

**BILANCIO INTEGRATO
D'ESERCIZIO E SOSTENIBILITÀ
AL 31 DICEMBRE 2025**





BILANCIO INTEGRATO D'ESERCIZIO E SOSTENIBILITÀ AL 31 DICEMBRE 2025



A partire dall'esercizio 2025, il Bilancio del Consorzio Grana Padano DOP riunisce in un unico documento il Bilancio d'Esercizio e la Rendicontazione di Sostenibilità, offrendo una visione complessiva dell'andamento economico, gestionale e degli impatti ambientali, sociali e di governance generati nel corso dell'esercizio.

Sede legale: Via XXIV Giugno n. 8
Fraz. S. Martino della Battaglia - 25015 Desenzano del Garda (BS)
Ufficio del Registro delle Imprese di Brescia e Codice Fiscale 02184450159
Camera di Commercio di Brescia – REA n. 390431 Partita IVA 01933250985



LETTERA AI CONSORZIATI	4
NOTA METODOLOGICA	6
LA NOSTRA IDENTITÀ	8
IL NOSTRO MODELLO DI CREAZIONE DI VALORE	12
RELAZIONE SULLA GESTIONE	18
Parte 1 PROFILO DEL CONSORZIO: ATTIVITÀ E RISULTATI	19
1.1 HIGHLIGHTS ECONOMICO-FINANZIARI	20
1.2 OVERVIEW DEI DATI DI PRODUZIONE E DELLE VENDITE IN ITALIA E ALL' ESTERO	23
1.3 ATTIVITÀ DI SUPPORTO: IL CUORE STRATEGICO DEL CONSORZIO	36
1.3.1. ASSETTO ISTITUZIONALE E DIREZIONE STRATEGICA	36
1.3.2 STRUTTURA ORGANIZZATIVA E GESTIONE DELLE RISORSE UMANE	38
1.3.3. GESTIONE DEGLI ASSET E ATTIVITÀ INFRASTRUTTURALI	40
1.4 ATTIVITÀ PRIMARIE: DOVE NASCE IL VALORE DEL GRANA PADANO DOP	41
1.4.1. TUTELA DEL MARCHIO E DELLA DOP	41
1.4.2. INFORMAZIONE E PROMOZIONE	59
1.4.3. SERVIZI	96
Parte 2 RENDICONTAZIONE DI SOSTENIBILITÀ	115
2.1 CREARE VALORE PER I NOSTRI STAKEHOLDER	116
2.2 ANALISI DI MATERIALITÀ	118
2.3 INFORMAZIONI AMBIENTALI	126
2.4 INFORMAZIONI SOCIALI	128
2.5 INFORMAZIONI SULLA GOVERNANCE	138
Parte 3 ALTRE INFORMAZIONI DI CUI ALL'ART. 2428 CC	143
CONCLUSIONI	145
STATO PATRIMONIALE, CONTO ECONOMICO E RENDICONTO FINANZIARIO	146
NOTA INTEGRATIVA	152
RELAZIONI DEL COLLEGIO SINDACALE E DELLA SOCIETÀ DI REVISIONE	184

LETTERA AI CONSORZIATI



Cari Consorziati,

giudicare i risultati del 2025 è un esercizio ed una fotografia graditissima. L'anno scorso in Assemblea dicevamo sul 2024 "è un'annata straordinaria, la migliore di sempre e i risultati parlano da sé. Siamo stati fortunati e le abbiamo indovinate tutte".

Il 2025 è stato semplicemente sorprendente in tutti i sensi, nove volte sorprendente.

- Sorprendente per il prezzo del 9 mesi all'ingrosso del Grana Padano;
- Sorprendente per il prezzo del latte alla stalla;
- Sorprendente per la clamorosa repentina caduta del prezzo del latte spot nella seconda parte dell'anno;
- Sorprendente per la crescita produttiva del Grana Padano;
- Sorprendente per il differenziale all'ingrosso con il Parmigiano Reggiano più basso di sempre a gennaio/febbraio, più alto di sempre a fine dicembre;
- Sorprendente per la crescita produttiva del latte;
- Sorprendente per un valore del latte spot mai così distante dal prezzo pagato alla stalla;
- Sorprendente nella produzione di similare grazie a tutto questo latte in esubero;
- Sorprendente vuol dire imprevisto per tutti i picchi toccati.

E come spesso ci viene fatto presente e tutti sappiamo, le esagerazioni non possono avere vita lunga.

Troppo formaggio prodotto = -20% del prezzo all'ingrosso

Troppo latte prodotto = prezzo del latte in calo e prezzo dello spot in picchiata.

I consumi globali di Grana Padano sono cresciuti sia in Italia, grazie all'ultimo trimestre, sia all'estero, nonostante il confronto con un +9,5% nel 2024 facesse ipotizzare una sostanziale stabilità, se non un leggero calo, anche per effetto dell'andamento altalenante dei dazi di Trump.

L'Assemblea del 18 dicembre u.s. ha assunto decisioni sagge e inevitabili per porre rimedio agli eccessi produttivi di diversi consorziati.

Il Direttore Generale, che può permettersi di essere super partes perché non produce né commercia latte o formaggio, da anni ci invita alla prudenza: non produrre più del necessario e contenere le crescite delle stalle, perché in questo mercato basta poco per alterare gli equilibri.

Nel 2025, invece, abbiamo prodotto troppo: troppo formaggio e troppo latte. Perché le cose andavano molto bene.

Con le decisioni del 18 dicembre scorso imprimeremo nel 2026 una svolta alla deregulation del 2025, ma questa volta imporrà sacrifici produttivi a tutti.

In questo contesto resta centrale anche l'impegno della nostra filiera verso una produzione sempre più responsabile, attenta al territorio, alla qualità del latte e del formaggio e al lavoro di tutte le persone coinvolte. Sono temi che stanno diventando sempre più importanti per i mercati e per i consumatori e sui quali il Consorzio continuerà a lavorare insieme a tutti voi.

Nelle conclusioni, in cui si delineeranno le linee guida del 2026, sarò un po' più dettagliato e preciso in merito.

Però già da ora vi dico che anche con le ombre apparse nell'ultimo tratto del 2025, ce ne fossero in futuro altre annate performanti quasi come il 2025, dico quasi perché come il 2025 sarebbe miracoloso. Noi del Consorzio ci stiamo attrezzando per le missioni impossibili ma i miracoli non saranno mai alla nostra portata, anche se proveremo a chiedere sabato 22 agosto al Santo Padre che verrà al Meeting di Rimini dove, da sempre, siamo attivamente e vistosamente presenti e certo non mancheremo all'incontro con Papa Leone.

Il Presidente
Renato Zaghini

NOTA METODOLOGICA



Nel 2025 il Consorzio Tutela Grana Padano ha adottato per la prima volta un modello di rendicontazione integrata, riunendo in un unico documento le informazioni economico-finanziarie e quelle relative agli impatti ambientali, sociali e di governance. Il Bilancio Integrato 2025 è stato redatto in continuità con l'impostazione metodologica adottata nelle precedenti edizioni del Bilancio di Sostenibilità, garantendo la comparabilità delle informazioni e la coerenza con il percorso di rendicontazione già avviato dal Consorzio. In questo contesto è stato inoltre avviato un progressivo allineamento agli *European Sustainability Reporting Standards* (ESRS) e l'impostazione metodologica è stata progressivamente aggiornata per favorire una lettura integrata delle performance e degli impatti, rafforzando il collegamento tra strategia, governance, gestione operativa e risultati conseguiti.

Questa scelta rappresenta un'evoluzione naturale del percorso avviato negli anni precedenti e riflette la volontà di offrire una visione organi-

ca e trasparente della capacità del Consorzio di creare valore nel tempo, attraverso un approccio che integra risultati economici, tutela della denominazione, responsabilità sociale e presidio ambientale.

L'analisi si concentra sulle attività svolte direttamente dal Consorzio, senza includere i dati delle aziende consorziate, e si sviluppa lungo la catena del valore consortile, articolata in attività primarie (tutela, promozione e servizi) e attività di supporto (governance, organizzazione, gestione delle risorse e presidio dei processi).

Nel corso dell'anno è stato mantenuto un dialogo strutturato con gli stakeholder rappresentativi, funzionale all'aggiornamento dell'analisi di materialità e al progressivo allineamento delle informazioni rendicontate alle aspettative dei portatori di interesse e all'evoluzione del contesto normativo e di mercato.

Il perimetro del Bilancio Integrato coincide con il Consorzio Tutela Grana Padano e si riferisce all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2025.



LA NOSTRA IDENTITÀ



Il Grana Padano è molto più di un formaggio: è il risultato di quasi nove secoli di storia, di ingegno e di un rapporto profondo con il territorio. Tutto ha origine nel Medioevo, tra il 1135 e il 1150, nell'Abbazia di Chiaravalle, alle porte di Milano. Qui i monaci cistercensi, di fronte all'abbondanza di latte e alla necessità di conservarlo, idearono un formaggio capace di durare nel tempo. Una scelta pratica, ma anche sorprendentemente moderna: ridurre gli sprechi e valorizzare le risorse disponibili. Nasce così il *caseus vetus*, il "cacio invecchiato", antenato diretto del Grana Padano.

Da quel momento, il Grana Padano accompagna la storia italiana, attraversando epoche e trasformazioni senza perdere la propria identità. Nel Rinascimento viene citato e apprezzato da umanisti e gastronomi per le sue qualità nutritive e il suo gusto versatile; nei secoli successivi diventa oggetto di studio e di attenzione tecnica, fino a essere riconosciuto come un prodotto di eccellenza già in età illuminista. È un formaggio che cresce insieme alla società, adattandosi ai cambiamenti senza mai snaturarsi.

Con l'Ottocento e poi con il Novecento, la tradizione si struttura progressivamente: nascono le prime scuole casearie, si diffondono i caseifici moderni e prende forma un sistema organizzato di produzione. La fondazione del Consorzio e l'introduzione di un Disciplinare di Produzione rigoroso

segnano un passaggio decisivo: il sapere antico diventa un modello condiviso, tutelato e trasmesso. Nel 1996, il riconoscimento della Denominazione di Origine Protetta consacra il Grana Padano come patrimonio agroalimentare europeo.

Oggi il Grana Padano è la DOP più consumata al mondo. Dietro, però, questi numeri ci sono persone, territori e scelte quotidiane. I consorziati non sono semplici produttori: sono custodi di una tradizione millenaria che si rinnova ogni giorno, nel rispetto di regole precise e di un equilibrio delicato tra qualità, ambiente e valore generato. Il Disciplinare non tutela solo il gusto e le caratteristiche organolettiche del prodotto, ma rappresenta anche uno strumento di sostenibilità: garantisce tracciabilità, valorizza le materie prime locali e promuove una filiera responsabile sotto il profilo ambientale, sociale ed economico. In un contesto globale in rapido cambiamento, il Grana Padano dimostra che innovare non significa dimenticare il passato, ma saperlo interpretare.

È proprio in questo dialogo continuo tra passato, presente e futuro che risiede la forza del Grana Padano DOP: un prodotto nato per rispondere a un'esigenza concreta, cresciuto grazie al sapere condiviso e oggi chiamato ad affrontare nuove sfide globali, continuando a rappresentare un simbolo autentico di qualità, sostenibilità e cultura alimentare italiana.



GRANA PADANO DOP: UNA TRADIZIONE CHE ATTRAVERSA IL TEMPO E GUARDA AL FUTURO

LE ORIGINI

Ridurre lo spreco,
creare valore



1135-1150

Nei monasteri cistercensi della Pianura Padana, i monaci trasformano il latte in eccesso in un formaggio a lunga stagionatura. Nasce il *caseus vetus*: una risposta concreta e sostenibile a un'esigenza quotidiana.

LA TRADIZIONE

Condividere il sapere

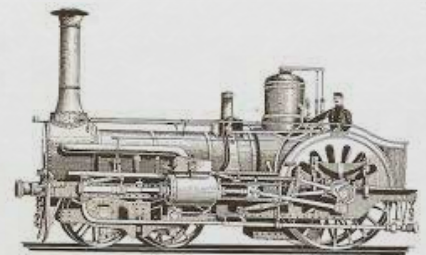


Dal Medioevo al Rinascimento

Il Grana Padano si diffonde e viene apprezzato per le sue qualità nutritive e il suo gusto. Umanisti e gastronomi lo citano come alimento prezioso, simbolo di una cultura alimentare che si consolida nel tempo.

L'EVOLUZIONE

Migliorare senza
snaturare



XIX secolo

Con la nascita delle scuole casearie e dei primi caseifici organizzati, la produzione si modernizza. La tradizione si struttura, mantenendo intatta l'eccellenza qualitativa.

Per il Consorzio, la sostenibilità non è un obiettivo astratto né una semplice dichiarazione di intenti ma un modo concreto di operare che mette al centro il valore condiviso: per le persone che lavorano nella filiera, per i territori in cui il Grana Padano nasce e per i consumatori che lo scelgono

ogni giorno.

Le origini e l'evoluzione del Grana Padano testimoniano un modello produttivo che, nel tempo, ha saputo coniugare tradizione e innovazione e che oggi riconosce nella sostenibilità il proprio principio guida.

Sostenibilità, per noi, significa creare valore per la comunità, il territorio e i consumatori, attraverso un modello che coniuga tradizione e innovazione.

LA TUTELA

Proteggere l'identità



1928-1954

Nasce il sistema consortile e viene istituito il Consorzio di Tutela. Il Disciplinare di Produzione definisce regole condivise per garantire qualità, autenticità e legame con il territorio.

IL RICONOSCIMENTO

Un patrimonio europeo



1996

Il Grana Padano ottiene il riconoscimento della Denominazione di Origine Protetta (DOP) dall'Unione Europea, diventando un simbolo di eccellenza tutelata a livello internazionale.

IL PRESENTE

Responsabilità e sostenibilità



Oggi

Con oltre 6 milioni di forme prodotte, il Grana Padano è la DOP più consumata al mondo. Una filiera ampia e strutturata che opera nel rispetto di criteri ambientali, economici e sociali, promuovendo tracciabilità, qualità e trasparenza.

IL FUTURO

Innovare nel rispetto della storia



Domani

Affrontare le sfide globali significa continuare a evolversi: ridurre l'impatto ambientale, valorizzare il territorio, sostenere le comunità e rispondere a consumatori sempre più consapevoli. Con quasi nove secoli di storia alle spalle, il Grana Padano DOP guarda avanti con responsabilità.

Custodire una tradizione millenaria significa oggi saperla interpretare alla luce delle sfide contemporanee. Innovare non vuol dire rompere con il passato, ma renderlo attuale, più efficiente e responsabile, attraverso strumenti, competenze e modelli organizzativi orientati al futuro.

In questa visione, la sostenibilità diventa leva per creare valore duraturo per la comunità, il territorio e i consumatori, rafforzando il legame tra il Grana Padano DOP, le persone che lo producono e chi lo porta in tavola, oggi e nel tempo.

**IL NOSTRO MODELLO DI
CREAZIONE DEL VALORE**



La sostenibilità rappresenta per il Consorzio un pilastro strategico, strettamente connesso alla sua missione istituzionale di tutela, rappresentanza e governo del sistema DOP, nonché alla salvaguardia dell'integrità, della qualità e dell'autenticità del prodotto lungo l'intera catena del valore. In quanto organismo collettivo, il Consorzio è chiamato a operare con responsabilità, trasparenza e lungimiranza, ricercando un equilibrio tra valorizzazione del marchio, tutela degli interessi dei consorziati e aspettative della collettività.

Il Consorzio si configura, infatti, come garante della storia, della tradizione e della tipicità del Grana Padano, elementi fondanti del patrimonio culturale e produttivo della DOP. In questa

prospettiva, la tutela della tradizione si integra con la necessità di indirizzare i consorziati verso una gestione consapevole e innovativa dell'intera filiera, assicurando che ogni fase della catena del valore sia orientata ai più elevati standard di qualità, alla responsabilità ambientale e alla sostenibilità sociale. Tale approccio consente di armonizzare le radici storiche del prodotto con l'evoluzione del mercato, garantendo continuità, autenticità e competitività nel tempo. L'integrazione di criteri di sostenibilità nella governance consente di orientare le decisioni strategiche al lungo periodo, alla valorizzazione del marchio e alla protezione degli interessi dei consorziati, creando un sistema resiliente che collega tradizione, innovazione e responsabilità sociale.

DALLA TRADIZIONE AL FUTURO: LA CATENA DEL VALORE DEL CONSORZIO

La catena del valore rappresenta l'insieme delle attività attraverso cui il Consorzio svolge le proprie fun-

zioni di tutela, promozione e supporto alla denominazione Grana Padano DOP.



Il Consorzio, attraverso un insieme articolato delle attività rappresentate nella catena del valore, ha l'obiettivo di garantire nel tempo sostenibilità, integrità, riconoscibilità e valore economico della denominazione Grana Padano DOP. La rappresentazione della catena del valore del Consorzio consente di individuare le attività primarie, direttamente coinvolte nell'erogazione dei servizi del Consorzio, e le attività di supporto che rendono possibili ed efficienti le attività primarie.

Le **Attività Primarie** sono attività fondamentali che definiscono la missione del Consorzio e ne orientano l'azione nel tempo. Esse si concentrano su tre ambiti strettamente interconnessi, che rappresentano il nucleo della capacità del Consorzio di creare e presidiare l'integrità e la reputazione della DOP.

La **tutela giuridica e istituzionale della denominazione** costituisce la funzione centrale dell'azione consortile e si articola in attività di autocontrollo, vigilanza e tutela legale. Attraverso sistemi strutturati di autocontrollo e il coordinamento delle attività di vigilanza, il Consorzio assicura l'omogeneità degli standard e la coerenza tra prodotto, territorio e mercato, nel rispetto del disciplinare, oltre che preservare l'integrità del marchio, contrastando utilizzi impropri, imitazioni e pratiche sleali che potrebbero compromettere la reputazione della DOP.

La tutela legale, esercitata sia in ambito nazionale sia internazionale, rappresenta uno strumento essenziale per difendere il valore economico e la reputazione della denominazione e per assicurare condizioni di concorrenza corrette. Queste attività, quindi, non generano valore solo in termini di conformità normativa, ma contribuiscono in modo sostanziale alla reputazione della DOP e alla sua capacità di mantenere un'identità chiara e distintiva. La protezione del nome Grana Padano DOP rappresenta, infatti, una condizione essenziale per preservare la fiducia del consumatore e sostenere il posizionamento del prodotto nel segmento delle eccellenze agroalimentari.

