	12.239	(7.284)
Totale Crediti verso Clienti	1.303.757	1.509.452	205.694

I crediti "Art Bonus" al 31 dicembre 2023 si originano: dai contributi erogati tra il 2021 e il 2023 alla Fondazione Arena per l'intervento "67 colonne per l'Arena di Verona"; dal contributo erogato al Festival Pianistico Internazionale di Brescia e Bergamo e dal contributo del 2023 per il restauro della Torre del secolo XVI all'ingresso Abbazia di Santa Maria di Chiaravalle Milanese.

C- II 5TER– IMPOSTE ANTICIPATE

Non sono rilevate le imposte sui fondi svalutazioni crediti e accantonamenti in quanto, nel rispetto del principio della prudenza, non vi è la ragionevole certezza del loro futuro recupero secondo il criterio indicato nell'OIC 25.

C- II 5QUATER– ALTRI CREDITI

	Saldo al 31/12/2022	Saldo al 31/12/2023	Variazioni
Crediti Verso Enti Pubblici	647.980	535.365	(112.616)
Altri Crediti	313.642	215.071	(98.570)
Totale Altri Crediti	961.622	750.436	(211.186)

Il totale dei crediti verso Enti pubblici, a fine esercizio, è di EUR 535.365, di cui:

- EUR 28.000 Regione Emilia-Romagna PSR 2014-2020 - Mis. 3. - Operazione 3.2. Contributo in conto esercizio relativo al progetto di Promozione e Informazione da gruppi di produttori sui mercati interni.
- EUR 175.000 Regione Veneto D.G.R. 1687 del 29.11.2021, misura 3.2.1 – Progetto Singolo. Contributo in conto esercizio relativo al progetto di informazione e promozione sui regimi di qualità dei prodotti agricoli e alimentari.
- EUR 247.047 Reg. UE 1144/2014 e Reg. UE della Commissione n. 1829/2015 del 23 aprile 2015 Atto Delegato e n. 1831/2015 del 07 ottobre 2015 Atto Esecutivo. Contributo in conto esercizio per azioni di informazione e di promozione concernenti i prodotti agricoli realizzate sul mercato interno e nei paesi terzi – contratto N. 101015628 – EU TASTE EXCELLENCE.
- Rispettivamente EUR 26.327 e 58.990 per finanziamenti MASAF approvati con decreti D.M. 0240397 e D.M. 0301797.

Gli «Altri Crediti», ammontanti al 31 dicembre 2023 ad EUR 215.071, sono composti da anticipi a fornitori per EUR 199.201; EUR 11.886 per depositi cauzionali e la restante parte per altri crediti minori.

C- IV– DISPONIBILITÀ LIQUIDE

L'ammontare complessivo di EUR 8.261.238 è composto da EUR 8.259.516 di saldi attivi di conto corrente bancario tutti debitamente riconciliati con i relativi estratti ed EUR 1.864 di cassa contanti e valori diversi. Tra i saldi di conto corrente bancario sono inclusi EUR 3.800.000 di investimenti di liquidità su depositi vincolati ma immediatamente smobilizzabili in caso di necessità con la rinuncia della remunerazione.

	Saldo al 31/12/2022	Saldo al 31/12/2023	Variazioni
Conti correnti bancari e postali	3.805.484	8.259.374	4.453.890
Cassa	5.544	1.864	(3.680)
Totale Disponibilità Liquide	3.811.028	8.261.238	4.450.210

RATEI E RISCONTI

D- RATEI E RISCONTI ATTIVI

	Saldo al 31/12/2022	Saldo al 31/12/2023	Variazioni
Ratei Attivi	0		0
Risconti Attivi	759.576	1.077.298	317.722
Totale Ratei e Risconti Attivi	759.576	1.077.298	317.722

I «Risconti Attivi» rilevati al termine dell'esercizio 2023 si riferiscono a quote di costi di pubblicità (specie per diritti musicali e di immagine) e di assicurazioni di competenza del prossimo esercizio, la cui manifestazione numeraria è avvenuta nel presente esercizio.

COMMENTO ALLA PRINCIPALI VOCI DEL PASSIVO PATRIMONIALE

PATRIMONIO NETTO

Il Patrimonio Netto si è incrementato di EUR 56.670 rispetto all'esercizio precedente per effetto del risultato economico dell'Esercizio 2023.

	Saldo al	Variazioni 2022		Saldo al	Variazioni 2023		Saldo al
	31/12/2021	Incrementi	Diminuzioni	31/12/2022	Incrementi	Diminuzioni	31/12/2023
I. Fondo consortile	3.872.679	18.678		3.891.357	9.807		3.901.164
III. Riserve da rivalutazione	6.161.329			6.161.329			6.161.329
<i>Riserva ex Legge 2/2009</i>	4.221.329			4.221.329			4.221.329
<i>Riserva ex Legge 126/2020</i>	1.940.000			1.940.000			1.940.000
IX. Utile (perdita) dell'esercizio	18.678	9.807	(18.678)	9.807	56.670	(9.807)	56.670
Totale Patrimonio Netto	10.052.686	28.485	(18.678)	10.062.493	66.477	(9.807)	10.119.163

Il «Fondo Consortile» si incrementa di EUR 9.807 per la destinazione del risultato dell'Esercizio 2022.

La «Riserva ex Legge 2/2009» accoglie i valori di rivalutazione effettuata nel 2009 al netto dell'Imposta sostitutiva di euro 157.396. La «Riserva ex Legge 2/2009» è stata utilizzata per la copertura della perdita dell'esercizio 2005 pari ad euro 1.463.141. La «Riserva ex Legge 126/2020» accoglie i valori di rivalutazione effettuata nell'esercizio 2020 al netto della imposta sostitutiva di EUR 60.000.

La composizione del patrimonio netto, nonché l'origine, la possibilità di utilizzo e la distribuibilità delle singole voci che lo costituiscono, sono illustrate nel seguente prospetto ai sensi del numero 7-bis dell'art. 2427, C.C. e nel rispetto delle precisazioni fornite dai principi contabili OIC.

	Importo	Origine / natura	Possibilità di utilizzazione	Quota disponibile	Utilizzi degli ultimi 3 esercizi	
					per copertura perdite	per altre ragioni
Fondo consortile	3.901.163	Apporti dei soci/utili esercizio	B		0	0
Riserve di rivalutazione	6.161.329	Legge n. 2/2009 Legge 126/2020	B	6.161.329	0	0
Totale	10.062.492			6.161.329	0	0
Quota non distribuibile				6.161.329		
Residua quota distribuibile				0		

Legenda:

- A: per aumento di capitale
- B: per copertura perdite
- C: per distribuzione ai soci
- D: per altri vincoli statutari
- E: altro

Si precisa che per tutta la durata del Consorzio i Consorziati non possono chiedere la divisione del Fondo Consortile e i Creditori particolari dei Consorziati non possono far valere i loro diritti sul fondo medesimo. Negli ultimi esercizi non si è mai proceduto ad alcuna utilizzazione.