L'**attività di informazione e promozione** rappresenta una leva strategica fondamentale della catena del valore e si articola lungo due direttrici distinte e complementari: da un lato, la gestione della coerenza e della trasparenza delle informazioni aventi a oggetto il Grana Padano DOP; dall'altro, la promozio-

ne commerciale della denominazione sui mercati di riferimento. Sul piano informativo, il Consorzio svolge una funzione di presidio dei contenuti e dei messaggi relativi alla DOP, assicurando che le informazioni diffuse siano corrette, verificabili e coerenti con il disciplinare, con il quadro normativo e con l'identità della denominazione. Tale attività contribuisce a ridurre il rischio di comunicazioni ambigue o fuorvianti e a garantire un allineamento tra le caratteristiche effettive del prodotto e le aspettative del consumatore. La trasparenza informativa costituisce, in questo senso, un elemento essenziale per la costruzione e il mantenimento della fiducia, nonché per la tutela del valore reputazionale del marchio. Accanto a questa funzione di presidio informativo, il Consorzio sviluppa attività di promozione commerciale volte a sostenere la visibilità e il posizionamento del Grana Padano DOP sui mercati nazionali e internazionali. Attraverso iniziative di marketing collettivo, campagne promozionali e azioni di comunicazione istituzionale, il Consorzio rafforza il riconoscimento della denominazione e ne valorizza i tratti distintivi in termini di qualità, origine e affidabilità. La promozione commerciale, condotta in modo coordinato e coerente, consente di amplificare l'impatto delle singole iniziative e di sostenere la competitività complessiva della DOP, preservandone, allo stesso tempo, l'identità e il posizionamento di lungo periodo.

Il terzo ambito delle attività primarie è rappresentato dai **servizi**, intesi come insieme di funzioni a supporto del sistema consortile e della denominazione nel suo complesso. In tale contesto rientrano le attività di ricerca scientifica, volte ad approfondire e aggiornare le conoscenze relative al prodotto e al suo contesto di riferimento, in un costante equilibrio fra innovazione, continuità produttiva e tradizione. I servizi

di supporto ai consorziati sono finalizzati a favorire l'allineamento alle regole consortili e a rafforzare la capacità di risposta alle evoluzioni normative e di mercato, attraverso servizi operativi e di assistenza tecnica. A questi si affiancano le iniziative di formazione rivolte alla comunità in senso lato, che contribuiscono a diffondere una cultura del consumo consapevole e a rafforzare ulteriormente la credibilità e la trasparenza della denominazione DOP.

Le **Attività di Supporto** comprendono l'insieme delle funzioni che sostengono e rendono possibile lo svolgimento delle attività primarie. Pur non generando valore immediatamente visibile, esse sono essenziali per l'efficacia, la coerenza e la continuità dell'azione consortile e sostengono un modello organizzativo complesso, fondato sulla rappresentanza collettiva, sulla tutela di un bene comune e sull'equilibrio tra interessi eterogenei.

L'**assetto istituzionale e la direzione strategica** rappresentano il fulcro delle attività infrastrutturali consortili. Attraverso i propri organi decisionali, il Consorzio definisce gli indirizzi strategici, le priorità di intervento e le politiche di lungo periodo, assicurando coerenza tra missione istituzionale, quadro normativo e dinamiche di mercato. La governance consortile svolge inoltre una funzione essenziale di mediazione e coordinamento, garantendo rappresentatività, trasparenza decisionale e continuità dell'azione nel tempo.

La **struttura organizzativa e la gestione delle risorse umane** costituiscono un ulteriore ambito chiave delle attività infrastrutturali. Il Consorzio valorizza il capitale umano nelle sue competenze specialistiche di varia natura e nella relativa organizzazione interna, strutturata in modo da integrare tali competenze, favorendo l'efficienza operativa, la qualità dei processi decisionali e la capacità di rispondere in modo tempestivo alle evoluzioni del contesto.

Infine, le **attività infrastrutturali** supportano l'operatività del Consorzio e ne rafforzano l'affidabilità complessiva. In questo ambito rientrano i sistemi informativi e la loro digitalizzazione, la cura del patrimonio consortile e i sistemi di certificazione della qualità e della sicurezza e i modelli di gestione del rischio. Tali attività consentono di gestire in modo strutturato le informazioni, di supportare le decisioni strategiche e di garantire livelli adeguati di trasparenza e accountability nei confronti degli stakeholder.

L'analisi della catena del valore, evidenziando come il Consorzio crea e presidia valore attraverso le proprie attività, costituisce la base per comprenderne il modello di business.

A partire da tale struttura operativa è quindi possibile descrivere il modello attraverso cui il Consorzio organizza risorse, attività e relazioni per generare valore nel tempo.



GOVERNARE IL VALORE: IL MODELLO DI BUSINESS DEL CONSORZIO

Il modello di business rappresenta il modo in cui un'organizzazione crea e sostiene valore nel tempo attraverso l'impiego delle proprie risorse, attività e relazioni.

Il modello di business del Consorzio si fonda su una logica di creazione di valore di lungo periodo attraverso la tutela e la valorizzazione della denominazione DOP a beneficio dei consorziati, della filiera e del territorio. In questo contesto, la sostenibilità rappresenta un fattore strategico per la continuità, la credibilità e la competitività della denominazione.

In questo quadro, il Consorzio opera come soggetto di coordinamento e supporto della filiera, promuovendo l'eccellenza produttiva, una governance responsabile e la valorizzazione strategica del marchio Grana Padano DOP. L'integrazione dei principi di sostenibilità nelle dimensioni ambientale, sociale e di governance contribuisce a rafforzare nel tempo la credibilità del Consorzio nei confronti delle istituzioni, dei mercati e dei consumatori.

Al centro del modello di business vi è la proposta di valore, che consiste nella rafforzamento dell'identità del marchio e della qualità del Grana Padano DOP, ed è sostenuta dalle attività primarie e di supporto. Tale proposta di valore, per i consorziati si traduce nella possibilità di operare all'interno di un sistema che valorizza il prodotto, ne sostiene il posizionamento sul mercato e ne difende il valore economico, mentre per i consumatori essa è la certezza di acquistare un prodotto di alta qualità, controllato e riconoscibile.

In termini sostanziali, il valore creato dal Consorzio è prevalentemente immateriale e si manifesta nella protezione del marchio, nella reputazione della denominazione, nella fiducia dei consumatori e nella continuità della filiera produttiva. Si tratta di un valore collettivo, di cui beneficiano sia i consorziati sia i consumatori e il territorio contribuendo a rafforzare la competitività della DOP sui mercati nazionali e internazionali. Il Consorzio genera tale valore attraverso la combinazione coerente di attività, risorse e partner chiave. Le attività chiave sono quelle iden-

tificate nella catena del valore.

Le risorse chiave comprendono sia asset materiali sia, soprattutto, risorse immateriali e competenze specialistiche, quali il marchio, il disciplinare, il patrimonio informativo, le professionalità interne e le relazioni istituzionali, che consentono al Consorzio di presidiare in modo efficace il valore della DOP.

I partner chiave sono gli attori esterni con cui il Consorzio collabora per sostenere la denominazione DOP, amplificare l'efficacia delle proprie attività e rafforzare la credibilità del sistema, contribuendo in modo complementare alla creazione e alla tutela del valore collettivo.

Affinché il valore creato sia effettivamente percepito, il Consorzio individua i propri stakeholder di riferimento, costruisce con essi relazioni di fiducia e utilizza canali di comunicazione idonei a trasmettere in modo chiaro il valore della denominazione.

Gli stakeholder chiave sono i soggetti che, a diverso titolo, interagiscono con il Consorzio e contribuiscono al rafforzamento della reputazione e del posizionamento del Grana Padano DOP nei mercati di riferimento.

Si tratta di un insieme articolato di interlocutori che condividono l'interesse alla tutela e alla valorizzazione della denominazione e che rappresentano il riferimento dell'azione istituzionale del Consorzio, orientata a:

- tutelare gli interessi collettivi della filiera;
- garantire la qualità e l'integrità della denominazione;

- rafforzare la reputazione del Grana Padano DOP;
- favorire il coordinamento tra gli operatori del sistema.

Le relazioni costituiscono un elemento centrale per veicolare il valore creato dal Consorzio, allineare le aspettative degli stakeholder e diffondere il valore immateriale del marchio. Esse vanno oltre la semplice interazione commerciale e comprendono le relazioni con i consorziati, fondamentali per garantire il rispetto degli stan-

dard e la coesione del sistema; con i consumatori, alla base della fiducia e della consapevolezza verso la denominazione; e con le istituzioni e i partner esterni, nell'ambito del dialogo istituzionale e della rappresentanza del Grana Padano DOP a livello nazionale e internazionale. I canali permettono di trasmettere il valore creato agli stakeholder, veicolando informazioni e servizi e rafforzando la coerenza e la trasparenza dell'impegno del Consorzio, consolidando fiducia e reputazione.

Partner chiave	Attività chiave	Proposta di valore	Relazioni	Stakeholder
Consorziati Enti di certificazione Centri di ricerca Istituzioni nazionali e internazionali	Tutela Informazione e promozione Servizi Governance e direzione strategica Gestione delle risorse umane Infrastrutture e sistemi di gestione	Valorizzazione identitaria del marchio e della qualità del Grana Padano DOP	Supporto ai consorziati Informazioni ai consumatori e ai mercati Dialogo istituzionale	Consorziati Consumatori Mercati e operatori commerciali Comunità e territorio Istituzioni nazionali e internazionali
	Risorse chiave		Canali di comunicazione	
Costi operativi 78.157 (euro/000)		Ricavi operativi 78.515 (euro/000)		

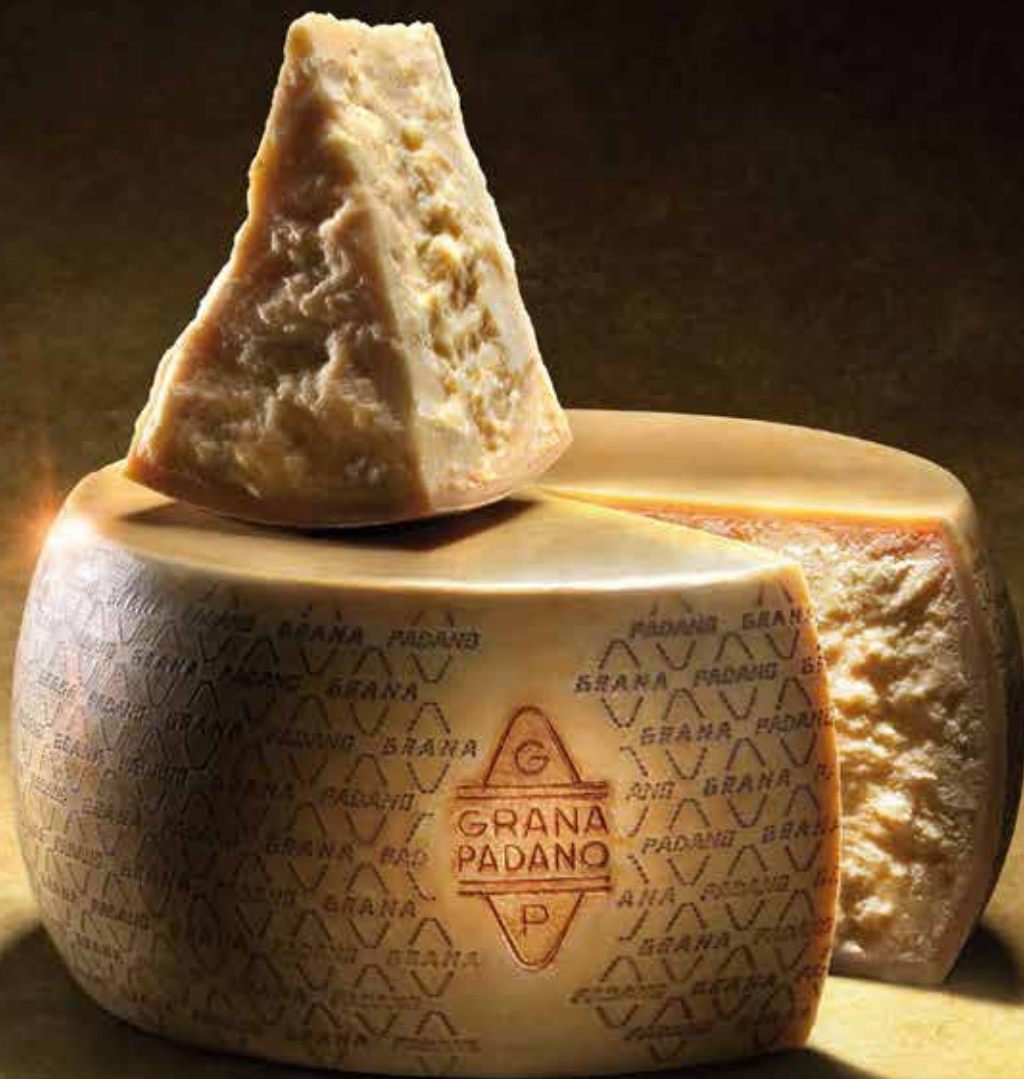
La capacità del Consorzio di governare la catena del valore attraverso un modello di business condiviso rappresenta un elemento chiave per ridurre i rischi, rafforzare la resilienza e preservare la competitività del Grana Padano DOP nel lungo periodo.

RELAZIONE SULLA GESTIONE



Parte 1

PROFILO DEL CONSORZIO: ATTIVITÀ E RISULTATI



1.1 HIGHLIGHTS ECONOMICO-FINANZIARI

QUADRO MACRO ECONOMICO

Nel 2025 l'economia globale ha proseguito con una crescita moderata e disomogenea, in un contesto che, pur mostrando segnali di progressivo rientro dell'inflazione, è rimasto caratterizzato da un livello ancora elevato di incertezza geopolitica e da condizioni finanziarie solo gradualmente in miglioramento. Il commercio internazionale ha continuato a risentire delle tensioni in alcune aree strategiche e delle criticità logistiche sulle principali rotte marittime, con effetti ancora rilevanti sui costi di trasporto e sulle catene di approvvigionamento, seppur in attenuazione rispetto all'esercizio precedente.

L'Eurozona ha registrato nel complesso una crescita contenuta, con un PIL in aumento a ritmi moderati e una domanda interna ancora prudente, sebbene in progressivo recupero grazie al graduale miglioramento delle condizioni finanziarie. Nel corso del 2025 la Banca Centrale Europea (BCE) ha mantenuto un orientamento improntato alla prudenza, accompagnando il rientro dell'inflazione con una progressiva stabilizzazione e avvio di riduzione dei tassi di interesse, senza tuttavia adottare una politica monetaria fortemente espansiva.

L'Euribor a 12 mesi, dopo i livelli particolarmente elevati registrati nel biennio precedente, ha mostrato nel corso del 2025 una progressiva riduzione, pur rimanendo su valori superiori al periodo pre-pandemico, continuando a rappresentare un elemento di attenzione per il costo del credito e per la gestione finanziaria delle imprese e delle famiglie.

Valore medio Euribor 12 mesi

2022	2023	2024	2025
1,27%	3,87%	3,28%	2,22%

Negli Stati Uniti, la Federal Reserve ha proseguito nel corso del 2025 il percorso di graduale normalizzazione della politica monetaria avviato nella parte finale

del 2024, con ulteriori interventi di riduzione dei tassi di riferimento, in risposta al rallentamento dell'inflazione e a un mercato del lavoro meno teso rispetto al biennio precedente. L'orientamento della politica monetaria è rimasto tuttavia prudente, in considerazione delle incertezze macroeconomiche e della necessità di preservare la stabilità finanziaria.

In Italia, il quadro macroeconomico del 2025 è rimasto complessivamente fragile, con un'economia in crescita a ritmi modesti. La dinamica economica è stata sostenuta in parte dalle esportazioni e da alcuni comparti manifatturieri e dei servizi, ma ha continuato a risentire di una domanda interna ancora cauta e di un costo del credito solo gradualmente in riduzione. Il rallentamento dell'inflazione ha contribuito ad attenuare la pressione sui costi di produzione, mentre il progressivo allentamento delle condizioni finanziarie ha iniziato a favorire una graduale ripresa degli investimenti, pur in un contesto ancora selettivo.

Il settore agroalimentare ha continuato ad affrontare nel 2025 uno scenario complesso, influenzato dall'andamento dei costi logistici, dall'evoluzione dei mercati internazionali e dalla persistenza di fattori geopolitici che hanno condizionato la regolarità dei flussi commerciali.

La maggiore stabilizzazione dei costi energetici e di trasporto ha tuttavia contribuito ad una parziale normalizzazione delle condizioni operative rispetto agli esercizi precedenti.

Le prospettive per il 2026 dipenderanno in larga parte dall'evoluzione dello scenario geopolitico e dalle ulteriori decisioni delle banche centrali in materia di politica monetaria. Un eventuale consolidamento del percorso di riduzione dei tassi di interesse da parte della BCE potrebbe favorire un miglioramento delle condizioni di finanziamento per imprese e famiglie, sostenendo una crescita economica più equilibrata e un progressivo rafforzamento degli investimenti.

COMMENTO AI RISULTATI ECONOMICO-FINANZIARI

Euro/000	Esercizio 2025	Esercizio 2024	Variazione
A) Valore della Produzione			
A1) Ricavi delle vendite e delle prestazioni	73.468	60.870	12.598
A5) Altri ricavi e proventi	5.047	4.633	414
Totale Valore della Produzione	78.515	65.503	13.012
B) Costi della Produzione			
B6) Materie prime, sussidiarie di consumo e merci	(2.087)	(1.885)	(202)
B7) Costi per servizi	(68.182)	(56.530)	(11.652)
B8) Costi per godimento beni di terzi	(6)	(6)	-
B9) Costi per il personale	(5.555)	(5.078)	(477)
B10) Ammortamenti e svalutazioni	(814)	(787)	(27)
B11) Variazione delle rimanenze materie prime, sussidiarie e merci	129	217	(88)
B12) Accantonamento per rischi ed oneri	-	(150)	150
B14) Oneri diversi di gestione	(1.642)	(988)	(654)
Totale Costi della Produzione	(78.157)	(65.207)	(12.950)
Differenza tra Valore e Costi della Produzione (A-B)	358	296	62
C) Oneri e Proventi Finanziari			
C16) Altri proventi finanziari	34	70	(36)
C17) Interessi e altri oneri finanziari	(177)	(119)	(58)
C17 bis) Utili e perdite su cambi	3	(39)	42
C) Totale Oneri e Proventi Finanziari	(140)	(88)	(52)
D) Rettifiche Attività Finanziarie	-	-	-
Risultato Prima delle Imposte	218	208	10
E) Imposte sul Reddito			
a) Imposte sul reddito d'esercizio	(178)	(87)	(91)
Risultato d'Esercizio	40	121	(81)

Nel 2025 i ricavi complessivi del Consorzio si attestano a euro 78.515 mila, in crescita di euro 13.012 mila rispetto all'esercizio precedente.

L'andamento dei ricavi è riconducibile principalmente alla contribuzione consortile. In particolare, i Ricavi delle vendite aumentano da euro 60.870 mila a euro 73.468 mila (+20,7%), per effetto:

- dell'aumento del contributo aggiuntivo connesso alle nuove assegnazioni produttive deliberate dall'assemblea nel dicembre 2024;
- dall'incremento della contribuzione differenziata rispetto all'esercizio precedente.

Tali effetti sono stati solo parzialmente compensati dalla riduzione della contribuzione ordinaria, conse-

quente allo sconto di euro 2,85 a forma deliberato dal Consiglio di Amministrazione e applicato limitatamente all'esercizio 2025.

L'incremento degli "Altri ricavi e proventi" è prevalentemente riconducibile ai contributi ottenuti nell'ambito di progetti cofinanziati dall'Unione Europea, destinati al sostegno delle attività di promozione e valorizzazione della DOP sui mercati esteri.

In continuità con gli esercizi precedenti, nel corso del 2025 le risorse disponibili hanno consentito di rafforzare le iniziative promozionali sui mercati internazionali, che hanno interessato oltre il 50% della produzione marchiata, confermando il progressivo orientamento internazionale del Consorzio.

Parallelamente sono proseguite le attività sul mercato interno, con particolare attenzione ai progetti collegati ai Giochi Olimpici e Paralimpici Invernali Milano-Cortina 2026, nell'ambito dei quali si inserisce anche la produzione del nuovo spot istituzionale a supporto delle campagne di comunicazione.

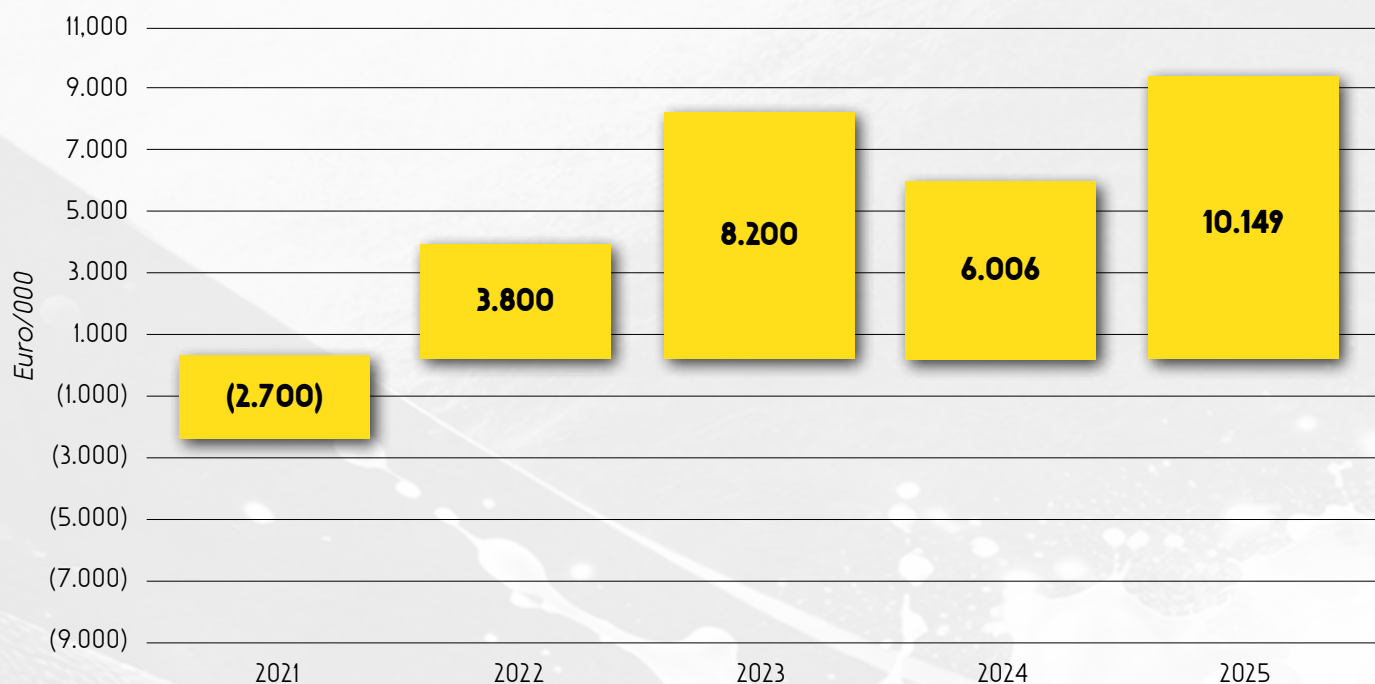
La gestione economica si è mantenuta equilibra-

ta, anche grazie a un presidio attento dei costi di struttura, risultati coerenti con le attività operative e con le scelte gestionali adottate.

Il risultato prima delle imposte è pari a euro 218 mila in leggero aumento rispetto all'esercizio precedente; il carico fiscale ammonta a euro 178 mila.

L'esercizio 2025 si chiude pertanto con un utile netto di euro 40 mila.

POSIZIONE FINANZIARIA NETTA



Sotto il profilo finanziario, l'esercizio 2025 si chiude con una Posizione Finanziaria Netta positiva pari a euro 10,1 milioni, in aumento rispetto ad euro 6,0 milioni registrati al 31 dicembre 2024. Nel corso dell'esercizio si è registrata una generazione di cassa complessiva pari a euro 4,1 milioni, riconducibile prevalentemente alla va-

riazione positiva del capitale circolante netto, e in particolare all'andamento dei debiti commerciali.

La composizione dei ricavi, il dettaglio dei costi e le variazioni intervenute rispetto al precedente esercizio sono illustrate con maggior dettaglio nella Nota Integrativa.

Al Collegio Sindacale è stata affidata la funzione di vigilanza (art. 2403 c.c.) sull'osservanza della legge e dello statuto dall'Assemblea dei Consorziati in data 18 aprile 2024. La medesima Assemblea ha

incaricato la società EY S.p.A., della revisione volontaria del Bilancio d'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 2025 e, in continuità con quanto deliberato negli anni

precedenti, propone di destinare l'utile d'esercizio, pari a euro 39.766, ad incremento del fondo consortile.

1.2 OVERVIEW DEI DATI DI PRODUZIONE E DELLE VENDITE IN ITALIA E ALL'ESTERO

Il Consorzio di Tutela presidia l'intero processo produttivo, dalla produzione del formaggio fino alla marchiatura, assicurando il rispetto degli standard qualitativi previsti dal disciplinare e una gestione efficiente della contribuzione.

Attraverso l'Ufficio Gestione Dati, mantiene un dialogo costante con i caseifici produttori, fornendo supporto operativo e garantendo un monitoraggio puntuale dell'andamento del Piano Produttivo⁽¹⁾.

Con cadenza annuale, il Consorzio condivide con Nomisma i principali dati quantitativi e qualitativi funzionali alla redazione della Relazione sul Piano Produttivo, contribuendo all'analisi delle dinamiche del settore. Parallelamente, il Consorzio gestisce i conteggi della contribuzione differenziata e aggiorna i relativi parametri produttivi, con l'obiettivo di mettere a disposizione dei consorziati strumenti informativi sempre più accurati.

Il controllo della qualità rappresenta un elemento centrale dell'attività consortile. Su base giornaliera, i caseifici ricevono analisi su latte e formaggio nell'ambito del sistema di autocontrollo previsto dal Piano dei Controlli del Grana Padano DOP. Le attività di elaborazione e rendicontazione periodica consentono di verificare il rispetto dei requisiti disci-

plinari, contribuendo alla tutela della qualità e della reputazione della denominazione.

Il Consorzio opera, inoltre, in coordinamento con CSQA, ente di certificazione incaricato del rilascio dell'autorizzazione alla marchiatura, assicurando che solo le forme conformi agli standard previsti possano fregiarsi del marchio Grana Padano DOP.

Il database DBGranaPadano, accessibile ai caseifici tramite il portale consortile, costituisce uno strumento centrale per la gestione e la tracciabilità della produzione. Ogni forma viene registrata e monitorata, consentendo ai consorziati di consultare dati produttivi, analisi di latte e formaggio con i relativi certificati, nonché report periodici e trend di settore. Nel corso dell'esercizio, il sistema è stato ulteriormente implementato con riferimento alle previsioni mensili e alle certificazioni della contribuzione differenziata, nonché alle assegnazioni annuali.

L'esperienza maturata e la disponibilità di dati strutturati consentono all'Ufficio Gestione Dati di fornire un supporto informativo qualificato sia ai consorziati sia agli organi di governo del Consorzio, a sostegno delle attività operative e dei processi decisionali.

(1) Il Piano Produttivo, attivo dal 2006 su iniziativa dei consorziati, costituisce lo strumento di governo della produzione e della crescita, funzionale a garantire al Consorzio risorse adeguate a sostenere lo sviluppo dei consumi di Grana Padano DOP.

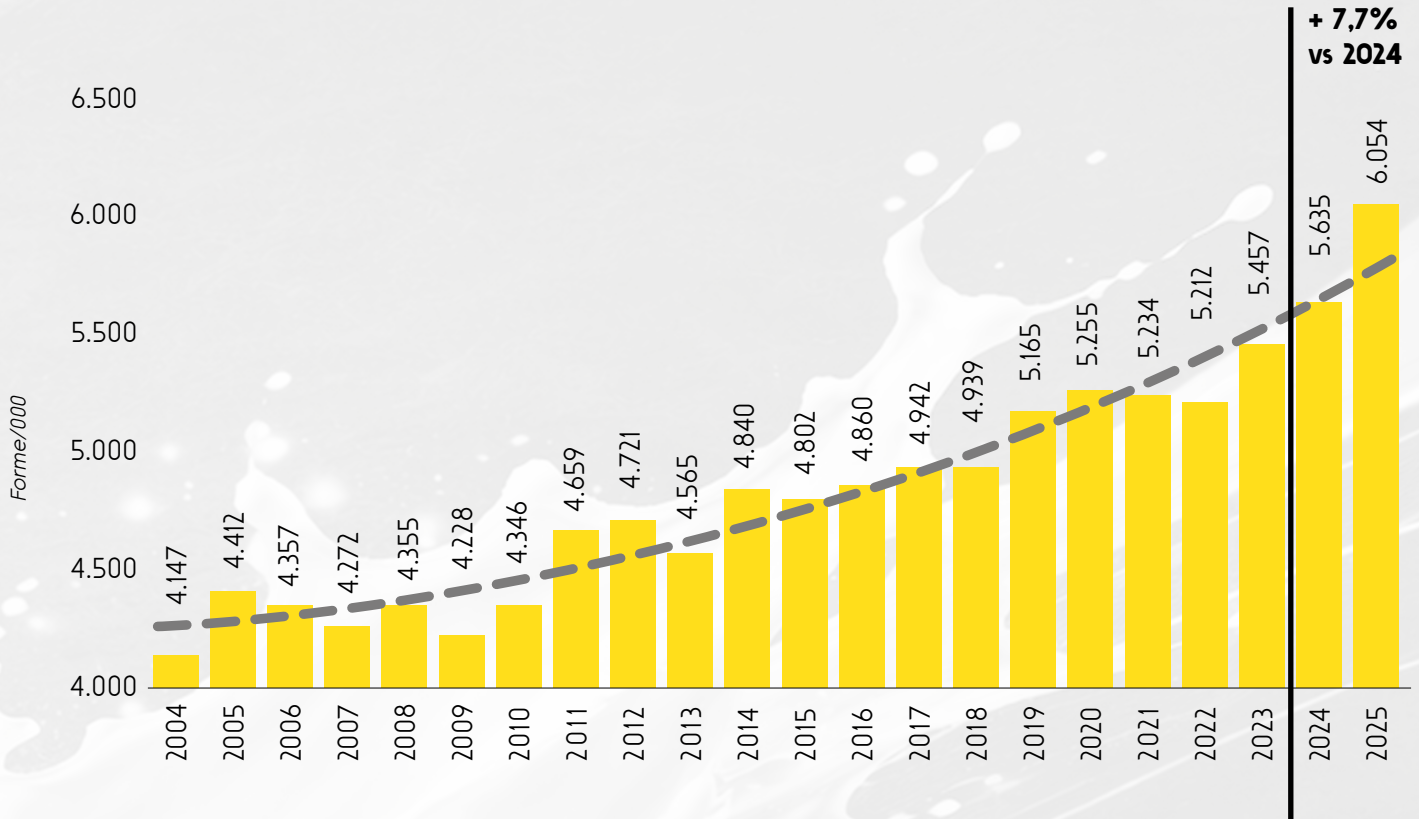
PRODUZIONE 2025 ANDAMENTO QUANTITATIVO

Nel 2025 la produzione di formaggio dei caseifici consorziati ha raggiunto 6.053.690 di forme (+7,4% rispetto al 2024), pari a circa 2.361.797 quintali di

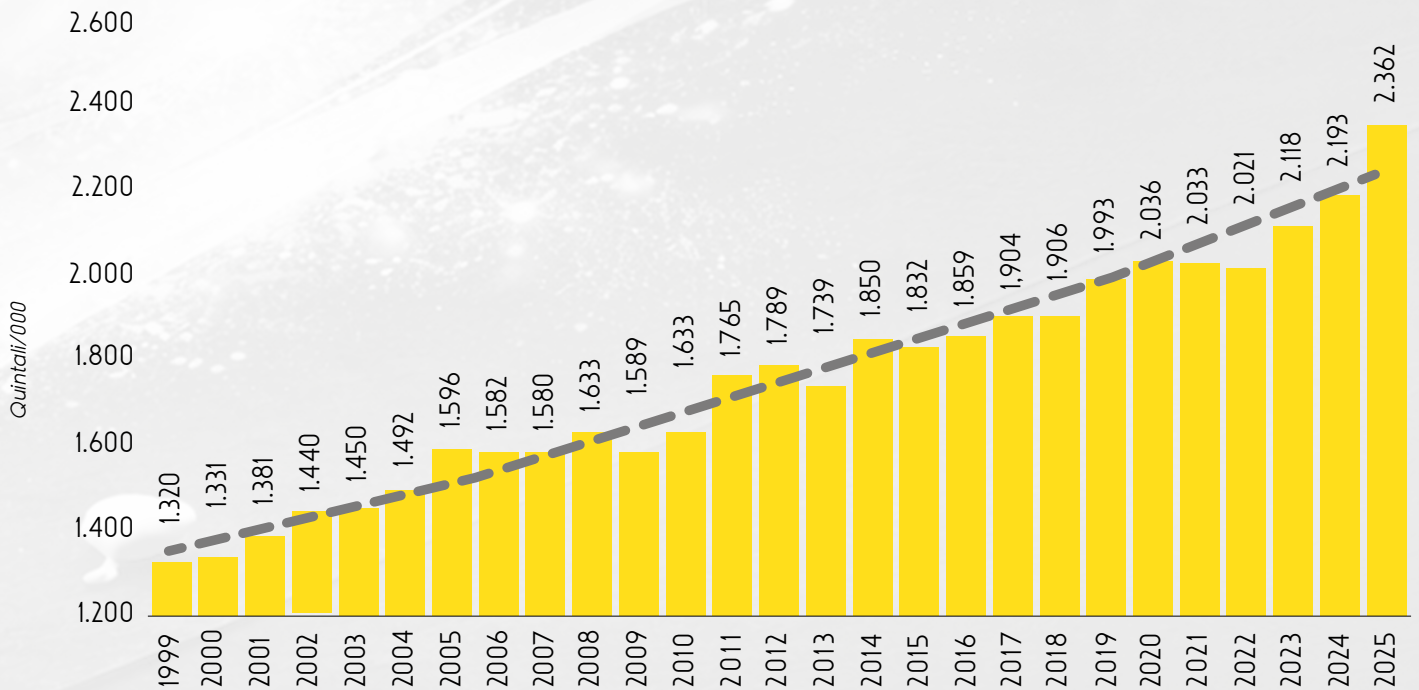
formaggio (+7,7% rispetto al 2024). L'andamento produttivo ha registrato incrementi più marcati nel secondo (+7,8%) e nel terzo quadrimestre (+11,6%), mentre nel primo quadrimestre la dinamica è risultata più contenuta (+3,7%)

Mese	2023	2024	2025	Var. % 2024/2023	Var. % 2025/2024	CAGR 2025-2023
Gennaio	505.073	518.660	536.943	2,7%	3,5%	3,1%
Febbraio	479.002	511.851	510.977	6,9%	-0,2%	3,3%
Marzo	546.755	557.236	584.145	1,9%	4,8%	3,4%
Aprile	529.305	539.785	575.179	2,0%	6,6%	4,2%
1° Quadrimestre	2.060.135	2.127.532	2.207.244	3,3%	3,7%	3,5%
Maggio	519.452	532.242	560.690	2,5%	5,3%	3,9%
Giugno	467.324	476.598	487.848	2,0%	2,4%	2,2%
Luglio	384.679	399.683	430.095	3,9%	7,6%	5,7%
Agosto	373.123	369.676	438.511	-0,9%	18,6%	8,4%
2° Quadrimestre	1.744.578	1.778.199	1.917.144	1,9%	7,8%	4,8%
Settembre	334.349	346.213	403.432	3,5%	16,5%	9,8%
Ottobre	392.620	415.941	473.389	5,9%	13,8%	9,8%
Novembre	418.910	440.725	484.616	5,2%	10,0%	7,6%
Dicembre	505.908	526.543	567.865	4,1%	7,8%	5,9%
3° Quadrimestre	1.651.787	1.729.422	1.929.302	4,7%	11,6%	8,1%
Totale Forme	5.456.500	5.635.153	6.053.690	3,3%	7,4%	5,3%
<i>Peso medio (kg)</i>	38,8	38,9	39,0	0,2%	0,3%	0,2%
<i>Quintali prodotti</i>	2.118.307	2.192.593	2.361.797	3,5%	7,7%	5,6%

Il grafico seguente illustra la produzione dei Caseifici Consorziati negli ultimi 22 anni.



Di seguito è riportato il grafico dei dati di produzione dei caseifici consorziati, espressi in quintali, a partire dal 1999, anno successivo all'istituzione della DOP Grana Padano avvenuta nel 1998.