FONDI RISCHI ED ONERI

All'inizio dell'esercizio 2023 risultavano accantonati a Fondo Rischi euro 490.000. Euro 387.892 riguardano la causa Brazzale che, con sentenza del 25 maggio 2022 del Tribunale di Venezia, veniva risolta a favore del Consorzio con diritto a risarcimento; tuttavia quanto ricevuto in pagamento nel luglio 2022 fu accantonato a Fondo Rischi in quanto la società convenuta ha presentato appello contro la sentenza. Infine, a titolo prudenziale, si era provveduto a stanziare a Fondo Rischi una somma di EUR 102.108 a copertura del possibile rischio di essere condannati a rifondere spese legali nei procedimenti civili e legali promossi dal Consorzio contro l'Associazione "Essere Animali" in seguito alla diffusione di alcuni video diffamatori nei confronti dei produttori di latte destinato a Grana Padano. Con la medesima logica prudenziale sono stati accantonati nel corso del 2023 euro 50.000 inerenti la causa verso Caseificio Fiandino S.r.l. per l'utilizzo improprio della denominazione "Gran Riserva".

	Saldo al 31/12/2022	Variazioni 2023		Saldo al 31/12/2023
		Accantonamenti	Utilizzi/Rilasci	
Fondi rischi	490.000	50.000		540.000
Brazzale S.p.A.	387.892			387.892
Benessere Animale	102.108			102.108
Gran Riserva		50.000		50.000
Fondi Oneri		1.050.000		1.050.000
Smantellamento caseificio FICO		200.000		200.000
Rifacimento coperture edifici		850.000		850.000
Totale Fondi Rischi ed Oneri	490.000	1.100.000	0	1.590.000

Nel corso del 2023 il Consorzio ha deciso di interrompere la propria presenza presso FICO di Bologna. Ciò comporterà lo smantellamento del caseificio ivi impiantato e la bonifica del sito, il cui costo è stato prudentemente stimato in euro 200.000. Nel mese di luglio 2023 il territorio di Desenzano del Garda è stato investito da una eccezionale e devastante grandinata. I danni per il Consorzio sono ingentissimi: tutte le coperture degli edifici consortili sono state devastate e dovranno essere sostituite, così come parte degli arredi e delle tecnologie esterne. Non è ancora definito l'onere a carico del Consorzio per il ripristino dei danni: la stima prudenziale ha comportato un accantonamento a fondo oneri di una cifra pari ad euro 850.000. Si rammenta che la copertura più estesa, quella dell'Edificio "B", era stata sostituita nel settembre 2022.

TRATTAMENTO FINE RAPPORTO LAVORO SUBORDINATO (TFR)

Il «Fondo di trattamento di fine rapporto» corrisponde all'ammontare delle indennità maturate dal personale dipendente alla fine dell'esercizio ed è pari a EUR 2.107.206. Il prospetto in calce dà evidenza delle movimentazioni del Fondo nel corso dell'Esercizio.

	Saldo al 31/12/2022	Variazioni 2023		Saldo al 31/12/2023
		Accantonamenti	Utilizzi	
Trattamento Fine rapporto Lav. Sub.	1.979.371	223.553	(95.718)	2.107.206

Il costo per il TFR differisce dal valore accantonato per l'imposta sostitutiva sulla rivalutazione.

Il personale, al 31 dicembre 2023, era composto da 68 unità, di cui n. 63 a tempo indeterminato, n. 5 a tempo determinato.

DEBITI

Tutti i debiti esposti in Bilancio presentano scadenze entro i 5 anni.

D 4) DEBITI VERSO BANCHE

Al termine dell'esercizio 2023 il Consorzio non presentava esposizione verso il sistema bancario, se non per il saldo al 31 dicembre 2023 delle carte di credito in uso ai dipendenti ed agli uffici amministrativi ed acquisti per le forniture gestite *on-line*. L'incremento del 2023 si deve alla decisione di effettuare alcuni pagamenti (in particolare di servizi digitali) tramite questo

strumento. Nei precedenti esercizi i debiti per i saldi delle carte di credito bancarie erano esposti tra gli «Altri debiti».

	Saldo al 31/12/2022	Saldo al 31/12/2023	Variazioni
Debiti per saldo carte credito	13.511	81.619	68.108

D 6) ACCONTI

Gli acconti percepiti sono sostanzialmente riferibili al programma di promozione EU TASTE EXCELLENCE realizzato con A.SCO.VI.LO e che si concluderà nel 2024.

	Saldo al 31/12/2022	Saldo al 31/12/2023	Variazioni
Acconti	206.394	206.394	(50)

D 7) DEBITI VERSO FORNITORI

	Saldo al 31/12/2022	Saldo al 31/12/2023	Variazioni
Debiti verso Fornitori	25.605.241	25.974.569	(369.328)

I «Debiti verso Fornitori» al termine dell'esercizio ammontano ad EUR 25.974.569, senza variazioni di rilievo rispetto al precedente esercizio. Tutti i debiti verso fornitori hanno scadenza entro i 12 mesi.

D 12) DEBITI TRIBUTARI

Il saldo dei «Debiti Tributarî» al termine dell'esercizio ammonta ad EUR 280.100, in contrazione di euro 333.413 rispetto al 31 dicembre 2022. La tabella seguente fornisce un dettaglio dei «Debiti Tributarî» esposti a bilancio.

Il «Debito Imposta Sostitutiva» esistente ad inizio 2023 era inerente la legge di rivalutazione 126/2022. Tra i «Debiti Tributarî Diversi» sono ricompresi l'Imposta Sostitutiva sulla rivalutazione del TFR e le ritenute d'acconto «accertate» sulla base degli stanziamenti a «Fatture da ricevere» di professionisti.

	Saldo al 31/12/2022	Saldo al 31/12/2023	Variazioni
Debito IRES	119.062	20.453	(98.609)
Debito IRAP	24.755	27.401	2.646
Debiti Imposta Sostitutiva Entro 12 Mesi	20.000	0	(20.000)
Ritenute Redditi Da Lavoro Dipendente	341.494	196.421	(145.073)
Ritenute Redditi Da Lavoro Autonomo	75.598	18.430	(57.168)
Debiti Tributari Diversi	32.604	17.396	(15.208)
Totale Debiti Tributari	613.513	280.100	(333.413)

D 13) DEBITI VERSO ENTI PREVIDENZIALI

Il saldo dei «Debiti Verso Enti Previdenziali» al termine dell'esercizio ammonta ad EUR 295.594, in riduzione di EUR. 31.702 rispetto al precedente esercizio.

	Saldo al 31/12/2022	Saldo al 31/12/2023	Variazioni
Debiti verso INPS per contributi	190.051	146.617	(43.434)
Debiti verso Previdai Dirigenti	22.717	6.375	(16.342)
Debiti verso INAIL Impiegati/Dirigenti		1.113	1.113
Debiti V/Inps L. 335/95	51.219	47.652	(3.567)
Contr./Ritenute Inail			0
Debiti Prev./Sicur. per ferie non godute e mens. Suppl.	58.708	84.326	25.618
Fondo Ass. Sanitaria Alimentaristi		29	29
Debiti Vs. Fondo Previdenza Complementare	4.601	9.483	4.882
Totale Debiti verso Enti Previdenziali	327.296	295.594	(31.702)

D 14) DEBITI VERSO ALTRI

I «Debiti verso dipendenti» afferiscono a quote della mensilità di dicembre che è stata liquidata ad inizio gennaio e ferie, permessi e quote di mensilità supplementari maturati e non liquidati. I «Debiti verso amministratori» riguardano i compensi liquidati ad inizio gennaio.