Analizzando la produzione 2025 su base territoriale la provincia di Mantova si conferma l'area più produttiva, con 1.820.440 forme, pari al 30,1% della produzione

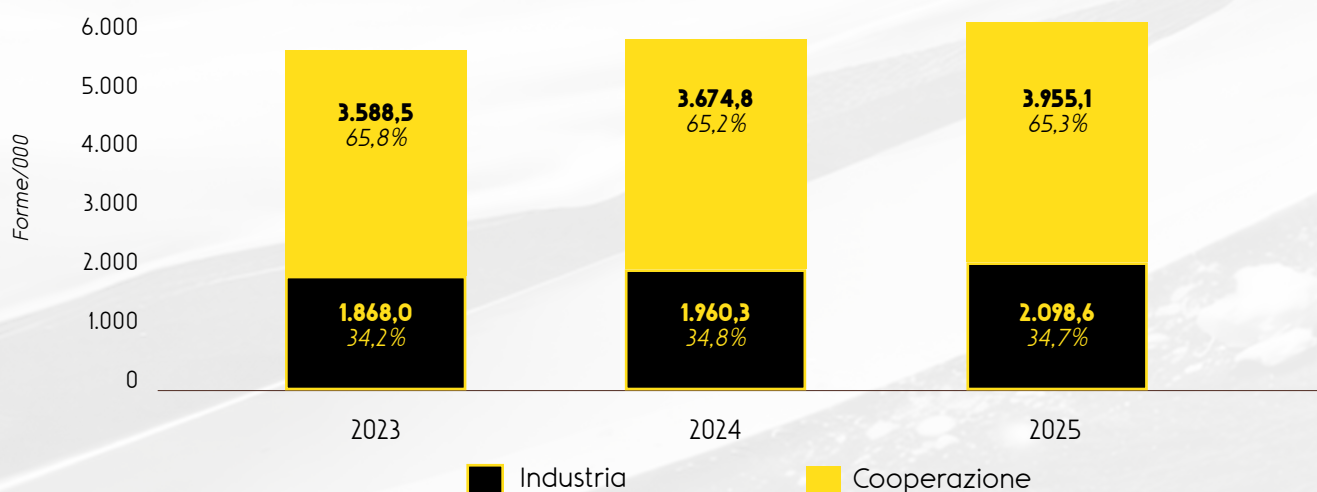
complessiva (a fronte del 30,2% registrato nel 2024). La tabella seguente riporta il dettaglio della produzione per provincia e per regione.

Provincia	N. Caseifici	Forme Prodotte	%
Mantova	27	1.820.440	30,1%
Brescia	29	1.521.237	25,1%
Cremona	9	958.607	15,8%
Bergamo	3	129.099	2,1%
Lodi	4	104.311	1,7%
Lombardia	72	4.533.694	74,9%
Piacenza	19	691.725	11,4%
Emilia Romagna	19	691.725	11,4%
Padova	2	141.041	2,3%
Rovigo	1	18.629	0,3%
Vicenza	11	368.419	6,1%
Verona	11	110.538	1,8%
Veneto¹	25	638.627	10,5%
Trento	15	137.785	2,3%
Trentino Alto Adige	15	137.785	2,3%
Cuneo	3	51.859	0,9%
Piemonte	3	51.859	0,9%
Totale Prodotto	134	6.053.690	100,0%

¹ Considerando anche il latte proveniente dalle stalle venete lavorato per la produzione di Grana Padano sia dentro che fuori regione, la percentuale raggiunge il 14,0%.

Nel 2025, la produzione imputabile al sistema della Cooperazione ha raggiunto 3.955.111 forme, pari al 65,3% del totale, in lieve aumento rispetto al 65,2% registrato nel 2024. La produzione riconducibile al

sistema industriale si è attestata a 2.098.579 forme, pari al 34,7%, in lieve diminuzione rispetto al 34,8% dell'anno precedente.



PRODUZIONE 2025 - ANDAMENTO QUALITATIVO

Oltre alla rilevazione e alla rendicontazione delle quantità di formaggio prodotto e di latte lavorato, il Consorzio svolge attività di analisi orientata all'evoluzione qualitativa del prodotto, con particolare attenzione alla qualità del latte destinato alla produzione di Grana Padano.

La crescente attenzione dei consorziati alla valorizzazione delle produzioni di qualità, unitamente all'impegno del Consorzio nelle attività di controllo svolte in collaborazione con gli enti competenti, ha consentito al sistema Grana Padano di registrare nel tempo un significativo miglioramento qualitativo, accompagnato da livelli di conformità agli standard particolarmente elevati.

L'analisi dei dati relativi al rapporto grasso/casei-

na evidenzia un'evoluzione positiva nel corso degli anni. In particolare, assumendo come riferimento il 2008, anno in cui è stato introdotto un limite alle produzioni eccessivamente grasse che incidavano negativamente sulla qualità del formaggio, il numero di analisi fuori dai parametri stabiliti si è ridotto dell'83,4%, mentre la media del rapporto grasso/caseina ha registrato una diminuzione dell'1,4%

La percentuale di caseina nel latte lavorato, indicatore chiave della qualità della materia prima, è aumentata dell'8,3% rispetto al 2008 e del 10,9% rispetto al 2004. Il dato è espresso come grammi di caseina per 100 grammi di prodotto ed è ottenuto convertendo le analisi dei laboratori che utilizzano ancora il metodo di misurazione peso/volume.



Anno	Latte in caldaia	Analisi Grasso/Caseine ¹ fuori parametro	% su Totale	Rapporto medio Grasso/Caseine Media annua	Caseina Media nel latte %
2004	1.822	388	21,3%	1,010	2,494
2005	1.745	425	24,4%	1,016	2,504
2006	1.702	436	25,6%	1,022	2,521
2007	1.397	313	22,4%	1,020	2,522
2008	1.614	368	22,8%	1,018	2,554
2009	1.467	183	12,5%	0,991	2,602
2010	1.833	267	14,6%	0,996	2,609
2011	1.831	153	8,4%	0,989	2,614
2012	1.868	217	11,6%	1,001	2,639
2013	1.848	158	8,5%	0,998	2,630
2014	1.819	136	7,5%	0,997	2,608
2015	1.852	199	10,7%	1,006	2,602
2016	1.779	160	9,0%	1,005	2,614
2017	1.881	176	9,4%	1,006	2,637
2018	1.755	122	7,0%	1,002	2,645
2019	1.771	82	4,6%	1,001	2,672
2020	1.370	95	6,9%	1,002	2,679
2021	1.751	109	6,2%	1,005	2,677
2022	1.677	80	4,8%	1,007	2,679
2023	1.555	65	4,2%	0,994	2,718
2024	1.649	78	4,7%	0,997	2,747
2025	1.733	61	3,5%	1,004	2,766

Variazione rapporto medio Grasso Caseine 2025/2008 -1,4%

Variazione casi di analisi al di fuori dei parametri 2025/2008 -83,4%

Incremento rapporto Caseina / latte (g/100g) 2025/2008 8,3%

Incremento rapporto Caseina / latte (g/100g) 2025/2004 10,9%

⁽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 1,15 per le due munte di cui una decremata.

Di seguito sono riportate le analisi medie condotte sul latte in arrivo in caseificio e sul latte in caldaia, che evidenziano le principali differenze sia nel tempo, legate alla stagionalità, sia tra le diverse aree geografiche di produzione. Dai dati emerge che in tutte le province con lavorazione tradizionale i va-

lori della caseina sono compresi tra 2,735 e 2,790, evidenziando un significativo miglioramento qualitativo rispetto al dato medio del 2004, pari a 2,494. La provincia di Trento presenta valori ancora più elevati in quanto, come noto, utilizza una tecnica produttiva differente, prevista dal disciplinare

Mesi	Latte in arrivo			Latte in caldaia			Caseina	Grasso/ Caseina
	Fosfatasi	Grasso	Proteine	Fosfatasi	Grasso	Proteine		
Gennaio	4.877	4,090	3,360	4.099	2,854	3,540	2,810	1,016
Febbraio	3.956	4,450	3,450	4.145	2,800	3,510	2,798	1,001
Marzo	4.258	4,230	3,460	4.259	2,807	3,481	2,774	1,012
Aprile	4.264	4,030	3,350	4.499	2,773	3,466	2,759	1,005
Maggio	4.432	3,940	3,330	4.938	2,734	3,434	2,730	1,001
Giugno				5.268	2,688	3,380	2,689	1,000
Luglio	5.977	3,880	3,300	5.563	2,644	3,386	2,678	0,987
Agosto	4.930	3,890	3,280	5.344	2,709	3,436	2,724	0,994
Settembre	5.011	4,060	3,300	5.415	2,768	3,489	2,762	1,002
Ottobre	6.351	4,310	3,480	4.900	2,833	3,549	2,822	1,004
Novembre				4.725	2,837	3,557	2,825	1,004
Dicembre	4.439	4,120	3,400	4.499	2,873	3,558	2,829	1,016

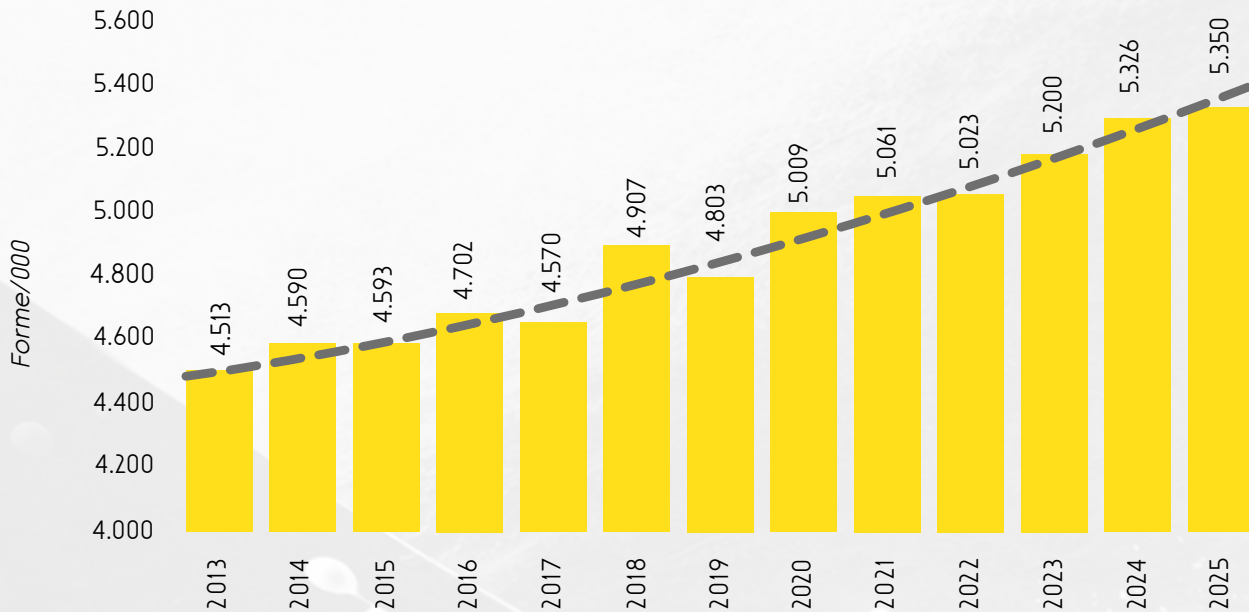
Province	Latte in arrivo			Latte in caldaia			Caseina	Grasso/ Caseina
	Fosfatasi	Grasso	Proteine	Fosfatasi	Grasso	Proteine		
Bergamo				4.828	2,807	3,518	2,773	1,012
Brescia	4.850	4,100	3,371	4.824	2,762	3,476	2,754	1,003
Cremona				4.729	2,813	3,499	2,768	1,016
Lodi/Pavia				4.800	2,813	3,525	2,790	1,008
Mantova				4.719	2,655	3,473	2,735	0,971
Piacenza				4.692	2,776	3,499	2,781	0,998
Padova/Rovigo				5.065	2,749	3,475	2,745	1,001
Vicenza				4.572	2,771	3,450	2,763	1,003
Verona				4.775	2,862	3,488	2,799	1,023
Cuneo				4.650	2,775	3,456	2,771	1,002
Trento				4.729	2,738	3,426	2,738	1,000

ANDAMENTO USCITE DI FORMAGGIO MARCHIATO DAI MAGAZZINI DEI CONSORZIATI

Sulla base dei dati disponibili relativi alle giacenze di Grana Padano nei magazzini dei consorziati (formaggio marchiato), ai livelli di produzione, alle marchiature mensili e al formaggio retinato, il Consorzio

è in grado di stimare i flussi di uscita delle forme nei diversi esercizi.

Di seguito sono pertanto riportati i quantitativi di formaggio marchiato in uscita per il periodo 2013–2025.



ANALISI DELLE VENDITE IN ITALIA SUL MERCATO RETAIL

ANDAMENTO DEL MERCATO

Nel 2025 il mercato italiano dei formaggi duri tipici ha registrato volumi complessivi pari a circa 139 mila tonnellate, evidenziando una contrazione del 2,0% rispetto all'esercizio precedente.

La flessione dei volumi è stata tuttavia accompagnata da un marcato incremento dei prezzi medi (+10,6%), che ha determinato una crescita significativa del valore complessivo del mercato, stimabile in quasi 200 milioni di euro aggiuntivi rispetto al 2024. Il fatturato complessivo della categoria si attesta così intorno a 2,5 miliardi di euro.

All'interno di tale contesto, il Grana Padano, comprensivo del Trentingrana, si conferma leader della categoria, con una quota del 44,1% a volume. Il segmento evidenzia una dinamica positiva dei

volumi (+1,6%) e una crescita a doppia cifra del fatturato (+12,7%), superando per la prima volta la soglia di 1 miliardo di euro di ricavi, anche grazie al favorevole mix tra prezzi e posizionamento di mercato.

Dopo un lungo periodo di crescita, il Parmigiano Reggiano registra invece nel 2025 una significativa contrazione dei volumi (-12,4%), con una riduzione della quota di mercato al 31,6%, in calo di circa 4 punti percentuali rispetto all'anno precedente.

Risultano infine in crescita gli Altri formaggi duri, che mostrano un incremento dei volumi di mercato +7,8%, raggiungendo una quota complessiva del 24,4%, a testimonianza di una maggiore articolazione dell'offerta all'interno della categoria.

	Variatione 2025 vs 2024	Mercato Formaggi Duri 2025
Grana Padano	1,6%	44,1%
Parmigiano Reggiano	-12,7%	31,6%
Altri formaggi duri	7,8%	24,3%
Totale Formaggi duri	-2,0%	100,0%

PREZZI MEDI DI VENDITA

Il prezzo medio del Grana Padano nel 2025 si è attestato a 16,75 euro/kg, registrando una crescita del 10,9% rispetto all'anno precedente.

Anche nel confronto con gli altri principali formaggi duri si osserva un generalizzato aumento dei prezzi:

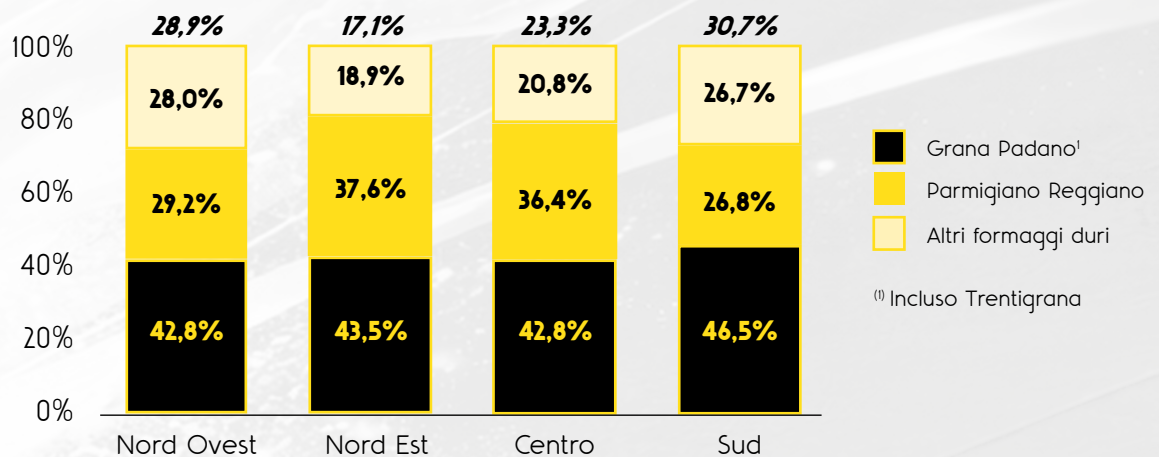
- Trentingrana: 17,58 euro/kg (+11,2%);
- Parmigiano Reggiano: 21,85 euro/kg (+15,8%);
- Altri formaggi duri: 14,41 euro/kg (+6,3%).

L'andamento dei prezzi conferma il posizionamento competitivo del Grana Padano rispetto al Parmigiano Reggiano, il cui differenziale di prezzo si è ulteriormente ampliato.

VENDITE PER AREA GEOGRAFICA (VOLUMI)

Nel Nord-ovest la categoria registra una flessione dei volumi pari al 2,5%, con una quota che si attesta al 28,9% (-0,2 punti); nell'area, la quota del Grana Padano raggiunge il 42,8% (+1,1 punti), mentre il Parmigiano Reggiano, con una quota del 29,2%, perde 3,8 punti, a vantaggio soprattutto degli Altri formaggi duri, che

salgono al 28,0% (+2,7 punti). Il Nord-est risulta l'area più critica per la categoria, con una contrazione dei volumi del 3,9% e una quota del 17,1% (-0,4 punti); in tale contesto il Grana Padano consolida la leadership al 43,5% (+1,6 punti), a fronte di un Parmigiano Reggiano che scende al 37,6% (-3,8 punti), mentre gli Altri formaggi duri crescono al 18,9% (+2,2 punti). Nel Centro Italia la categoria contiene la flessione dei volumi all'1,0%, portando la quota complessiva al 23,3% (+0,2 punti); anche in quest'area il Grana Padano si conferma leader con una quota del 42,8% (+1,2 punti), mentre il Parmigiano Reggiano cala al 36,4% (-3,2 punti) e gli Altri formaggi duri salgono al 20,8% (+2,0 punti). Al Sud la categoria registra una flessione più contenuta, con un calo dei volumi dell'1,1% e una quota del 30,7% (+0,2 punti). In quest'area il Grana Padano si consolida al 46,5% della quota a volume (+2,0 punti), ampliando la distanza rispetto al Parmigiano Reggiano, che perde oltre 4 punti attestandosi al 26,8%, mentre gli Altri formaggi duri raggiungono il 26,7% (+1,9 punti).