	Saldo al 31/12/2022	Saldo al 31/12/2023	Variazioni
Debiti verso dipendenti	211.153	501.840	290.687
Debiti verso amministratori		64.051	64.051
Altri debiti	1.837	79.650	77.813
Totale Altri Debiti	212.990	645.542	432.552

RATEI E RISCONTI

	Saldo al 31/12/2022	Saldo al 31/12/2023	Variazioni
Ratei Passivi	4.409	18.089	13.680
Risconti Passivi	144.940	122.923	(22.017)
Totale Ratei e Risconti Passivi	149.349	141.012	(8.337)

I «Risconti Passivi» accolgono la quota di ricavo del contributo della Regione Lombardia Reg. CE n. 951/97 “contributo in conto impianti” (legge 449/1997), rinviato per competenza agli esercizi successivi, secondo il periodo di vita economica utilizzata per gli ammortamenti (EUR 95.571). La restante parte dei Risconti (EUR 27.352) quale rinvio per competenza agli esercizi successivi del credito d’imposta per beni strumentali Lex 160/19 e Lex 178/20.

COMMENTO ALLA PRINCIPALI VOCI DEL CONTO ECONOMICO

VALORE DELLA PRODUZIONE

A – 1) RICAVI DELLE VENDITE E PRESTAZIONI

La tabella seguente offre un dettaglio dei «Ricavi delle Vendite e delle Prestazioni».

	Esercizio 2022	Esercizio 2023	variazioni
Contributi connessi alla produzione	43.675.386	39.917.039	(3.758.347)
Contributo produzione	25.144.530	26.356.542	1.212.012
Contributo stagionatura	2.710.293	2.837.380	127.086
Contributi marchiatura Riserva	213.129	205.558	(7.572)
Contribuzione differenziata	12.497.430	8.200.022	(4.297.408)
Contributi a fasce	2.453.004	1.692.538	(760.466)
Contributi e licenze confezionamento/grattugia/CET	657.000	625.000	(32.000)
Altri contributi da consorziati	12.424.000	18.863.750	6.439.750
Contributo aggiuntivo	12.335.000	18.777.250	6.442.250
Contributo associativo	89.000	86.500	(2.500)
Vendita prodotti	3.031.211	180.070	(3.690.698)
Formaggio e materiale promozionale	157.328	170.846	13.519
Formaggio FICO			
Formaggio Riserva	2.862.319	9.223	(2.853.096)
Prodotti del vigneto	11.564	0	(11.564)
Totale Ricavi delle Vendite e Prestazioni	59.130.597	58.960.859	(169.738)

Il “Contributo produzione” è il contributo che ciascun produttore è tenuto a corrispondere per ogni forma di Grana Padano prodotta. Il “Contributo di stagionatura” è il contributo di 0,5 EUR che ogni produttore è chiamato a corrispondere per forma prodotta per il monitoraggio della stagionatura. La variazione registrata su queste voci è strettamente connessa alla crescita produttiva, passata da 5.212.103 forme del 2022 alle 5.456.500 forme del 2023. I “Contributi marchiatura Riserva” sono i contributi che vengono corrisposti per la marchiatura “Riserva” apposta, su richiesta, al prodotto che ha raggiunto i livelli di stagionatura previsti dal disciplinare. La “Contribuzione differenziata” e la “Contribuzione a fasce” si originano dall’applicazione del Piano Produttivo, mentre le “licenze” vengono corrisposte da confezionatori, grattugiatori e da chi immette in commercio prodotti caratterizzati dal marchio Grana Padano per le attività di controllo e verifica.

Il “Contributo Aggiuntivo” è stato deliberato dall’Assemblea dei Consorziati dell’aprile 2023 e consente, ad ogni caseificio che ne faccia richiesta, l’assegnazione dell’1,5% del proprio riferimento produttivo valido per l’anno 2022 a fronte di un contributo associativo straordinario *una tantum* di 250 EUR ogni forma ottenuta.

A - 2) VARIAZIONE DELLE RIMANENZE

Le rimanenze di formaggio si sono esaurite a seguito della vendita totale delle scorte di formaggio da destinare a "RISERVA" effettuate nel corso del precedente esercizio.

	Esercizio 2022	Esercizio 2023	variazioni
Variaz. delle rimanenze (prod. In corso di lav., finiti o semil.)	(2.325.134)	0	2.325.134

A - 5) ALTRI RICAVI E PROVENTI

	Esercizio 2022	Esercizio 2023	variazioni
Altri ricavi	1.474.101	1.375.727	(98.374)
<i>Sopravvenienze attive</i>	493.949	319.596	(174.354)
<i>Plusvalenze da alienazione beni</i>	42.081	24.668	(17.413)
<i>Risarcimento danni</i>	20.207	22.624	2.418
<i>Proventi da Penalità</i>	500	28.920	28.420
<i>Quota Progetti GDO a carico Consorziati</i>	742.022	648.215	(93.807)
<i>Altri</i>	174.171	331.703	156.361
Contributi in Conto Esercizio	1.327.070	710.959	(616.111)
<i>da Ministeri</i>	30.848	182.904	152.056
<i>da Regioni</i>	471.478	102.201	(369.277)
<i>da Altri Enti</i>	824.744	425.854	(398.890)
Totale Altri Ricavi e Proventi	2.801.171	2.086.686	(714.485)

Le «Sopravvenienze attive» del 2023 sono principalmente imputabili al rilascio del fondo svalutazione altri crediti per EUR 285.434 a seguito dell'incasso del contributo MIPAAF D.M. 27349 del 30.12.11 relativo al progetto congiunto di promozione delle DOP nel mercato interno per l'anno di attività 2012. Tra gli "Altri" sono ricompresi EUR 182.000 di proventi per credito d'imposta "Art Bonus" e EUR 18.547 per i crediti d'imposta sulle forniture di Energie Elettrica, per SER4.0 e per i beni strumentali Lex 160/19 e 178/20.

I «Contributi in Conto Esercizio» ammontano ad EUR 710.959, con un decremento di EUR 616.111 rispetto all'esercizio precedente. La tabella seguente ne riporta il dettaglio.

Soggetto Erogante	Progetto	Importo
Da Ministeri		182.904
MIPAAF D.M. 0650016 del 19.12.2022	Contributo in conto esercizio per interventi e manifestazioni volti alla valorizzazione dell'immagine e al miglioramento della qualità per l'anno di attività 2023.	16.546
MIPAAF D.M. 0240397 del 09.05.2023	Contributo in conto esercizio per la salvaguardia dell'immagine e alla tutela legale, anche in campo internazionale per l'anno di attività 2023.	26.327
MIPAAF D.M. 0301797 del 12.06.2023	Contributo in conto esercizio per la salvaguardia dell'immagine e alla tutela legale, anche in campo internazionale per l'anno di attività 2023	58.990
UNIONCAMERE – Protocollo 0015448/U del 20.06.2023	Contributo in conto esercizio per la promozione all'estero di marchi collettivi e di certificazione volontari italiani	81.041
Da Regioni		102.201
Regione Lombardia Reg. CE n. 951/97	Quota di competenza del contributo in conto impianti ricevuto dalla Regione Lombardia Reg CE n. 951/97	13.201
Regione Lombardia Programma di Sviluppo Rurale 2014-2020	Contributo in conto esercizio relativo al progetto MOREGRANA – Operazione 16.1.01 – Gruppi Operativi PEI	5.000
Regione Emilia Romagna PSR 2014-2020 Misura 3 "Regimi di qualità dei prodotti agricoli e alimentari"	Contributo in conto esercizio relativo al progetto di attività di promozione da gruppi di produttori su mercati interni	84.000
Da Altri Enti		425.854
Reg. UE 1144/2014 e Reg. UE della Commissione n. 1829/2015 del 23 aprile 2015 Atto Delegato e n. 1831/2015 del 07 ottobre 2015 Atto Esecutivo	Contributo in conto esercizio per azioni di informazione e di promozione concernenti i prodotti agricoli realizzate sul mercato interno e nei paesi terzi – contratto N. 101015628 – EU TASTE EXCELLENCE	425.854

COSTI DELLA PRODUZIONE

B-6) MATERIE PRIME, SUSSIDIARIE, DI CONSUMO E MERCI

Nella tabella seguente il dettaglio degli acquisti di materie prime, sussidiarie, di consumo e merci.