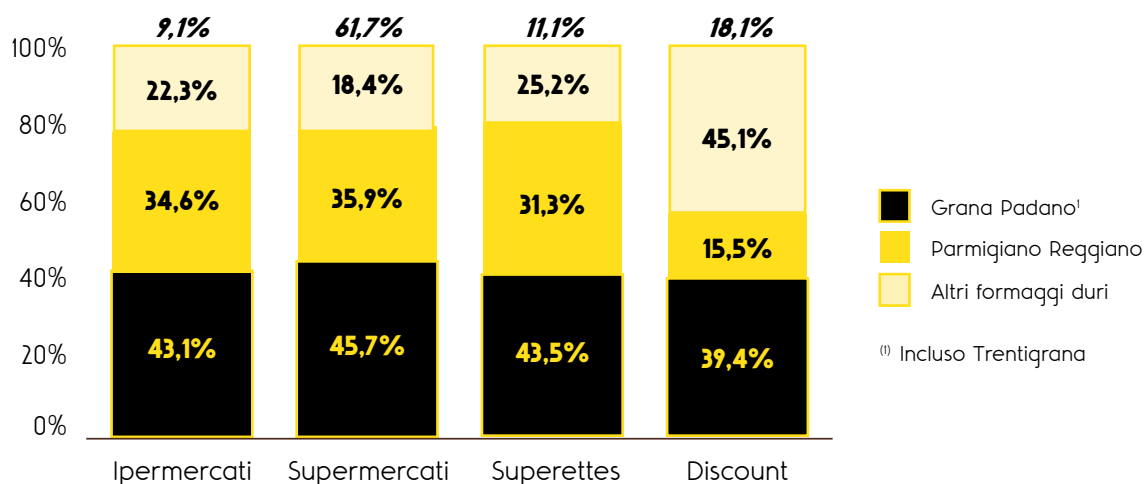
VENDITE PER CANALE DI DISTRIBUZIONE (VOLUMI)

Negli Ipermercati la categoria registra una flessione dei volumi pari al 6,1%, con una quota che si attesta al 9,1% (-0,4 punti); nel canale il Grana Padano si conferma leader con una quota del 43,1% (+1,5 punti), mentre il Parmigiano Reggiano registra un calo di 3,1 punti, attestandosi al 34,6%, e gli Altri formaggi duri crescono al 22,3% (+1,6 punti).

Anche nei Supermercati i volumi risultano in diminuzione del 2,7%, con una quota del canale pari al 61,7% (-0,4 punti); il Grana Padano consolida la leadership raggiungendo il 45,7% (+2,2 punti), mentre il Parmigiano Reggiano scende al 35,9% (-3,8 punti)

e gli Altri formaggi duri salgono al 18,4% (+1,6 punti). Nelle Superettes la categoria evidenzia un calo dei volumi del 4,0%, con una quota che si riduce all'11,1% (-0,3 punti); il Grana Padano resta leader con il 43,5% (+2,1 punti), mentre il Parmigiano Reggiano scende al 31,5% (-5,7 punti) e gli Altri formaggi duri crescono fino al 25,2% (+2,6 punti).

Il Discount (solo peso imposto) rappresenta l'unico canale in crescita a volume del 4,4%, raggiungendo una quota del 18,1% (+1,1 punti); nel canale il Grana Padano raggiunge una quota del 39,4%, pur perdendo 0,7 punti, mentre gli Altri formaggi duri salgono al 45,1% (+3,0 punti) e il Parmigiano Reggiano scende al 15,5% (-2,3 punti).



VENDITE PER TIPOLOGIA DI PRODOTTO (VOLUMI)

Le forme a peso variabile evidenziano un calo dei volumi dell'8,7%, con una quota di mercato pari al 49,0% (-3,6 punti). In questo segmento il Grana Padano registra una contrazione più contenuta (-2,2%) al 39,2%, mentre il Parmigiano Reggiano mostra una dinamica fortemente negativa (-18,4%) con una quota del 24,4%; in controtendenza crescono gli Altri formaggi duri, con un incremento del 3,3% al 36,4%.

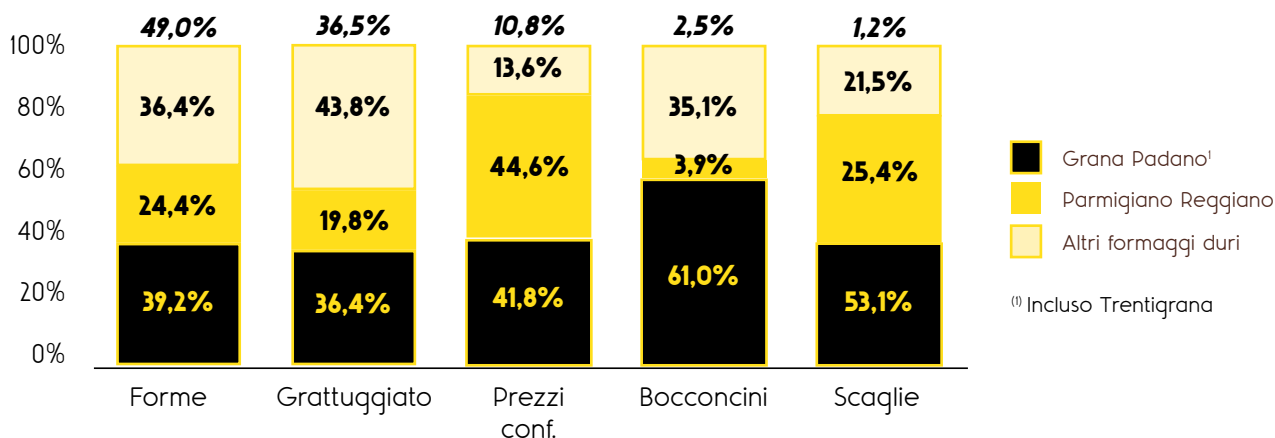
Si conferma in buona crescita il segmento del grattugiato, con volumi in aumento del 4,8%. Il segmento rappresenta il 36,5% dei volumi di vendita complessivi e guadagna 2,3 punti di quota. Al suo interno il Grana Padano cresce del 3,8% con una quota del 36,4%, il Parmigiano Reggiano registra una flessione del 3,4% al 19,8%, mentre gli Altri formaggi duri si confermano il segmento più dinamico con una crescita del 9,8% raggiungendo una quota del 43,8%.

I pezzi preconfezionati a peso imposto mostrano una crescita significativa, pari al 9,1%, consoli-

dando la quota al 10,8%, in aumento di 1,0 punto percentuale. La dinamica è trainata dal Grana Padano, che cresce del 19,4%, raggiungendo una quota del 41,8% con un contributo positivo anche degli Altri formaggi duri, in aumento dell'8,6% al 13,6%, mentre il Parmigiano Reggiano registra una crescita più contenuta con una variazione dell'1,0% ed una quota del 44,6%.

Rallenta la crescita dei bocconcini, con volumi in aumento dell'1,9% e quota stabile al 2,5%. Il Grana Padano cresce del 2,3% al 61%, gli Altri formaggi duri risultano sostanzialmente stabili con un incremento dello 0,6% al 35,1%, mentre il Parmigiano Reggiano continua a mostrare una crescita sostenuta dell'8,1% raggiungendo una quota del 3,9%.

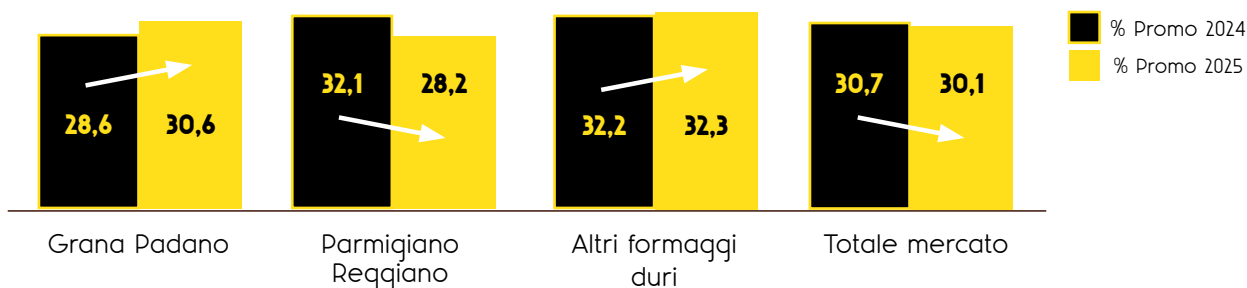
La tipologia scaglie registra infine una crescita del 7,8%, confermando una quota dell'1,2% sulla categoria. Il Grana Padano cresce in misura più contenuta, pari al 2,2% e una quota del 53,1%, mentre Parmigiano Reggiano e Altri formaggi duri mostrano dinamiche più vivaci, rispettivamente dell'11,6% e del 19,9% ed una quota del 25,4% e 21,5%.



INCIDENZA DELL'ATTIVITÀ PROMOZIONALE

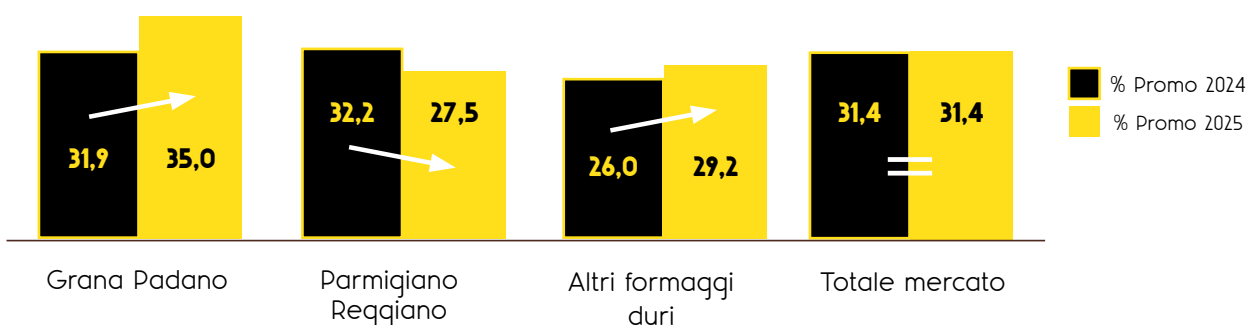
Il 30,1% dei volumi dei formaggi duri è venduto in promozione con taglio prezzo, dato in lieve calo di 0,6 punti rispetto al 2024. All'interno della categoria, il Grana Padano si attesta al 30,6%, in aumento di

2,0 punti; il Parmigiano Reggiano riduce invece in modo significativo il ricorso alle promozioni, scendendo al 28,2% (-4,0 punti), mentre gli Altri formaggi duri risultano sostanzialmente stabili al 32,3%.



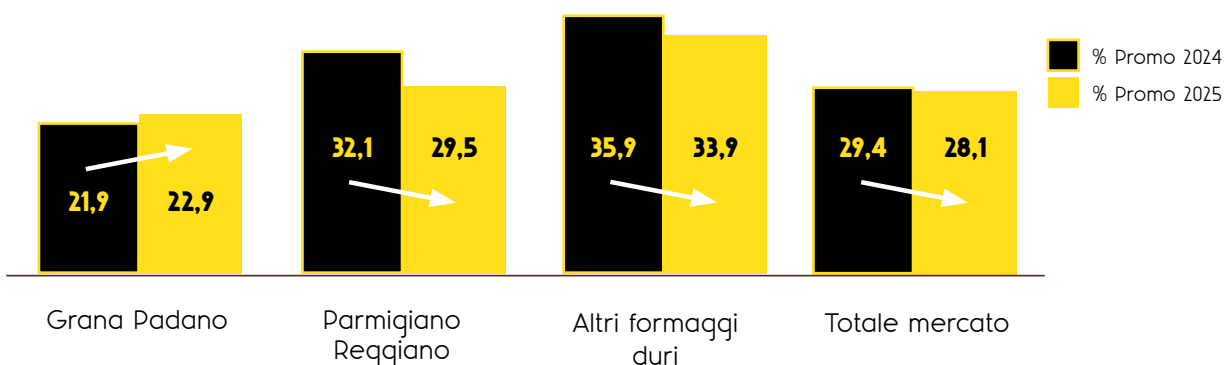
Nelle forme a peso variabile il livello di promozionalità della categoria si attesta al 31,4%, leggermente superiore alla media complessiva. Il Grana Padano presenta una promozionalità del 35,0%, in aumento

di 3,1 punti; il Parmigiano Reggiano riduce invece il ricorso alle promozioni, scendendo al 27,5% (-4,7 punti), mentre gli Altri formaggi duri registrano un incremento di 3,2 punti, attestandosi al 29,2%.



Nei segmenti a peso imposto, quali grattugiato e pezzi preconfezionati, il livello di promozionalità si attesta al 28,1%, risultando più contenuto rispetto agli altri formati e in riduzione di 1,2 punti rispetto all'esercizio precedente. All'inter-

no di tali segmenti emerge un differenziale significativo nel ricorso alle promozioni tra Grana Padano, con il 22,9% dei volumi in promozione, Parmigiano Reggiano, al 29,5%, e Altri formaggi duri, al 33,9%.



ANALISI DELLE VENDITE SUL MERCATO ESTERO

Nel 2025 le esportazioni di Grana Padano DOP hanno raggiunto 2.757.930 forme, registrando una crescita del 3,0% rispetto al 2024, come emerge dai dati ISTAT relativi all'export di formaggi.

Il risultato conferma la forte vocazione internazionale del prodotto: oltre la metà della produzione marchiata nel 2025 è stata destinata ai mercati esteri, a testimonianza del consolidato apprezzamento del Grana Padano DOP sui principali mercati internazionali. Tale risultato riflette anche l'intensa attività di promozione e tutela svolta dal Consorzio sui mercati esteri, volta

a consolidare il posizionamento della denominazione e a sostenere la competitività dei consorziati.

In un contesto caratterizzato da persistenti incertezze legate al quadro geopolitico e all'andamento dell'economia globale, l'export del Grana Padano ha comunque mantenuto un andamento positivo. La crescita registrata nel 2025 si inserisce nel percorso di progressivo rafforzamento della presenza internazionale della denominazione, sostenuta sia nei mercati europei sia nei principali mercati extra-europei.

Forme	2024 ¹	2025	Var. % 2025 vs 2024
Europa	2.197.236	2.281.018	3,8%
di cui paesi UE	2.009.638	2.080.014	3,50%
Resto del Mondo	480.250	476.912	-0,7%
Totale Export	2.677.486	2.757.930	3,0%

¹⁾ Il dato relativo al 2024 è stato aggiornato per tener conto delle informazioni definitive rese disponibili successivamente alla pubblicazione del bilancio.

EUROPA

L'Europa, con 2.281.018 forme, rappresenta il principale mercato di destinazione, assorbendo oltre l'83% delle esportazioni complessive di Grana Padano DOP e registrando una crescita del 3,8% rispetto al 2024.

La Germania si conferma il primo mercato di sbocco con 626.234 forme, sostanzialmente stabile rispetto all'anno precedente. La Francia segue con 334.319 forme, in aumento del 6,3%, mentre i Paesi del Benelux registrano complessivamente una crescita dell'8,3%, raggiungendo 232.129 forme.

La Spagna evidenzia un incremento del 3,5%, con 171.980 forme, mentre il Regno Unito cresce del 5,5%, attestandosi a 157.565 forme. Tra gli altri mercati europei si segnalano la Svizzera, con 149.640 forme (+2,0%), e l'Austria, che raggiunge 88.262 forme (+3,4%)

RESTO DEL MONDO

Nel complesso, i mercati extraeuropei mostrano nel 2025 una lieve flessione dello 0,7%, per un volume complessivo di 476.912 forme, dopo la crescita registrata negli anni precedenti.

Il risultato riflette un andamento differenziato tra i principali mercati: gli Stati Uniti mantengono sostanzialmente stabile il proprio livello di importazioni (215.148 forme, +0,1%), mentre il Canada registra un incremento del 3,8%, raggiungendo 79.879 forme. Tali dinamiche hanno compensato solo parzialmente la riduzione delle esportazioni verso l'Australia, pari a 42.037 forme (-13,6%).

Nel complesso, Stati Uniti e Canada si confermano tra i principali mercati extraeuropei di riferimento per il Grana Padano DOP.

Il grafico riporta i dati delle esportazioni relative ai primi 10 paesi destinatari:

Forme

Germania	626.234	-0,9%
Francia	334.319	+6,3%
U.S.A.	215.148	+0,1%
Benelux	232.129	+8,3%
Spagna	171.980	+3,5%
U.K.	157.565	+5,5%
Svizzera	149.640	+2,0%
Austria	88.262	+3,4%
Canada	79.879	+3,8%
Svezia	68.135	-4,4%



1.3 ATTIVITÀ DI SUPPORTO: IL CUORE STRATEGICO DEL CONSORZIO

1.3.1. ASSETTO ISTITUZIONALE E DIREZIONE STRATEGICA

L'assetto istituzionale e la direzione strategica rappresentano un elemento centrale per garantire coerenza tra indirizzi strategici, gestione operativa, sistema di controllo e responsabilità verso gli stakeholder. La presente sezione è strutturata per rendere più chiara e leggibile la struttura di governance del Consorzio, superando una rappresentazione puramente descrittiva degli organi e valorizzando il collegamento tra ruoli, responsabilità e processi decisionali. In questa prospettiva, la governance costituisce il quadro di riferimento attraverso cui vengono indirizzate le scelte strategiche, presidiate le aree di rischio rilevanti per le attività del Consorzio e assicurata la conformità normativa, favorendo un'integrazione progressiva delle tematiche ESG (*Environmental, Social, Governance*) nei processi aziendali.

Il Consiglio di Amministrazione svolge inoltre un ruolo

di supervisione nell'individuazione e nel monitoraggio dei principali rischi strategici e operativi, assicurando che le decisioni siano coerenti con gli obiettivi istituzionali e con i principi di sostenibilità adottati dal Consorzio.

All'interno della sezione sono pertanto rappresentati i seguenti organi: il Consiglio di Amministrazione, quale organo di indirizzo e supervisione strategica; il Collegio Sindacale, a presidio delle funzioni di controllo e vigilanza; la Direzione, responsabile dell'attuazione delle strategie e della gestione operativa; gli altri organismi e le commissioni, con funzioni di supporto su ambiti specialistici.

Di seguito sono riportati gli organi di governance e le principali strutture di presidio del Consorzio, articolati per funzioni di indirizzo, controllo, gestione e supporto specialistico.

CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

Il Consiglio di Amministrazione definisce gli indirizzi strategici, approva i principali piani di attività e supervisiona l'andamento complessivo del Consorzio.

PRESIDENTE	ZAGHINI Renato ^{(1) (2)}	
VICEPRESIDENTE	FUGAZZA Giacomo ^{(1) (2)} ZANETTI Attilio ^{(1) (2)}	
CONSIGLIERI	AURICCHIO Antonio BARBI Federico BERGAMIN Gianni BETTONI Gianmaria ⁽²⁾ BOLDINI Paolo ⁽²⁾ BORGIO Francesco Saverio ⁽²⁾ CAMPAGNARI Tiziano CATTARUZZI Paolo ⁽²⁾ CECCHIN Giorgio COLLA Filippo FERRARI Laura Maria FERRETTI Cinzia	FINCO Fiorenzo ⁽²⁾ FUSAR POLI Tiziano ^{(1) (2)} GIACOMELLI Valter ^{(1) (2) (3)} GHIDETTI Marco GORNI SILVESTRINI Gabriele ⁽²⁾ GUARNERI Giovanni PAGANIN Nisio PEDRETTI Giancarlo PEZZINI Stefano SALA Luigi Giovanni ⁽²⁾ SIGNOR Roberto ⁽²⁾ STRADIOTTI Libero

⁽¹⁾ Componente del Comitato di Presidenza

⁽²⁾ Componente del Comitato di Gestione e Deleghe

⁽³⁾ Tesoriere

COLLEGIO SINDACALE

Il Collegio Sindacale esercita le funzioni di vigilanza sulla corretta amministrazione, sul rispetto della normativa e sull'adeguatezza del sistema di controllo interno.

PRESIDENTE LANDRISCINA Francesco

SINDACI EFFETTIVI BIANCHI Marco
LEONI Lucio

SINDACI SUPPLENTI BOLDINI Aldina
FONTANA Giorgio Angelo

DIREZIONE

La Direzione è responsabile dell'attuazione degli indirizzi strategici, del coordinamento operativo e del presidio dei principali processi aziendali.

DIRETTORE GENERALE BERNI Stefano

DIRETTORE AMMINISTRATIVO SCHIAVELLO Roberto



1.3.2 STRUTTURA ORGANIZZATIVA E GESTIONE DELLE RISORSE UMANE

Il Consorzio riconosce nelle persone una componente centrale della propria organizzazione e promuove lo sviluppo delle competenze al fine di migliorare l'efficienza operativa e sostenere i processi di evoluzione organizzativa.

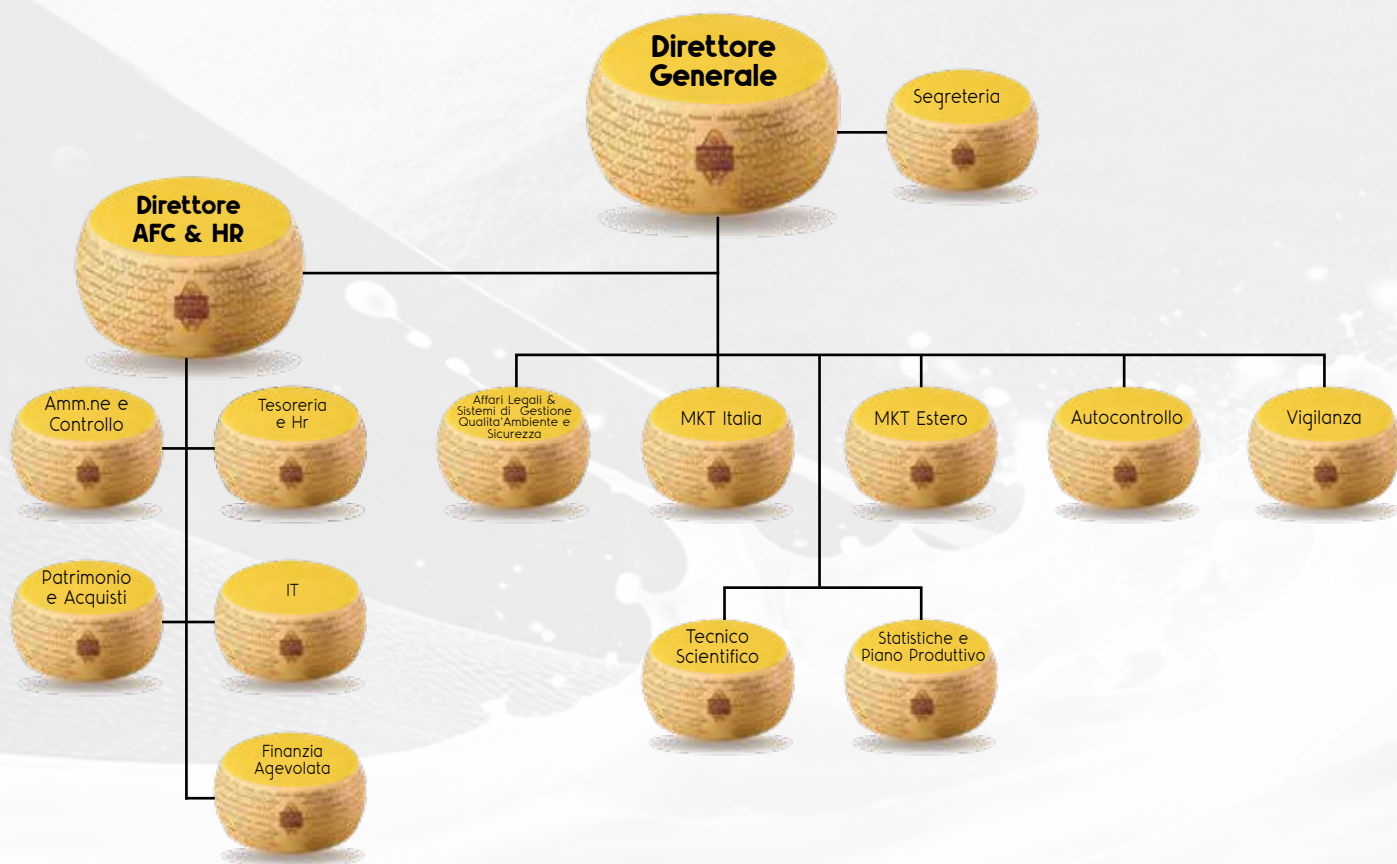
Nel 2023 il Consorzio di Tutela ha avviato un percorso di ottimizzazione dell'assetto organizzativo, con l'obiettivo di rendere la struttura più funzionale alle esigenze della Filiera e dei Consorziati. In tale contesto, il Consiglio di Amministrazione ha approvato una revisione strutturale volta a chiarire la ripartizione delle responsabilità tra le aree Marketing Italia e Marketing Estero, nonché a

ridefinire ruoli, funzioni e relazioni organizzative.

A supporto del nuovo assetto, è stata realizzata una riallocazione delle postazioni lavorative, finalizzata a favorire una maggiore integrazione operativa e a migliorare la collaborazione tra i team.

Nel 2024 e nel 2025, la struttura organizzativa è rimasta invariata, consentendo il consolidamento delle scelte adottate e la progressiva stabilizzazione delle modalità operative introdotte.

Di seguito è rappresentata la struttura organizzativa del Consorzio, consolidata e confermata nell'esercizio 2025.



Nel corso del 2025, il Consorzio ha proseguito il percorso di consolidamento del sistema di gestione orientato alla parità di genere, proseguendo nell'applicazione del modello conforme alla norma UNI/PdR 125:2022 e dando continuità alle azioni avviate negli esercizi precedenti. Le iniziative intraprese sono state finalizzate a garantire un ambiente di lavoro inclusivo ed equo, favorendo pari opportunità in termini di accesso, svi-

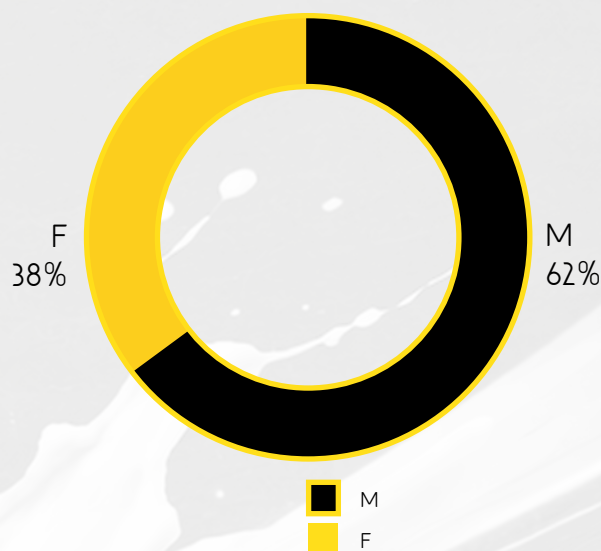
luppo professionale e trattamento retributivo, nel rispetto del principio di valorizzazione del merito.

A seguito del processo di audit, in data 22 ottobre 2025 l'ente di certificazione Dasa-Rägister S.p.A. ha confermato il mantenimento della certificazione già conseguita, attestando la conformità del Sistema di Gestione del Consorzio Tutela Grana Padano ai requisiti dello standard UNI/PdR 125:2022.



Al 31 dicembre 2025, i dipendenti del Consorzio erano 72, tutti con contratto a tempo indeterminato, uno in più rispetto al precedente esercizio. Il numero medio di dipendenti 2025 è stato di 70,8 unità contro le 69,7 del precedente esercizio. Il costo complessivo è aumentato di circa il 9,4% rispetto al 2024 e ammonta ad euro 5.558.111. L'aumento è conseguenza degli adeguamenti retributivi previsti dalla contrattazione collettiva, unitamente alle politiche retributive attuate dal Consorzio.

La tabella riporta il numero di lavoratori consortili per ufficio:



Ufficio	2024	2025
Direzione Generale e Segreteria di Direzione/Presidenza	5	5
Direzione Amministrativa & HR	6	6
Autocontrollo, Espertizzazione e marchiatura	21	20
Vigilanza e Tutela	9	9
Affari Generali e Legali	4	4
Marketing Italia	7	7
Marketing Estero	5	5
Ufficio Tecnico Scientifico	4	4
Ufficio Piano Produttivo	3	3
Patrimonio e acquisti	3	3
Magazzino	4	6
Totale Dipendenti	71	72

Il Consorzio conferma la strategia di privilegiare il ricorso alle risorse interne, contenendo il ricorso all'*outsourcing*, al fine di garantire una

gestione economicamente efficiente, preservare il know-how all'interno dell'organizzazione e favorire lo sviluppo professionale delle risorse.

1.3.3. GESTIONE DEGLI ASSET E ATTIVITÀ INFRASTRUTTURALI

Il patrimonio immobiliare del Consorzio di Tutela si estende su una superficie complessiva di 51.348 metri quadrati, nel comune di Desenzano del Garda. Oltre ai terreni pertinenziali ai fabbricati, il Consorzio detiene 1,62 ettari di terreni adiacenti, coltivati a vigneto Lugana DOP.

Dal 2023 il vigneto è stato concesso in locazione; il vino Lugana DOP “Degrana” ottenuto dalla relativa produzione continua a essere destinato a supporto delle attività di promozione del Grana Padano.

La gestione del patrimonio immobiliare e delle infrastrutture consortili è orientata a garantire sicurezza, efficienza operativa e sostenibilità nel tempo, attraverso interventi di manutenzione programmata, adeguamento normativo e progressivo miglioramento delle prestazioni energetiche e ambientali degli edifici.

Sotto il profilo energetico, la sede consortile è dotata di un impianto fotovoltaico della potenza di 70 kW, in grado di coprire una quota del fabbisogno energetico annuo compresa fra il 18% e il 20%.

Nel corso del 2025, il patrimonio immobiliare è stato interessato da interventi di ammodernamento. In particolare, l'edificio direzionale principale e il magazzino attualmente in uso sono stati oggetto di interventi di adeguamento sismico, finalizzati al miglioramento della sicurezza strutturale degli edifici.

Nel medesimo esercizio sono inoltre stati avviati interventi di ristrutturazione di un ulteriore fabbricato precedentemente in disuso, destinato a nuovo magazzino. Tali interventi, non ancora completati alla data di chiusura dell'esercizio, risultano iscritti tra le immobilizzazioni in corso e sono finalizzati all'adeguamento dell'immobile alle esigenze operative del Consorzio.

Nel corso del 2025 è stato inoltre rinnovato l'impianto antincendio dell'edificio direzionale, contribuendo al rafforzamento dei livelli di sicurezza e della con-

formità normativa del patrimonio immobiliare.

Il Consorzio ha proseguito nell'attuazione di un programma strutturato di verifica e manutenzione degli impianti, avvalendosi di fornitori qualificati. Le attività sono state finalizzate alla conservazione dello stato funzionale dei fabbricati e alla tutela della salute e della sicurezza nei luoghi di lavoro. In particolare, sono state effettuate attività periodiche di monitoraggio ambientale per la prevenzione della legionellosi, mediante analisi semestrali su centrali di trattamento dell'aria, condutture, ventilconvettori e reti idriche, nonché controlli F-Gas finalizzati all'individuazione di eventuali fughe di gas dalle pompe di calore e dalle celle frigorifere, in conformità al Regolamento (UE) n. 517/2014.

In ambito ambientale, il Consorzio ha operato nel pieno rispetto della normativa vigente, assicurando una gestione accurata della raccolta differenziata ordinaria e dello smaltimento dei rifiuti speciali, quali fascere usurate, placche di caseina e materiale d'archivio dismesso.

Nel corso del 2025 si è inoltre proceduto al rinnovo delle aree verdi presenti nelle cinque rotonde consortili sponsorizzate Grana Padano, situate nel territorio del Comune di Desenzano del Garda. L'intervento ha comportato la sostituzione e la riorganizzazione delle aiuole con nuove piante ornamentali, nell'ambito delle attività di manutenzione delle aree esterne gestite dal Consorzio.

Nel loro complesso, tali interventi contribuiscono a garantire la continuità operativa delle attività istituzionali del Consorzio, assicurando adeguati livelli di sicurezza, affidabilità delle infrastrutture e conformità normativa nella gestione del patrimonio immobiliare.



1.4 ATTIVITA' PRIMARIE: DOVE NASCE IL VALORE DEL GRANA PADANO DOP

1.4.1. TUTELA DEL MARCHIO E DELLA DOP

Il Consorzio esercita un ruolo centrale nella tutela del Grana Padano DOP, svolgendo un'attività estesa all'intero sistema produttivo e commerciale, finalizzata alla salvaguardia dell'autenticità del prodotto e del suo valore distintivo.

La tutela della denominazione costituisce il presupposto essenziale per la creazione e la conservazione del valore economico, reputazionale e territoriale lungo l'intera filiera. Tale attività si sostanzia in un presidio strutturato e continuativo del mercato, attraverso azioni di vigilanza, controllo e tutela giuridica, volte a prevenire e reprimere fenomeni di abuso, contraffazione, concorrenza sleale e uso indebito della denominazione di origine protetta.

L'attività di tutela non si limita alla tutela del marchio, ma contribuisce alla stabilità del sistema produttivo, alla corretta informazione del consumatore e al mantenimento di condizioni di concorrenza leale nei mercati nazionali e internazionali. In tal senso, la protezione della DOP rappresenta uno strumento

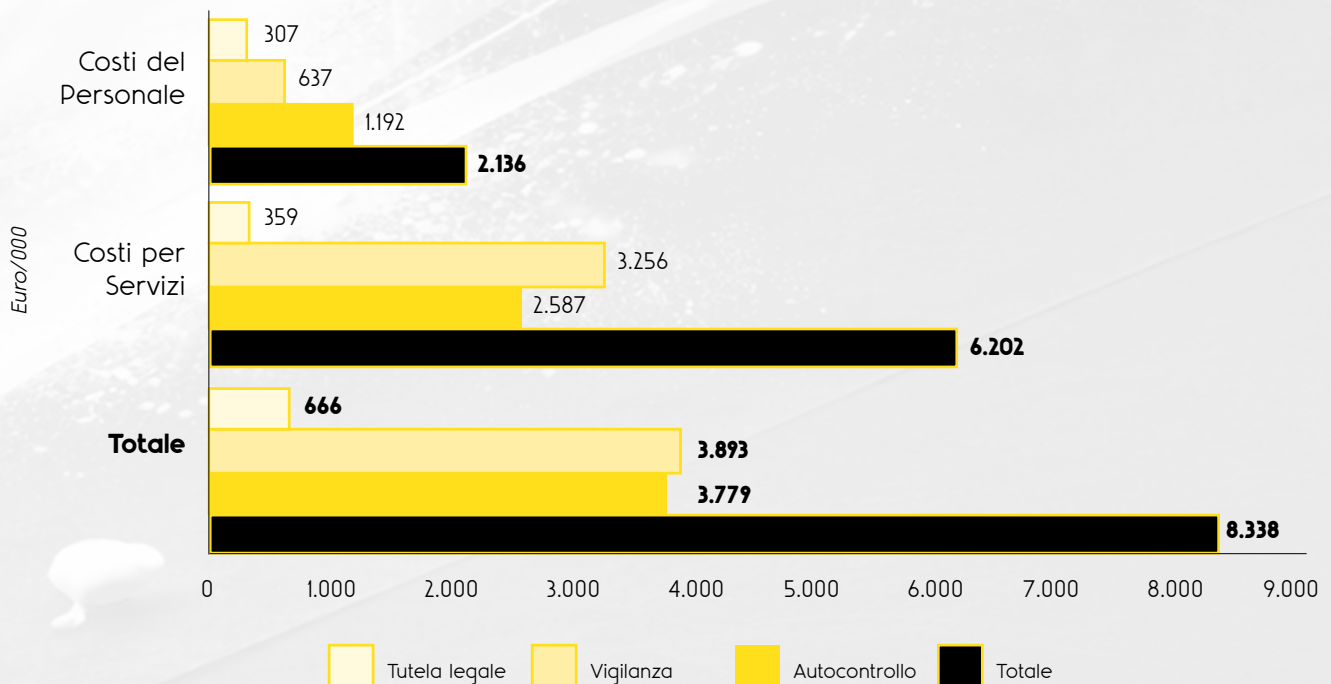
di garanzia per i produttori, per gli operatori della filiera e per i consumatori, in termini di trasparenza, tracciabilità, origine e qualità certificata.