	Esercizio 2022	Esercizio 2023	Variazioni
Materiale pubblicità	850.743	858.285	7.541
Materiale per marchiatura.	310.466	246.839	(63.627)
Materiale per analisi	399	0	(399)
Cancelleria e stampati	23.547	37.410	13.863
Totale Materie Prime, Suss. Consumo	1.185.155	1.142.534	(42.622)

B – 7) SERVIZI

A partire dal 1 gennaio 2023 il Consorzio ha implementato un sistema di contabilità analitica per meglio pianificare e controllare le proprie attività. Per attuare il progetto si è resa necessaria una revisione del Piano dei conti, ora maggiormente focalizzato sulla natura delle spese e meno sulla destinazione, in quanto quest'ultima è monitorata per mezzo di altri parametri. Ciò

comporta una diversa riclassificazione dei costi rispetto al precedente esercizio con effetto principale sulle voci B7 e B14 del Conto economico. Pertanto, i costi della produzione 2022 vengono qui riesposti coerentemente alla classificazione adottata dal 2023.

I «Costi per Servizi» ammontano ad EUR 51.085.000, con un incremento di 1,2 milioni di euro rispetto al precedente esercizio dovuto all'incremento dell'attività promozionale decisa dal Consorzio con l'approvazione del Piano di Marketing 2021-2023. I costi per servizi non imputabili all'attività di Marketing hanno subito una contrazione di 0,6 milioni di euro.

Le tabelle seguenti offrono uno spaccato dei principali costi per servizi di marketing e per servizi generali.

Costi Servizi Marketing/Promo Pubblicitari	Esercizio 2022	Esercizio 2023	variazioni
<i>Tv, Radio, Web e Cinema</i>	25.960.914	27.183.024	1.222.111
<i>Pubblicità Stampa</i>	1.259.794	1.004.097	(255.697)
<i>Cartellonistica</i>	1.350.225	2.078.796	728.571
<i>Sponsorizzazioni</i>	1.739.356	2.751.588	1.012.231
<i>Fiere</i>	688.618	563.062	(125.556)
<i>Diritti, Agenzie, Costi realizzazione</i>	3.749.993	2.656.060	(1.093.934)
<i>Attività Trade e altre attività promozionali</i>	6.807.659	7.142.274	334.615
Totale Costi per Servizi Marketing/Promo Pubblicitari	41.556.559	43.378.899	1.822.341

	2023 ITALIA	2023 ESTERO
Costi Servizi Marketing/Promo Pubblicitari	25.882.911	17.495.988
<i>Tv, Radio, Web e Cinema</i>	15.607.268	11.575.756
<i>Pubblicità Stampa</i>	997.097	7.000
<i>Cartellonistica</i>	1.642.021	436.775
<i>Sponsorizzazioni</i>	2.427.829	323.759
<i>Fiere</i>	184.836	378.226
<i>Diritti, Agenzie, Costi realizzazione</i>	1.121.538	1.534.521
<i>Attività Trade e altre attività promozionali</i>	3.902.322	3.239.952
	59,7%	40,3%

Costi per Altri Servizi	Esercizio 2022	Esercizio 2023	variazioni
<i>Spese ricercatori</i>	476.165	403.787	(72.379)
<i>Costi di Vigilanza grattugia, certific, Qualità</i>	3.221.816	3.526.404	304.588
<i>Costi per analisi</i>	369.717	326.331	(43.386)
<i>Viaggi e Automezzi</i>	824.220	862.365	38.144
<i>Manutenzione e gestione uffici</i>	731.055	396.824	(334.231)
<i>Compensi e oneri Organi Statutari</i>	411.451	395.489	(15.962)
<i>Servizi informatici e telefonici</i>	332.491	371.867	39.377
<i>Spese Legali e Assicurative</i>	930.514	491.743	(438.772)
<i>Spese e consulenze amministrative, organizzative, HR</i>	190.111	164.816	(25.295)
<i>Consulenze Tecniche</i>	599.848	540.612	(59.236)
<i>Altri servizi</i>	230.678	225.864	(4.814)
Totale Costi per Servizi	8.318.067	7.706.101	(611.966)

Di seguito si riporta, a titolo informativo, i costi totali (per destinazione) sostenuti per le attività di Vigilanza, Autocontrollo e marchiatura, Ricerca e Tutela Legale sostenuti nel corso del 2023 (escluso il costo del personale).

Costi per Altri Servizi (destinazione)	Esercizio 2023
Autocontrollo, certificazione e Marchiatura	2.184.043
Vigilanza (inclusa vigilanza alla grattugia)	2.857.988
Tutela Legale	244.609
Ricerca	475.117

B – 9) PERSONALE

I «Costi del Personale» derivano dall'applicazione dei trattamenti previsti dal CCNL per i lavoratori dell'Industria Alimentare, dall'Accordo Integrativo di Secondo Livello firmato dal Consorzio e dalle OO.SS. e da quanto previsto dagli accordi individuali.

	Esercizio 2022	Esercizio 2023	Variazioni
Salari e Stipendi	3.273.926	3.304.430	30.505
Oneri Sociali	962.947	938.446	(24.501)
Trattamento di Fine Rapporto	408.044	269.632	(138.412)
Altri Costi del Personale	238.079	248.421	10.342
Totale Costi del Personale	4.882.997	4.760.929	(122.067)

B – 10) AMMORTAMENTI E SVALUTAZIONI

Gli ammortamenti imputati l'effetto dell'applicazione delle aliquote di ammortamento indicate nella sezione illustrante i criteri di redazione del Bilancio.

	Esercizio 2022	Esercizio 2023	Variazioni
Ammortamento Immobilizzazioni Immateriali	135.122	141.487	6.365
Ammortamento Immobilizzazioni Materiali	622.940	669.083	46.143
Svalutazione delle Immobilizzazioni		21.687	21.687
Accantonamento Fondo Svalutazione Crediti	90.000	112.172	22.172
Totale Ammortamenti e Svalutazioni	848.062	944.429	96.367

B – 11) VARIAZIONE DELLE RIMANENZE

	Esercizio 2022	Esercizio 2023	Variazioni
Variazione Rimanenze Materiale Marchiatura	(5.774)	123.871	129.645
Variazione Rimanenze Materiale Pubblicitario	210.180	73.924	(136.256)
Totale Variazione Rimanenze	204.407	197.795	(6.611)

B – 12) ACCANTONAMENTO PER RISCHI ED ONERI

	Esercizio 2021	Esercizio 2022	variazioni
Accantonamento al Fondo Rischi ed Oneri	430.000	1.100.000	670.000

Per quanto riguarda l'Accantonamento per Rischi ed Oneri si rimanda alla lettura del commento al Fondo Rischi ed Oneri.

B – 14) ONERI DIVERSI DI GESTIONE

	Esercizio 2022	Esercizio 2023	Variazioni
Sopravvenienze passive	164.755	195.627	30.872
Imposte e Tasse	168.699	169.573	874
Contributi Associativi	126.584	142.335	15.752
Spese assembleari	136.602	119.063	(17.539)
Spese Rappresentanza	30.267	31.764	1.497
Donazione di formaggio a bisognosi	135.442	17.720	(117.722)
Altre attività di Charity e Liberalità	452.868	366.600	(86.268)
Altri Oneri	23.126	26.104	2.978
Totale Oneri Diversi di Gestione	1.238.344	1.068.788	(169.556)

Tra le "Altre attività di Charity e Liberalità" sono compresi EUR 20.000 per l'Associazione ABEO OVD, EUR 60.000 alla Fondazione Arena (Art Bonus per l'intervento "67 colonne per l'Arena di Verona 2023), EUR 220.000 al Monastero S. Maria di Chiaravalle (Art Bonus per il recupero e la valorizzazione della Torre secolo XVI all'ingresso dell'Abbazia), EUR 4.000 per la Fondazione della Comunità Bresciana per la presentazione Call cultura.

PROVENTI ED ONERI FINANZIARI

Proventi finanziari sono rappresentati dagli interessi attivi maturati sui c/c bancari e per gli investimenti in *Time deposits* e strumenti simili delle eccedenze temporanee di liquidità. La crescita rispetto al precedente esercizio si deve all'innalzamento dei tassi di interesse e alla maggior liquidità. Gli Interessi Passivi sono legati ad anticipazione di portafoglio autoliquidante, in calo (nonostante l'incremento, questo significativo, dei tassi) per il minor fabbisogno. Le perdite su cambi si originano da differenziali di cambio tra il momento di contabilizzazione dei costi ed il momento della loro liquidazione.

	Esercizio 2022	Esercizio 2023	Variazioni
Interessi attivi bancari	3.509	43.983	40.474
Interessi passivi bancari	(150.534)	(128.577)	21.958
Proventi e perdite su cambi	(26.244)	(12.172)	14.071
Totale Oneri e Proventi Finanziari	(173.269)	(96.766)	76.503

IMPOSTE SUL REDDITO

Le imposte dell'esercizio sono riportate nella tabella seguente.

	Esercizio 2022	Esercizio 2023	Variazioni
IRES	(663.313)	(470.844)	192.469
IRAP	(88.716)	(116.883)	(28.167)
Totale Imposte sul Reddito	(752.029)	(587.727)	164.302

La tabella in calce riporta le informazioni circa la riconciliazione tra l'onere fiscale corrente e l'onere fiscale teorico (IRES).

Si noti che nel precedente esercizio il Consorzio ha contabilizzato imposte relativi a periodi antecedenti.

	Esercizio 2022	Esercizio 2023
Risultato prima delle imposte	453.251	542.514
Onere fiscale teorico (aliquota 24%)	108.780	130.203
Differenze temporanee imponibili in esercizi successivi	0	0
Differenze temporanee deducibili in esercizi successivi	0	0
Rigiro delle differenze temporanee da esercizi precedenti	0	0
Totale	0	0
Differenze che non si riverseranno negli esercizi successivi	1.394.432	1.419.334
Totale	1.394.432	1.419.334
Imponibile fiscale	1.847.683	1.961.848
Imposte correnti sul reddito dell'esercizio	443.444	470.844

* * * * *

IMPEGNI, GARANZIE E PASSIVITÀ POTENZIALI NON RISULTANTI DALLO STATO PATRIMONIALE

Gli unici impegni non rappresentati nello Stato Patrimoniale sono rappresentati dalle garanzie prestate e ricevute, riassunte nella tabella seguente

	Valore
Garanzie Prestate	85.420
<i>N. 8 Fidejussioni Bancarie accese a garanzia di contributi da enti pubblici e contratti privati</i>	85.420
Garanzie Ricevute	4.052.000
<i>N.34 Fidejussioni ricevute a garanzia da confezionatori di grattugiato, come da convenzione</i>	1.209.000
<i>N.128 Fidejussioni ricevute a garanzia da confezionatori di porzioni, come da convenzione</i>	2.843.000

* * * * *

ALTRE INFORMAZIONI

INFORMAZIONI CIRCA I LAVORATORI DIPENDENTI

Il numero medio dei dipendenti FTE in forza al Consorzio nel corso del 2023 è stato di 67,4 unità, in aumento di 1 unità. I dipendenti in forza al 31 dicembre 2023 ammontavano a 68 unità.

Numero Medio Lavoratori Dipendenti	Esercizio 2022	Esercizio 2023	Variazioni
Dirigenti	2,3	2,0	(0,3)
Quadri	4,5	4,8	0,3
Impiegati	58,6	59,6	1
Operai	1,0	1,0	-
Totale	66,4	67,4	1

Numero Lavoratori Dipendenti al 31/12	31/12/2022	31/12/2023	Variazioni
Dirigenti	3	2	(1)
Quadri	4	5	1
Impiegati	59	60	1
Operai	1	1	-
Totale	67	68	1

AMMONTARE DEI COMPENSI E DEI RIMBORSI SPESE SPETTANTI AGLI AMMINISTRATORI E SINDACI

	Esercizio 2022	Esercizio 2023	Variazioni
Amministratori in carica (27)	444.239	427.232	(17.007)
Sindaci Effettivi (3) – Sindaci Supplenti (2)	77.212	78.257	1.045
Totale	521.451	505.489	(15.962)

COMPENSI SOCIETÀ DI REVISIONE

La funzione di controllo volontaria dei conti è stata attribuita alla società di revisione EY S.p.a, ufficio di Brescia. Il corrispettivo spettante per la revisione volontaria dei conti annuali è stabilito, per l'anno 2023, in complessivi EUR 25.992 (variato rispetto al precedente esercizio per l'adeguamento inflattivo).

INFORMAZIONI RELATIVE ALLE PARTI CORRELATE

Non si rilevano operazioni con parti correlate di importo significativo e/o avvenute a condizioni non normali di mercato. Con riferimento alle transazioni intervenute con i consorziati, taluni dei quali membri del Consiglio di Amministrazione, si evidenzia che le stesse sono esclusivamente da ricondurre nell'ambito della natura consortile dell'Ente che si pone come scopo quello di promuovere, tutelare e controllare le produzioni di Grana Padano dei Soci nelle varie forme, senza finalità di lucro.

Le transazioni intervenute con parti correlati sono avvenute a valori di mercato.

INFORMAZIONI RELATIVE AD ACCORDI NON RISULTANTI DALLO STATO PATRIMONIALE

Non sono presenti accordi che non risultino dallo Stato Patrimoniale e che non siano già stati descritti nella presente Nota Integrativa.

ANTIRICICLAGGIO

Non sono state accertate operazioni di riciclaggio per cui - nel rispetto delle norme di legge sull'antiriciclaggio - non sono state effettuate le prescritte comunicazioni.

PRIVACY

Il 25 maggio 2018 è entrato ufficialmente in vigore il Regolamento europeo in materia di protezione dei dati personali (Reg. (UE) 2016/679) del 24 maggio 2016. La norma, direttamente applicabile in tutti i Paesi UE, ha introdotto novità rispetto alla legislazione precedente. Il Consorzio, con l'obiettivo di conseguire la piena conformità normativa, ha intrapreso fin da subito un percorso di adeguamento alla normativa.