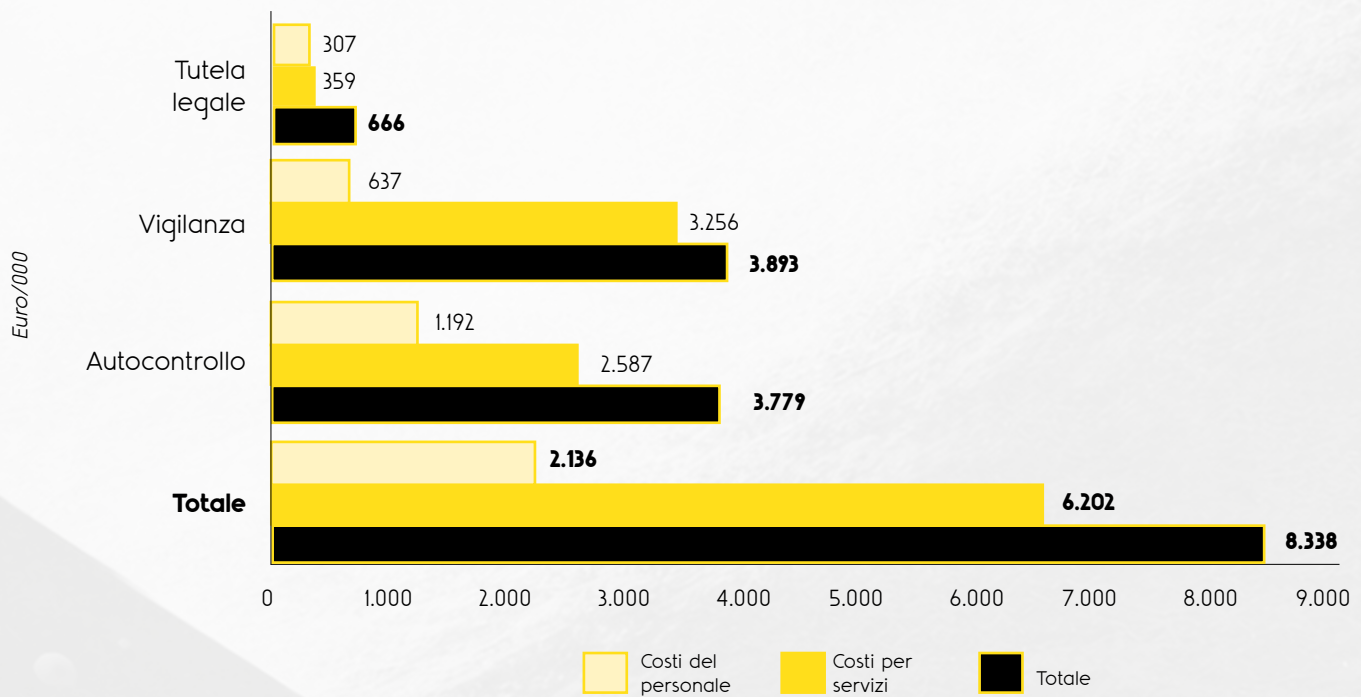
L'intervento del Consorzio si sviluppa secondo tre direttrici operative tra loro integrate, idonee ad assicurare un presidio capillare di tutte le fasi della filiera del Grana Padano DOP e rafforzarne il posizionamento competitivo nel tempo.

La tutela della DOP non rappresenta solo una funzione normativa, ma un'attività organizzativa che richiede competenze specialistiche e servizi dedicati.

L'analisi economica delle principali voci di costo evidenzia l'impegno strutturale del Consorzio nelle aree di tutela legale, vigilanza e autocontrollo, mettendo in relazione capitale umano, servizi esterni e investimento complessivo.

I grafici che seguono illustrano la composizione della spesa per natura e per attività, consentendo una lettura trasparente del peso delle diverse funzioni nel quadro dell'azione consortile.





L'analisi della composizione dei costi evidenzia come la funzione di tutela rappresenti un presidio economico strutturale per il Consorzio, con un investimento complessivo superiore a 8 milioni di euro. La componente dei servizi risulta particolarmente rilevante, in quanto include le attività di certificazione e controllo svolte dal CSQA, che rappresentano una voce significativa e imprescindibile per garantire il rispetto del disciplinare e la credibilità del sistema DOP.

L'incidenza elevata delle attività di certificazione e controllo nella vigilanza e nell'autocontrollo riflette la natura tecnica e specialistica delle verifiche, che ri-

chiedono competenze indipendenti e strutture dedicate.

Parallelamente, la componente del personale evidenzia il presidio interno delle funzioni strategiche e di coordinamento, confermando un modello organizzativo che integra competenze interne e supporto tecnico-specialistico esterno.

Nel complesso, la distribuzione dei costi dimostra come la tutela della denominazione non costituisca un'attività accessoria, ma un investimento sistemico volto a garantire qualità, conformità normativa e legittimazione istituzionale nel medio-lungo periodo.

AUTOCONTROLLO

Il servizio "Attività Esterne e Autocontrollo" è svolto da una struttura composta da personale interno del Consorzio, con il supporto dell'ente di certificazione indipendente CSQA Certificazioni S.r.l.. L'integrazione tra le diverse professionalità coinvolte consente di garantire un presidio sistematico e continuativo dell'intera filiera produttiva, a tutela della qualità del prodotto e del

corretto utilizzo della denominazione Grana Padano DOP.

Il sistema di autocontrollo, adottato su base volontaria e approvato dall'Assemblea dei Consorziati, è finalizzato a tutelare il consumatore e a garantire il mantenimento di standard qualitativi elevati e coerenti con il disciplinare di produzione.

SISTEMA DI AUTOCONTROLLO E PIANO DEI CONTROLLI

Il meccanismo di autocontrollo si fonda su un insieme strutturato di verifiche e sopralluoghi che interessano tutte le fasi del processo produttivo, dalla materia prima fino alla marchiatura finale delle forme. Le attività comprendono il controllo del latte impiegato, il monitoraggio delle condizioni di lavorazione, le verifiche durante la stagionatura e le operazioni di battitura e marchiatura.

Il Piano dei controlli, definito annualmente congiuntamente da CSQA e dall'Ufficio Attività Esterne e Autocontrollo, stabilisce modalità, frequenze e parametri delle ispezioni. Gli esiti dei controlli sono analizzati congiuntamente e adeguatamente documentati, assicurando trasparenza, tracciabilità e imparzialità, anche attraverso la rotazione degli operatori coinvolti nelle attività di prelievo e verifica.

Nel corso del 2025, le attività di controllo hanno superato i livelli programmati dal Piano, con risultati complessivamente positivi e livelli di conformità particolarmente elevati, a conferma della solidità del sistema produttivo e dell'efficacia del modello di autocontrollo adottato.

ATTIVITÀ DI PRELIEVO LATTE

L'attività di prelievo del latte costituisce un presidio fondamentale per verificare il rispetto dei requisiti microbiologici e qualitativi previsti dal Disciplinare di Produzione, con particolare attenzione al rapporto grasso/caseina, parametro essenziale per la qualità del prodotto finito.

In presenza di non conformità, viene attivato un protocollo strutturato che prevede ulteriori campionamenti e verifiche sul prodotto realizzato solo le forme che risultano pienamente conformi ottengono la marchiatura, mentre i lotti non idonei sono oggetto di retinatura.

Nel 2025 sono stati prelevati complessivamente 1.806 campioni di latte, di cui 1.733 prelevati direttamente in caldaia. Il servizio si avvale di tre risorse dedicate a tempo pieno, che svolgono anche attività di supporto tecnico e assistenza operativa ai caseifici.

ATTIVITÀ DI PRELIEVO FORMAGGIO

Nel corso delle operazioni di marchiatura viene effettuato un controllo anticipato sulla produzione del mese successivo, mediante il prelievo di campioni da sottoporre ad analisi di laboratorio (fosfatasi, contenuto di grasso e altri parametri qualitativi).

La selezione delle forme avviene secondo criteri tecnici definiti al fine di garantire la rappresentatività delle diverse giornate di produzione. I risultati delle analisi sono trasmessi al CSQA, che procede alle valutazioni di competenza e può disporre ulteriori prelievi.

In caso di esito non conforme il disciplinare consente l'esecuzione di carotature ridotte o totali, qualora anche tali verifiche confermino l'esito non conforme, le forme interessate sono destinate alla retinatura.

Nel 2025 sono stati analizzati complessivamente 1.723 campioni di formaggio, inclusi 176 casi di carotatura. Tutte le analisi sono state effettuate da laboratori accreditati dal Ministero dell'Agricoltura, della Sovranità Alimentare e delle Foreste (MASAF).

ATTIVITÀ DI VISITA ISPETTIVA

Le visite ispettive, previste almeno due volte l'anno per ciascun caseificio, sono finalizzate a verificare la correttezza delle registrazioni obbligatorie e la conformità delle attività produttive al disciplinare.

Nel 2025 sono state effettuate 230 visite ispettive, senza rilevare non conformità significative.

Per i caseifici dotati di sistemi di preriscaldamento del latte, sono stati svolti controlli specifici mediante data logger, oggi collegati direttamente al software consorziale, che consentono il monitoraggio in tempo reale da remoto, riducendo la necessità di verifiche in loco.

ATTIVITÀ DI ESPERTIZZAZIONE

L'attività di espertizzazione riguarda le forme con almeno 9 mesi di stagionatura ed è finalizzata alla valutazione della qualità mediante battitura. Le forme sono classificate secondo i criteri previsti dal disciplinare e, ove necessario, sottoposte ad ulteriori verifiche, incluse aperture e carotature.

Nel 2025 sono state espertizzate 5.637.956 forme, di cui 5.434.773 marchiate. Le restanti 203.183 forme sono state destinate alla retinatura.

MARCHIO "RISERVA OLTRE 20 MESI"

Al 31 dicembre 2025, 407.265 forme hanno ottenuto il riconoscimento "Riserva Oltre 20 mesi".

La procedura prevede una battitura integrale a banchetto e l'impiego dedicato di più battitori per l'intera durata delle operazioni.

VIGILANZA

L'attività di vigilanza rappresenta uno dei principali strumenti di tutela operativa del Grana Padano DOP e si affianca ai sistemi di autocontrollo previsti lungo la filiera. È rivolta alla tutela del marchio nei punti vendita e lungo l'intera filiera commerciale, sia a livello nazionale sia internazionale con l'obiettivo di garantire la corretta applicazione del Disciplinare di Produzione e preservare l'integrità della denominazione sul mercato.

Le verifiche interessano stagionatori, grattugiatori, confezionatori e distributori, al fine di assicurare che la commercializzazione del Grana Padano sia conforme al Disciplinare di Produzione e alle prescrizioni normative.

L'attività di controllo si estende inoltre all'ambiente digitale, attraverso il monitoraggio continuativo di piattaforme di *e-commerce*, *marketplace* e altri canali online, finalizzato a individuare e contrastare comunicazioni ingannevoli, evocazioni indebite e utilizzi non autorizzati della denominazione protetta.

Nel corso del 2025, nell'ambito delle attività ispettive complessivamente svolte nei confronti dei confezionatori, della grande distribuzione e degli altri operatori economici, è stato mantenuto un elevato livello di verifiche documentali, finalizzate alla rintracciabilità del

prodotto finito e alla verifica della corretta attribuzione delle caratteristiche e dei requisiti dichiarati nel contesto espositivo e commerciale.

Anche per l'esercizio 2025, le attività di vigilanza e tutela si sono concluse con il pieno raggiungimento degli obiettivi annuali previsti dal *Programma dei controlli sul Grana Padano*, definito congiuntamente dal Presidente del Consorzio e dal Direttore dell'Ufficio Territoriale Lombardia di Milano dell'Ispettorato Centrale della Tutela della Qualità e Repressione Frodi dei Prodotti Alimentari (ICQRF), nonché degli obiettivi quantitativi stabiliti dal responsabile del Servizio Vigilanza e Tutela per le ulteriori attività ispettive svolte in autonomia al di fuori del programma.

Nel corso dell'anno si è inoltre concluso il processo di digitalizzazione della modulistica del Servizio Vigilanza e Tutela, che ha consentito di semplificare la gestione degli atti, migliorare la rendicontazione operativa, ridurre in modo significativo l'archiviazione cartacea e rendere più efficienti i flussi documentali nei rapporti con i soggetti destinatari delle attività di controllo.

Le attività ispettive e di tutela della denominazione protetta svolte nel corso del 2025 sono riepilogate nella tabella che segue.

Attività svolte	N.
Visite ed ispezioni presso punti vendita nazionali	3.292
Visite ed ispezioni presso punti vendita esteri	2.603
Ispezioni presso confezionatori	762
Ispezioni presso titolari di licenze semplificate (CET)	61
Ispezioni presso magazzini di stagionatura	20
Controlli e-commerce	12
Controlli sulla stagionatura del prodotto confezionato	488
Controlli sulla rintracciabilità	694
Controlli sul retinato	88
Controlli a contrasto dell'impiego di latte estero	23
Controlli sull'attività di grattugia fuori orario	69
Controlli alla ristorazione	111
Sopralluoghi per il rilascio di autorizzazioni	2
Prelevamenti di campioni	266
Sanzioni amministrative irrogate ai sensi del D.lgs. n. 297/2004	12
Irregolarità segnalate al Comitato di Gestione	6

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

Anche nel corso del 2025 sono state svolte specifiche attività di analisi documentale finalizzate alla verifica del possesso dei requisiti previsti dall'art. 39 dello Statuto, con particolare riferimento ai volumi di commercializzazione di formaggi simili in capo ai componenti del Consiglio di Amministrazione del Consorzio.

Le attività di verifica sono state condotte attraverso l'esame puntuale dei dati e delle corrispondenti evidenze documentali di natura amministrativo-contabile, riferite ai volumi di commercializzazione di Grana Padano e di formaggi simili realizzati nel corso dell'esercizio 2025 dalle aziende riconducibili ai singoli amministratori. Le verifiche hanno riguardato la completezza, la coerenza e la congruità delle informazioni trasmesse, nonché la loro conformità alle disposizioni statutarie vigenti.

All'esito delle attività di accertamento svolte, i requisiti previsti dall'art. 39 dello Statuto oggetto di verifica sono risultati regolarmente rispettati, confermando il pieno allineamento dei componenti del Consiglio di Amministrazione alle condizioni di eleggibilità e permanenza previste dallo Statuto consortile.

ATTIVITÀ SVOLTE IN COLLABORAZIONE CON SOGGETTI TERZI

In aggiunta alle attività del Servizio Vigilanza e Tutela, nel corso dell'esercizio sono state svolte, in collaborazione con soggetti terzi, le seguenti attività:

Attività svolte in collaborazione con soggetti terzi	N.
Attività di monitoraggio di annunci e inserzioni sul web	1.855
Visite presso punti vendita estero	1.402
Verifiche documentali	75

ATTIVITÀ DI SERVIZIO SVOLTE IN COLLABORAZIONE CON UFFICI ICQRF TERRITORIALI E REPARTI DEI CARABINIERI

Nel corso del 2025 sono state svolte attività di servizio in collaborazione con l'Ufficio territoriale Ispettorato Centrale della tutela della Qualità e Re-

pressione Frodi dei prodotti agroalimentari (ICQRF) di Milano, nonché attività di supporto ai Reparti Tutela Agroalimentare e al Nucleo Anti Sostituzione (NAS) dei Carabinieri di Reggio Calabria, Trento, Messina e Padova.

In tale contesto, tra le attività di maggiore rilievo si segnalano:

- un intervento presso lo stabilimento produttivo di un confezionatore autorizzato, svolto congiuntamente a personale dell'ICQRF Lombardia, a seguito del riscontro dell'apposizione del relativo bollo CE su confezioni di un formaggio duro comune denominato "Italian Granadano Parmesan", commercializzato in Nuova Zelanda. A esito delle verifiche è stata accertata l'estraneità del confezionatore ai fatti oggetto di accertamento; sono stati conseguentemente avviati ulteriori approfondimenti tramite le competenti Autorità extra UE;
- l'individuazione di un soggetto economico particolarmente attivo sui social media, responsabile della promozione e commercializzazione di formaggio retinato fraudolentemente denominato Grana Padano. La fattispecie è stata segnalata al Reparto Tutela Agroalimentare dei Carabinieri di Messina, che ha proceduto al sequestro di un ingente quantitativo di prodotto e al deferimento del soggetto all'Autorità Giudiziaria.

VISITE ED ISPEZIONI PRESSO PUNTI VENDITA

Nel corso delle visite e delle ispezioni effettuate presso i punti vendita nazionali, gli agenti vigilatori hanno svolto verifiche finalizzate ad accertare il corretto utilizzo della denominazione e del marchio Grana Padano.

In particolare, i controlli hanno riguardato:

- la presenza dei loghi e delle indicazioni prescritte dal Consorzio sulle confezioni dei prodotti esposti;
- l'autorizzazione alla commercializzazione di prodotti alimentari contenenti richiami alla denominazione protetta;
- la corretta indicazione delle informazioni destinate al consumatore sui pannelli pubblicitari e sui cartellini espositivi;
- l'effettiva stagionatura attribuita al prodotto;
- le modalità di esposizione, che devono evitare possibili elementi di confusione per il con-

sumatore rispetto a prodotti simili;

- l'eventuale utilizzo indebito della denominazione protetta.

Le situazioni rilevate nel corso delle attività ispettive sono state gestite in base alla loro natura e gravità. Nei casi di errori o imprecisioni immediatamente sanabili, gli interventi si sono risolti direttamente sul posto, mediante le indicazioni fornite dagli agenti vigilatori. Nei casi di violazioni accertate in materia di utilizzo della denominazione protetta, gli interventi hanno invece comportato l'emissione di atti di diffida, l'irrogazione di sanzioni amministrative e, ove necessario, il sequestro o la rimozione dal mercato dei prodotti oggetto di condotta fraudolenta.

Tra le situazioni di maggiore rilievo si segnalano le sanzioni amministrative, di importo compreso tra euro 2.500 ed euro 16.000, irrogate nei confronti di tre distinti punti vendita nazionali, accompagnate dalla contestuale rimozione dal commercio di prodotti che avevano indebitamente utilizzato la denominazione protetta Grana Padano DOP per formaggio retinato.

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

Area geografica	N.
Nord	1.737
Centro	1.008
Sud e Isole	547

I risultati complessivamente conseguiti nel corso dell'attività sono riepilogati come segue:

Attività	N.
Attività di contrasto alle frodi in commercio - Interventi eseguiti	3
Confezioni di prodotto sequestrate o rimosse	97
Kg di prodotto sequestrato/rimosso	49
Sanzioni pecuniarie irrogate - da Euro 2.500 a Euro 16.000 (uso della denominazione protetta non autorizzato)	3
Altri interventi - Situazioni risolte dagli agenti vigilatori	11

VISITE PRESSO PUNTI VENDITA UBICATI ALL'ESTERO

L'attività di monitoraggio dei punti vendita ubicati all'estero ha comportato la visita di 2.603 esercizi commerciali situati in 18 Stati europei (Austria, Belgio, Croazia, Danimarca, Estonia, Finlandia, Francia, Germania, Inghilterra, Lettonia, Lituania, Olanda, Polonia, Repubblica Ceca, Romania, Slovenia, Spagna e Svizzera).

Nel medesimo contesto sono stati effettuati 122 prelievi di prodotto grattugiato, successivamente sottoposti:

- ad analisi di laboratorio, finalizzate alla verifica della conformità ai requisiti previsti dal Disciplina di Produzione;
- a verifiche di rintracciabilità, nell'ambito dei controlli documentali svolti nei confronti dei confezionatori e grattugiatori interessati.