INFORMAZIONI EX ART. 1, COMMA 125, DELLA LEGGE 4 AGOSTO 2017, N. 124

In ottemperanza agli obblighi di trasparenza nel sistema delle erogazioni pubbliche, statuiti dall'art. 1, co. 125-129, Legge 04/08/2017, n. 124, si dà atto che, nel corso dell'esercizio chiuso al 31/12/2023, il Consorzio ha ricevuto sovvenzioni, contributi e comunque vantaggi economici di qualunque genere, aventi natura di liberalità, da parte di Pubbliche Amministrazioni o da

soggetti assimilati, di cui al primo periodo del comma 125, dell'art. 1, della L. 124/2017, come di seguito riportato per EUR 1.100.099:

- MIPAAF D.M. 27349 del 30.12.11. Contributo in conto esercizio per un progetto congiunto di promozione delle DOP nel mercato interno per l'anno di attività 2012. EUR 275.000;
- Regione Lombardia PSR 2014-20120 - Operazione 3.2.01 "Informazione e promozione dei prodotti di qualità". D.D.U.O. n. 5099 del 13 aprile 2022. Contributo in conto esercizio relativo ad attività di informazione e promozione dei prodotti di qualità nel 2022. EUR 233.479;
- Regione Lombardia Programma di Sviluppo Rurale 2014-2020 – Progetto MOREGRANA - Operazione 16.1.01 – Gruppi Operativi PEI. EUR 5.000
- Regione Veneto – E-glocal Dairy - PSR 2014-2020, DGR n. 736/2018, Tipo d'intervento 16.2.1, ID domanda 4116050. EUR 15.199;
- Regione Emilia Romagna – PSR 2014-2024 Misura 3 "Regimi di qualità dei prodotti agricoli e alimentari" - Operazione 3.2.01 "Attività di promozione e informazione da gruppi di produttori sui mercati interni". EUR 84.000
- MIPAAF D.M. 0650016 del 19.12.2022. Contributo in conto esercizio per interventi e manifestazioni volti alla valorizzazione dell'immagine e al miglioramento della qualità per l'anno di attività 2023 – EUR 16.546;
- UNIONCAMERE – Protocollo 0015448/U DEL 20/06/2023. Contributo per la promozione all'estero di marchi collettivi e di certificazione volontari italiani. EUR 81.041;
- Reg. UE 1144/2014 e Reg. UE della Commissione n. 1829/2015 del 23 aprile 2015 Atto Delegato e n. 1831/2015 del 07 ottobre 2015 Atto Esecutivo. Contributo in conto esercizio per azioni di informazione e di promozione concernenti i prodotti agricoli realizzate sul mercato interno e nei paesi terzi – contratto N. 824813 – HAM.CHE.E. – TC – EUR 139.092;
- Reg. UE 1144/2014 e Reg. UE della Commissione n. 1829/2015 del 23 aprile 2015 Atto Delegato e n. 1831/2015 del 07 ottobre 2015 Atto Esecutivo. Contributo in conto esercizio per azioni di informazione e di promozione concernenti i prodotti agricoli realizzate sul mercato interno e nei paesi terzi – contratto N. 101015628 – EU TASTE EXCELLENCE – EUR 250.742.

ADEMPIMENTI CONNESSI AL D.Lgs. 231/2001

Il Consorzio Grana Padano ha adottato un Codice Etico ed un Modello di organizzazione, gestione e controllo di cui al Decreto Legislativo 8 giugno 2001 n. 231. Il Consorzio ha costituito un Organismo di Vigilanza di tre membri esterni.

* * * * *

La Situazione Patrimoniale al 31 dicembre 2023, costituito dallo Stato Patrimoniale, dal Conto Economico, dalla Nota Integrativa, presenta un Utile d'esercizio, pari ad EUR 56.670, ed è conforme a verità.

Il Consiglio di Amministrazione propone l'approvazione del bilancio e di destinare l'utile d'esercizio, pari a EUR 56.670, ad integrazione del fondo consortile.

* * * * *

Desenzano del Garda (BS), lì 22 marzo 2024

Per il Consiglio di Amministrazione

Il Presidente

Renato Zaghini

RELAZIONI DEL COLLEGIO SINDACALE
E DELLA SOCIETÀ DI REVISIONE

Spettabili Imprese Consorziato,

il Consiglio di Amministrazione del Consorzio, nella adunanza del 22 febbraio 2024 ha provveduto ad approvare la situazione patrimoniale del Consorzio effettuando, successivamente ed ai sensi dell'art. 2615 del Codice Civile, il deposito della stessa presso il Registro delle Imprese di Brescia entro due mesi dalla chiusura dell'esercizio nel rispetto delle disposizioni Statutarie e Codicistiche.

Rammentiamo:

- che ai sensi del combinato disposto degli art. 32 e 26 dello Statuto Consortile il Consiglio di Amministrazione deve redigere il Progetto di Bilancio dell'esercizio e sottoporlo alla approvazione dell'Assemblea dei Consorziati;
- e che tale adempimento si configura come ulteriore rispetto a quello previsto dalle norme codicistiche ed è regolato esclusivamente dalle Norme Statutarie.

Il Collegio Sindacale, nello svolgimento delle proprie attività di vigilanza e controllo di legittimità, durante l'esercizio 2023

- ha intrattenuto i necessari rapporti con il Tesoriere, con l'Organismo previsto ai sensi del D.Lgs. 231/2001 e con la Società di Revisione EY s.p.a. cui è stato conferito l'incarico di revisione volontaria del Bilancio;
- ha, inoltre, avuto sistematici e continuativi rapporti con i responsabili delle funzioni consortili;
- è stato assistito durante le verifiche dal personale del Consorzio.

Dagli incontri non sono emersi dati e informazioni rilevanti che debbano essere menzionati nella presente relazione.

I Sindaci, nello svolgimento delle loro funzioni hanno avuto modo, anche individualmente, di tenere contatti con l'Organo amministrativo del Consorzio e con l'Alta Direzione constatando che i rapporti con i soggetti operanti nella struttura consortile, siano essi amministratori, dipendenti o consulenti esterni sono sempre stati

caratterizzati da una piena e fattiva collaborazione nel rispetto dei reciproci ruoli.

A tutti il piu' sentito ringraziamento.

Nell'esercizio in esame il Collegio Sindacale ha operato vigilando sull'osservanza della legge e dello Statuto.

Durante l'esercizio il Collegio Sindacale

- ha regolarmente partecipato alle Assemblee dei Consorziati e alle riunioni del Consiglio di Amministrazione in relazione alle quali ha riscontrato che le deliberazioni adottate sono state orientate al perseguimento delle finalità consortili;
- ha tenuto sette riunioni alla presenza dei responsabili delle funzioni amministrative e, all'occorrenza, del Direttore Generale.

Attraverso tale attività il Collegio ha preso conoscenza dell'operatività consortile.

Le informazioni così ottenute hanno consentito di valutare periodicamente l'andamento economico e finanziario del Consorzio e di monitorare e giudicare l'adeguatezza della sua struttura organizzativa e funzionale e le sue eventuali modifiche rispetto alle esigenze richieste dall'andamento della gestione.

Per quanto è stato possibile verificare durante l'attività svolta nel corso dell'esercizio 2023 ed in base alle informazioni disponibili, possiamo affermare:

- a] che le decisioni assunte dall'Organo amministrativo sono state conformi alla legge ed allo Statuto Consortile e non sono state palesemente imprudenti, in potenziale conflitto di interesse o tali da compromettere l'integrità del Patrimonio Consortile;
- b] che sono state fornite dagli Amministratori informazioni ritenute adeguate circa il generale andamento della gestione e la sua prevedibile evoluzione, nonché sulle operazioni di maggior rilievo, per dimensioni e caratteristiche, effettuate dal Consorzio;
- c] di non avere osservazioni in merito all'adeguatezza dell'assetto organizzativo nonché sull'affidabilità di quest'ultimo nel rappresentare correttamente i fatti di gestione;

- d] che nel corso dell'attività di vigilanza non sono emersi fatti significativi che non siano già a vostra conoscenza o che non siano stati segnalati all'Organo Amministrativo o tali da richiederne la segnalazione nella presente Relazione;
- e] che non si è dovuto intervenire per omissioni degli amministratori;
- f] che non sono state ricevute denunce ai sensi dell'art. 2408 C.c.;
- g] che non sono state fatte denunce al Tribunale ai sensi del comma 7 dell'art. 2409 C.c.;
- h] che al Collegio non è stato richiesto di esprimere pareri motivati;
- i] che l'Organismo di Vigilanza ex L.231/2001 ha provveduto presentare al Consiglio di Amministrazione la relazione riguardante l'attività svolta e le proposte di integrazione del Modello Organizzativo per l'adeguamento agli sviluppi normativi intervenuti ed gli Amministratori nella riunione del 5 dicembre 2023 hanno adottato alcune integrazioni al Modello Organizzativo ed al Codice Etico .

Bilancio dell'esercizio chiuso al 31 dicembre 2023

Il Bilancio ed i documenti che lo corredano sono stati trasmessi dall'Organo Amministrativo al Collegio Sindacale in deroga al termine di cui all'art. 2429 c.c. con il nostro assenso.

Il Collegio Sindacale rammenta che l'Assemblea, in data 19/6/2020, ha conferito alla Società di Revisione EY s.p.a. l'incarico di revisione del Bilancio di questo esercizio ai sensi dell'art. 32 dello Statuto e dà atto di aver preso visione della relazione della Società di Revisione sul Bilancio di esercizio al 31 Dicembre 2023 dalla quale non emergono rilievi. Da quanto riportato nella relazione del soggetto incaricato della revisione, il bilancio d'esercizio al 31.12.2023 rappresenta in modo veritiero e corretto la situazione patrimoniale e finanziaria, il risultato economico e i flussi di cassa della Vostra Società in conformità alla normativa che ne disciplina la redazione.

Non essendo a noi demandata l'attività di revisione del bilancio, abbiamo vigilato sull'impostazione generale data allo stesso, nonché sulla sua generale conformità alla legge per quello che riguarda la sua formazione e struttura e a tale riguardo non abbiamo nulla da riferire. Il Collegio Sindacale ha rilevato, tramite verifiche

periodiche dirette ed appositi incontri con la Società di Revisione, l'osservanza delle norme di legge e statutarie inerenti la formazione e l'impostazione del bilancio d'esercizio del Consorzio.

Inoltre, il Collegio Sindacale ha esaminato i criteri di valutazione adottati nella formazione del bilancio presentato per accertarne la rispondenza alle prescrizioni di legge e alle condizioni economico-consortili; criteri che non si discostano da quelli utilizzati per la situazione patrimoniale approvata il 22 febbraio 2024. In particolare risulta che:

- il progetto di Bilancio è stato redatto con criteri di valutazione coerenti con quelli adottati negli esercizi precedenti [art.2423-bis punto 6) del C.c.]; gli amministratori inoltre, nella redazione del Bilancio, non hanno derogato neanche dal punto 4), del citato articolo del Codice Civile;
- nella Nota Integrativa il Consiglio di Amministrazione ha fornito le indicazioni necessarie per un sufficiente completamento dell'informativa;
- nel corso dell'esercizio non si sono verificati casi eccezionali che abbiano reso necessario il ricorso a deroghe di cui all'art. 2423 co. 4.
- è stato redatto il Rendiconto Finanziario.

Il Collegio Sindacale prende atto che gli immobili consortili hanno subito una rivalutazione nei passati esercizi ai sensi dell'articolo 15, commi 16 e seguenti del decreto legge n.185/2008, convertito con modificazioni dalla legge n.2/2009 e limitatamente ai soli fabbricati, dell'art. 110 commi 1-7, della legge 13 ottobre 2020 n. 126 di conversione con modificazioni del D.L. 14 agosto 2020 n. 104.

Nessun ulteriore commento è necessario oltre a quanto già illustrato dall'Organo amministrativo nei documenti che compongono il Bilancio e nella Relazione sulla Gestione.

Egregi Consorziati,

il progetto di bilancio dell'esercizio 2023 sottoposto a revisione dalla società EY S.p.a. è sinteticamente qui di seguito esposto, così come predisposto dal Consiglio di Amministrazione:

Stato Patrimoniale	2023	2022
ATTIVO	41.441.199	39.660.158
Passività	31.322.037	29.597.665
Patrimonio Netto		
Avanzo dell'Esercizio	56.670	9.807
Riserve di rivalutazione	6.161.329	6.161.329
Fondo Consortile	3.901.163	3.891.357
Totale Patrimonio Netto	10.119.162	10.062.493
Totale PASSIVO	41.441.199	39.660.158
Conto Economico	2023	2022
Totale valore della produzione	61.047.545	59.606.634
Totale costi della produzione	60.306.682	58.671.529
Differenza tra valore e costi della produzione	741.163	935.105
Differenza proventi – oneri finanziari	-96.766	-173.269
Rettifiche valore di attività finanziarie		
Imposte sul reddito d'esercizio correnti, differite e anticipate	-587.727	-752.029
Avanzo dell'esercizio	56.670	9.807

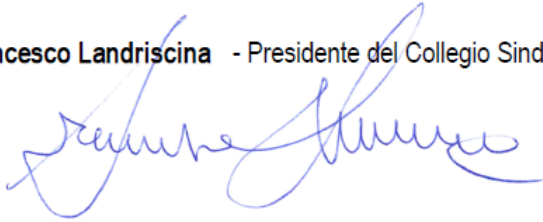
Considerando le risultanze dell'attività da noi svolte e il giudizio espresso nella relazione di revisione rilasciata dal soggetto incaricato della revisione dei conti, non rileviamo motivi ostativi all'approvazione, da parte dei Consorziati, del bilancio d'esercizio chiuso al 31 dicembre 2023, così come redatto dagli amministratori e della proposta del Consiglio di Amministrazione di destinare l'intero importo dell'avanzo dell'esercizio, pari ad euro 56.670, ad integrazione del Fondo Consortile.

Rammentiamo, infine, che con l'approvazione del bilancio al 31.12.2023 arriva a compimento il mandato del Consiglio di Amministrazione e del Collegio Sindacale; nel porgere un sentito ringraziamento ai tutti i Consorziati per la fiducia accordata, alla struttura aziendale ed agli amministratori per la proficua collaborazione che ha caratterizzato tutta la durata dell'incarico, si formulano i migliori auspici per il proseguimento dell'attività consortile e per chi sarà chiamato ad operare nel prossimo mandato.

San Martino della Battaglia di Desenzano del Garda (Brescia), li 3 aprile 2024

PER IL COLLEGIO SINDACALE

Dott. Francesco Landriscina - Presidente del Collegio Sindacale





EY S.p.A.
Via Rodolfo Vantini, 38
25126 Brescia

Tel: +39 030 2896111 | +39 030 226326
ey.com

Relazione della società di revisione indipendente

Ai soci di
Consorzio Per La Tutela Del Formaggio Grana Padano

Giudizio

Abbiamo svolto la revisione contabile del bilancio d'esercizio di Consorzio Per La Tutela Del Formaggio Grana Padano (il Consorzio), costituito dallo stato patrimoniale al 31 dicembre 2023, dal conto economico e dal rendiconto finanziario per l'esercizio chiuso a tale data e dalla nota integrativa.

A nostro giudizio, il bilancio d'esercizio fornisce una rappresentazione veritiera e corretta della situazione patrimoniale e finanziaria del Consorzio al 31 dicembre 2023, del risultato economico e dei flussi di cassa per l'esercizio chiuso a tale data, in conformità alle norme italiane che ne disciplinano i criteri di redazione.

Elementi alla base del giudizio

Abbiamo svolto la revisione contabile in conformità ai principi di revisione internazionali (ISA Italia). Le nostre responsabilità ai sensi di tali principi sono ulteriormente descritte nella sezione *Responsabilità della società di revisione per la revisione contabile del bilancio d'esercizio* della presente relazione. Siamo indipendenti rispetto al Consorzio in conformità alle norme e ai principi in materia di etica e di indipendenza applicabili nell'ordinamento italiano alla revisione contabile del bilancio. Riteniamo di aver acquisito elementi probativi sufficienti ed appropriati su cui basare il nostro giudizio.

Altri aspetti

La presente relazione non è emessa ai sensi di legge, stante il fatto che il Consorzio Per La Tutela Del Formaggio Grana Padano, nell'esercizio chiuso al 31 dicembre 2023, non era obbligato alla revisione legale ai sensi di legge.

Responsabilità degli amministratori e del collegio sindacale per il bilancio d'esercizio

Gli amministratori sono responsabili per la redazione del bilancio d'esercizio che fornisca una rappresentazione veritiera e corretta in conformità alle norme italiane che ne disciplinano i criteri di redazione e, nei termini previsti dalla legge, per quella parte del controllo interno dagli stessi ritenuta necessaria per consentire la redazione di un bilancio che non contenga errori significativi dovuti a frodi o a comportamenti o eventi non intenzionali.

Gli amministratori sono responsabili per la valutazione della capacità del Consorzio di continuare ad operare come un'entità in funzionamento e, nella redazione del bilancio d'esercizio, per l'appropriatezza dell'utilizzo del presupposto della continuità aziendale, nonché per una adeguata informativa in materia. Gli amministratori utilizzano il presupposto della continuità aziendale nella redazione del bilancio d'esercizio, a meno che abbiano valutato che sussistono le condizioni per la liquidazione del Consorzio o per l'interruzione dell'attività, o non abbiano alternative realistiche a tali scelte.

Il collegio sindacale ha la responsabilità della vigilanza, nei termini previsti dalla legge, sul processo di predisposizione dell'informativa finanziaria del Consorzio.

EY S.p.A.
Sede Legale: Via Meravigli, 12 - 20123 Milano
Sede Secondaria: Via Lombardia, 31 - 00187 Roma
Capitale Sociale Euro 2.600.000,00 I.v.
Iscritta alla S.O. del Registro delle Imprese presso la CCIAA di Milano Monza Brianza Lodi
Codice fiscale e numero di iscrizione 00434000584 - numero R.E.A. di Milano 606158 - P.IVA 00891231003
Iscritta al Registro Revisori Legali al n. 70945 Pubblicato sulla G.U. Suppl. 13 - IV Serie Speciale del 17/2/1998

A member firm of Ernst & Young Global Limited



Responsabilità della società di revisione per la revisione contabile del bilancio d'esercizio

I nostri obiettivi sono l'acquisizione di una ragionevole sicurezza che il bilancio d'esercizio nel suo complesso non contenga errori significativi, dovuti a frodi o a comportamenti o eventi non intenzionali e l'emissione di una relazione di revisione che includa il nostro giudizio. Per ragionevole sicurezza si intende un livello elevato di sicurezza che tuttavia non fornisce la garanzia che una revisione contabile svolta in conformità ai principi di revisione internazionali (ISA Italia) individui sempre un errore significativo, qualora esistente. Gli errori possono derivare da frodi o da comportamenti o eventi non intenzionali e sono considerati significativi qualora ci si possa ragionevolmente attendere che essi, singolarmente o nel loro insieme, siano in grado di influenzare le decisioni economiche prese dagli utilizzatori sulla base del bilancio d'esercizio.

Nell'ambito della revisione contabile svolta in conformità ai principi di revisione internazionali (ISA Italia), abbiamo esercitato il giudizio professionale e abbiamo mantenuto lo scetticismo professionale per tutta la durata della revisione contabile. Inoltre:

- abbiamo identificato e valutato i rischi di errori significativi nel bilancio d'esercizio, dovuti a frodi o a comportamenti o eventi non intenzionali; abbiamo definito e svolto procedure di revisione in risposta a tali rischi; abbiamo acquisito elementi probativi sufficienti ed appropriati su cui basare il nostro giudizio. Il rischio di non individuare un errore significativo dovuto a frodi è più elevato rispetto al rischio di non individuare un errore significativo derivante da comportamenti o eventi non intenzionali, poiché la frode può implicare l'esistenza di collusioni, falsificazioni, omissioni intenzionali, rappresentazioni fuorvianti o forzature del controllo interno;
- abbiamo acquisito una comprensione del controllo interno rilevante ai fini della revisione contabile allo scopo di definire procedure di revisione appropriate nelle circostanze e non per esprimere un giudizio sull'efficacia del controllo interno del Consorzio;
- abbiamo valutato l'appropriatezza dei principi contabili utilizzati nonché la ragionevolezza delle stime contabili effettuate dagli amministratori, inclusa la relativa informativa;
- siamo giunti ad una conclusione sull'appropriatezza dell'utilizzo da parte degli amministratori del presupposto della continuità aziendale e, in base agli elementi probativi acquisiti, sull'eventuale esistenza di una incertezza significativa riguardo a eventi o circostanze che possono far sorgere dubbi significativi sulla capacità del Consorzio di continuare ad operare come un'entità in funzionamento. In presenza di un'incertezza significativa, siamo tenuti a richiamare l'attenzione nella relazione di revisione sulla relativa informativa di bilancio ovvero, qualora tale informativa sia inadeguata, a riflettere tale circostanza nella formulazione del nostro giudizio. Le nostre conclusioni sono basate sugli elementi probativi acquisiti fino alla data della presente relazione. Tuttavia, eventi o circostanze successivi possono comportare che il Consorzio cessi di operare come un'entità in funzionamento;
- abbiamo valutato la presentazione, la struttura e il contenuto del bilancio d'esercizio nel suo complesso, inclusa l'informativa e se il bilancio d'esercizio rappresenti le operazioni e gli eventi sottostanti in modo da fornire una corretta rappresentazione.

Abbiamo comunicato ai responsabili delle attività di governance, identificati ad un livello appropriato come richiesto dai principi di revisione internazionali (ISA Italia), tra gli altri aspetti, la portata e la tempistica pianificate per la revisione contabile e i risultati significativi emersi, incluse le eventuali carenze significative nel controllo interno identificate nel corso della revisione contabile.

Brescia, 2 aprile 2024

EY S.p.A.

Andrea Barchi
(Revisore Legale)



OLYMPIC AND PARALYMPIC SPONSOR
OF MILANO CORTINA 2026