Nel corso delle attività sono state inoltre individuate 8 referenze di prodotti composti, elaborati o trasformati, riconducibili a 6 aziende, recanti riferimenti alla denominazione protetta Grana Padano sulle confezioni in assenza della prescritta autorizzazione consortile. Tali situazioni sono state segnalate allo Studio Legale Perani per l'adozione delle opportune iniziative di carattere legale.

ISPEZIONI PRESSO CONFEZIONATORI

Le verifiche svolte presso i confezionatori non hanno evidenziato situazioni suscettibili di provvedimenti di carattere sanzionatorio. In alcune circostanze, gli agenti vigilatori hanno comunque fornito indicazioni operative in materia di rintracciabilità e stagionatura del prodotto, idoneità delle confezioni e corretta gestione degli adempimenti documentali.

ISPEZIONI PRESSO TITOLARI DI LICENZE SEMPLIFICATE (CET)

Le verifiche svolte presso i titolari di licenze semplificate sono state finalizzate ad accertare il corretto utilizzo dell'autorizzazione consortile e il rispetto delle condizioni previste per l'attività di porzionamento e commercializzazione del prodotto. Nel corso delle visite sono stati esaminati gli aspetti relativi alla gestione delle forniture, alla rintracciabilità delle partite e alla corretta indicazione del-

la denominazione nelle fasi di vendita. Le attività ispettive non hanno evidenziato situazioni tali da richiedere l'adozione di provvedimenti sanzionatori. Le verifiche svolte presso i titolari di licenze semplificate non hanno evidenziato situazioni suscettibili di provvedimenti sanzionatori. In alcuni casi sono state fornite indicazioni operative relative alla rintracciabilità e alla corretta gestione documentale.

ISPEZIONI PRESSO MAGAZZINI DI STAGIONATURA E CONTROLLI SUL RETINATO

Le ispezioni effettuate presso i magazzini di stagionatura hanno riguardato:

- il rispetto degli adempimenti previsti dalle Circolari consortili in materia di movimentazione del formaggio retinato;
- la corretta denominazione del prodotto nei documenti di vendita emessi in sede di commercializzazione.

Con riferimento alla movimentazione del formaggio retinato, sono state rilevate due situazioni di non conformità, successivamente sanzionate dal Comitato di Gestione. Per quanto concerne la corretta denominazione del prodotto nei documenti di vendita, non sono invece emerse situazioni suscettibili di provvedimenti di carattere sanzionatorio.

CONTROLLI E-COMMERCE

L'attività di monitoraggio dei mercati virtuali nazionali è stata finalizzata all'individuazione di:

- inserzioni pubblicitarie ingannevoli;
- utilizzi impropri o fraudolenti della denominazione di origine protetta;
- fenomeni di evocazione, usurpazione e altre pratiche commerciali o pubblicitarie riconducibili all'indebito sfruttamento della rinomanza del marchio Grana Padano.

I risultati complessivamente conseguiti in tale ambito sono riepilogati di seguito:

Attività	N.
Siti selezionati	12
Diffide a rimuovere le non conformità inviate ai titolari dei siti	8
Diffide ottemperate	8

Nel corso dell'esercizio non sono state irrogate sanzioni pecuniarie per inadempimento delle diffide.

MONITORAGGIO DI SITI WEB ESTERI

La crescente diffusione dell'e-commerce, dei social media e dei nuovi ambienti digitali ha reso necessario il rafforzamento degli strumenti tecnologici a supporto delle attività di tutela, al fine di contrastare possibili utilizzi impropri della denominazione di origine protetta e la sua associazione a prodotti simili o non autorizzati. A partire dal 2023, l'attività di monitoraggio del web è stata affidata a Griffeshield S.r.l., società specializzata in online *brand protection*, associata a Indicam e Origin.

L'attività è orientata all'individuazione di domini abusivi, utilizzi non autorizzati dei marchi, fenomeni di concorrenza sleale, contraffazioni, danni reputazionali e violazioni del *copyright*.

Nel corso del 2025, tramite l'impiego della piattaforma tecnologica, sono stati analizzati 1.855 annunci presenti sul *marketplace*, *digital store* e *social media*. A seguito delle verifiche sono state attivate 859 iniziative di rettifica o rimozione, delle quali 537 risultano concluse positivamente alla data di redazione del presente documento.

Parallelamente, è proseguita l'attività di monitoraggio del web svolta in collaborazione con lo Studio Legale Perani. In tale ambito sono state individuate e segnalate due fattispecie di particolare rilievo, riconducibili a un'azienda brasiliana e a un'azienda argentina, responsabili della commercializzazione di formaggi comuni illecitamente denominati rispettivamente "*Quejo tipo Grana*" e "*Queso Grana Padano*". Per tali casi sono state avviate le opportune iniziative di carattere legale.

CONTROLLI SULLA STAGIONATURA DEL PRODOTTO CONFEZIONATO

Le attività di verifica dell'effettività della stagionatura attribuita al prodotto, condotte sia presso i confezionatori sia presso i punti vendita nazionali, non hanno evidenziato situazioni suscettibili di intervento operativo o meritevoli di provvedimenti di carattere sanzionatorio.

CONTROLLI SULLA RINTRACCIABILITÀ

I controlli in materia di rintracciabilità, svolti presso confezionatori e punti vendita nazionali e riferiti sia alla materia prima sia ai prodotti semilavorati e finiti, non hanno fatto emergere situazioni tali da richiedere interventi sanzionatori. In alcune circostanze sono state tuttavia fornite indicazioni ope-

ative, evidenziando la necessità di integrare la documentazione con ulteriori elementi di dettaglio.

CONTROLLI PER IL CONTRASTO DELL'IMPIEGO DI LATTE ESTERO

Al fine di individuare e contrastare un eventuale utilizzo di latte estero nella produzione di Grana Padano, sono state svolte specifiche attività di ricognizione notturna, finalizzate a rilevare il transito di mezzi adibiti al trasporto di latte muniti di targa estera. Le attività non hanno evidenziato situazioni suscettibili di intervento operativo.

CONTROLLI SULL'ATTIVITÀ DI GRATTUGIA "FUORI ORARIO"

Sono state svolte attività di verifica volte ad accertare il rispetto del calendario delle lavorazioni preventivamente comunicato dai confezionatori-grattugiatori all'ente di certificazione, organismo preposto ad assistere alle operazioni di grattugia. Le ricognizioni, effettuate in orari diurni e notturni, in giorni feriali, festivi e prefestivi, non hanno evidenziato situazioni suscettibili di intervento operativo.

VISITE PRESSO IL SETTORE DELLA RISTORAZIONE

Nel corso del 2025 sono stati visitati 111 esercizi pubblici (bar con cucina, osterie, trattorie e ristoranti) presenti sul territorio nazionale. Le verifiche hanno riguardato la presenza di richiami al Grana Padano DOP nei menù e, in caso di riscontro positivo, l'effettiva disponibilità e autenticità della materia prima utilizzata.

Le non conformità rilevate sono state gestite me-

diante l'emissione di atti di diffida, successivamente ottemperati.

SOPRALLUOGHI PER RILASCIO DI AUTORIZZAZIONI

Nel corso dell'anno sono stati effettuati 2 sopralluoghi finalizzati alla verifica dei requisiti di idoneità dei locali e delle attrezzature di altrettante aziende che hanno successivamente ottenuto l'autorizzazione consortile al porzionamento del prodotto.

PRELEVAMENTO DI CAMPIONI

L'attività di prelevamento campioni, seguita da analisi chimiche e organolettiche di laboratorio, ha interessato principalmente i confezionatori e i punti vendita della grande distribuzione organizzata, sia nazionali sia europei.

Presso i confezionatori, i prelievi hanno riguardato porzioni di prodotto finalizzate alla verifica dell'assenza di trattamenti di termizzazione del latte; presso i punti vendita e le aziende autorizzate all'uso della DOP, i controlli hanno invece interessato prevalentemente il Grana Padano grattugiato, con riferimento ai livelli di crosta presenti, al profilo amminoacidico e all'autenticità del prodotto.

Nel corso dell'attività sono state irrogate 10 sanzioni pecuniarie a carico di confezionatori responsabili della commercializzazione di prodotto non conforme ai parametri del Disciplinare di Produzione. In ulteriori 3 casi, relativi a campioni prelevati presso punti vendita esteri, le sanzioni sono state irrogate dal Comitato di Gestione.

A completamento del quadro sopra descritto, la tabella che segue riporta i dati di sintesi relativi ai prelievi effettuati e alle sanzioni irrogate.

Prelevamenti e sanzioni	N.
Prelevamenti eseguiti presso confezionatori	91
Prelevamenti eseguiti presso punti vendita nazionali	50
Prelevamenti eseguiti presso punti vendita esteri	122
Prelevamenti eseguiti presso aziende autorizzate all'uso della DOP	3
Sanzioni pecuniarie irrogate (valori analitici non conformi) da euro 2.000 a euro 13.000	10
Sanzioni consortili irrogate (valori analitici non conformi da prelievi all'estero) da euro 1.000	3

VERIFICHE DOCUMENTALI

Nel 2025 sono state effettuate 75 verifiche documentali nei confronti dei confezionatori-grattugiatori. Le attività ispettive sono state principalmente finalizzate 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.

Nell’ambito delle verifiche sono state inoltre condotte specifiche analisi documentali e di rintracciabilità dei lotti, volte a garantire la coerenza e la completezza delle informazioni lungo il processo produttivo.

Le attività ispettive svolte non hanno evidenziato situazioni suscettibili di provvedimenti di carattere sanzionatorio.

ANALISI STATISTICA DEL COMPARTO “SENZA CROSTA” – PERIODO 2014/2025

Di seguito è rappresentata l’evoluzione quantitativa della materia prima impiegata nel comparto “senza crosta” per il periodo che va dal 2014, anno

di avvio del piano di “vigilanza fissa” del personale ispettivo CSQA presso gli impianti di grattugia, al 2025:

Anno	Forme Intere/ Sfridi	Variazione
2014	1.156.000	n.d.
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%
2024	2.179.193	5,9%
2025	2.225.528	2,1%



TUTELA LEGALE

Nel corso del 2025 l'Ufficio Legale ha continuato a svolgere un ruolo centrale nel presidio degli interessi del Consorzio di Tutela Grana Padano, operando a supporto delle attività istituzionali e contribuendo alla tutela della DOP sotto il profilo giuridico, regolatorio e contrattuale. In tale contesto, l'Ufficio ha operato nella protezione del marchio e della denominazione da utilizzi impropri o evocativi, nel supporto giuridico alle iniziative di promozione e comunicazione, e nell'assistenza alle strutture interne nella gestione dei rapporti contrattuali e istituzionali. L'attività ordinaria di sorveglianza e presidio normativo è stata affiancata, anche nel 2025 dalla gestione di procedimenti giudiziari e amministrativi rilevanti per il sistema Grana Padano, sia in ambito nazionale sia internazionale. In tale contesto, l'Ufficio Legale ha operato in coordinamento con i consulenti esterni e con le autorità competenti, assicurando un approccio coerente e strutturato nella gestione delle diverse fattispecie.

Le principali posizioni di contenzioso di natura civile in cui il Consorzio risulta coinvolto sono oggetto di specifica informativa nella Nota Integrativa, cui si rinvia per una descrizione puntuale degli aspetti economici e degli eventuali profili di rischio connessi.

Sul versante del contenzioso amministrativo, nel 2025 si è definita con esito sfavorevole la vicenda relativa al ricorso promosso dal Consorzio del Parmigiano Reggiano avverso il provvedimento del Ministero della Salute dell'11 aprile 2018 concernente la classificazione del lisozima impiegato nella produzione del Grana Padano. Con sentenza pubblicata il 4 novembre 2025, il Consiglio di Stato ha rigettato l'appello proposto dal Ministero della Salute e dal Consorzio, confermando l'orientamento secondo cui la competenza a modificare la classificazione della sostanza spetta agli organi dell'Unione Europea. A seguito della pronuncia, il Consorzio ha avviato interlocuzioni con il Ministero della Salute al fine di individuare il percorso più idoneo per sottoporre la questione alla Commissione Europea, sulla base delle evidenze scientifiche disponibili.

Nel corso dell'esercizio si è invece conclusa, per cessazione della materia del contendere, la vicenda relativa ai ricorsi proposti innanzi al TAR del Lazio contro la graduatoria provvisoria approvata

con Decreto Direttoriale n. 34515 del 30 giugno 2023, che aveva inizialmente escluso quattro progetti presentati dal Consorzio nell'ambito dei contratti di filiera (ECOMICROBIO, DIGIGRANA, GRANAMBIENTE e GRANA 4.0). A seguito del rifinanziamento della misura e della conseguente ammissione dei progetti al finanziamento, i ricorsi sono stati abbandonati.

ITER DI MODIFICA DEL DISCIPLINARE DI PRODUZIONE

Come illustrato in occasione dell'Assemblea dei Consorziati del 18 dicembre 2025, prosegue l'iter di approvazione delle modifiche al Disciplinare di Produzione già presentate, che riguardano:

- l'estensione del tempo massimo per il ritiro del latte fino a 26 ore;
- la ridefinizione del momento di aggiunta del lisozima, con possibilità di impiego successivo all'affioramento;
- la revisione del periodo di salatura, fissato in un intervallo compreso tra 12 e 25 giorni;
- l'inserimento del marchio Grana Padano, nella versione ristilizzata, direttamente nella fascera di marchiatura;
- la modifica della descrizione della placca di caseina.

L'iter risulta attualmente rallentato dalla necessità di acquisire il nullaosta del Ministero della Salute in relazione alla modifica concernente il ritiro del latte, condizione preliminare per il successivo intervento approvativo del Ministero dell'Agricoltura, della Sovranità Alimentare e delle Foreste (MASAF). A seguito delle più recenti interlocuzioni con le Regioni e le Province interessate, si auspica una rapida conclusione della fase istruttoria, così da consentire il completamento dell'iter complessivo.

Una volta definite le modifiche attualmente in corso, il Consorzio procederà alla presentazione delle ulteriori proposte già deliberate, relative:

- al passaggio da una lista positiva a una lista negativa degli alimenti consentiti per le vacche da latte, con l'introduzione di un albo dei foraggi e dei mangimi;
- all'inserimento della possibilità di utilizzare coagulante microbico, secondo specifiche tecniche che saranno definite in sede attuativa.

CERTIFICAZIONE SISTEMA QUALITÀ E SICUREZZA

Nel corso del 2025 è proseguito il percorso volto all'adozione di un sistema integrato di gestione che comprenda qualità, salute e sicurezza sul lavoro e ambiente, in linea con gli obiettivi di rafforzamento del presidio organizzativo e della conformità normativa che il Consorzio si è posto negli ultimi anni.

Il Consorzio è da tempo dotato di un Sistema di Gestione per la Qualità certificato ai sensi della norma UNI EN ISO 9001:2015, regolarmente mantenuto e rinnovato nel tempo. A tale sistema si affiancano, in una logica di progressiva integrazione, i percorsi di certificazione relativi alla sicurezza sul lavoro (ISO 45001) e alla gestione ambientale (ISO 14001), ritenuti strumenti qualificanti anche se non obbligatori sotto il profilo normativo.

L'adozione di sistemi di gestione strutturati in ambito sicurezza e ambiente risponde all'esigenza di rafforzare il modello organizzativo del Consorzio anche alla luce delle previsioni del D.Lgs. 231/2001, che estende il regime di responsabilità amministrativa degli enti ai reati in materia di salute e sicurezza sul lavoro e ai reati ambientali. In tale contesto, l'implementazione di sistemi di gestione conformi ai relativi standard consente di migliorare la prevenzione dei rischi, ridurre l'incidenza degli infortuni e rafforzare l'efficacia complessiva dei presidi di controllo, con potenziali benefici anche sotto il profilo assicurativo.

Il percorso intrapreso consente inoltre una progressiva integrazione tra i diversi sistemi di gestione, con ricadute positive in termini di razionalizzazione delle attività, efficienza operativa, contenimento dei costi e maggiore coerenza complessiva dell'assetto organizzativo e dei presidi di controllo, contribuendo al rafforzamento dell'immagine, della credibilità e dell'affidabilità del Consorzio nei confronti degli stakeholder. Di seguito si riepilogano le principali attività svolte nel corso dell'esercizio nei tre ambiti considerati.

QUALITÀ

In attuazione degli indirizzi degli organi di governo e della Direzione, la struttura consortile ha continuato a operare per il mantenimento degli standard procedurali richiesti dalla certificazione UNI EN ISO 9001:2015.

La Politica per la Qualità, definita dal Direttore Generale, è attualmente in fase di aggiornamento al fine di includere in modo organico anche i profili legati alla sicurezza e all'ambiente; la versione vigente resta

comunque valida ed è stata resa disponibile anche in formato multimediale, con finalità di maggiore diffusione e coinvolgimento del personale.

Nel corso dell'anno è stato effettuato il riesame della Direzione, che ha confermato l'andamento complessivamente positivo dei servizi erogati e ha consentito di definire nuovi obiettivi di miglioramento. Le risorse disponibili, anche alla luce dei recenti inserimenti, sono risultate adeguate alle attività svolte, con un elevato livello di professionalità e affidabilità da parte dei responsabili di processo e del personale nel suo complesso.

Sono stati inoltre condotti incontri dedicati alla conferma del contesto, dei rischi e delle opportunità connesse ai diversi processi, nonché le verifiche ispettive interne, propedeutiche alla verifica di mantenimento della certificazione ISO 9001. A esito dell'audit, l'ente certificatore CSQA Certificazioni S.r.l. ha confermato la validità del Sistema di Gestione per la Qualità del Consorzio.

SICUREZZA

Con riferimento alla salute e sicurezza sul lavoro, nel 2025 sono state regolarmente svolte le attività di formazione e aggiornamento del personale, le visite mediche di sorveglianza sanitaria e i controlli periodici sui presidi antincendio e di primo soccorso, in conformità al D.Lgs. 81/2008. È stata inoltre tenuta la riunione periodica del Servizio di Prevenzione e Protezione.

È proseguita la collaborazione con SE.AL, società specializzata in consulenza antincendio, a supporto del rafforzamento dei presidi di prevenzione e protezione. Nel corso dell'esercizio sono stati completati gli interventi di adeguamento strutturale del magazzino, finalizzati alla riduzione della vulnerabilità sismica, ed è stato avviato il cantiere di ristrutturazione dello stesso immobile, destinato a ospitare il magazzino del materiale promozionale, funzionale alla realizzazione del progetto Grana Padano Experience presso l'attuale magazzino. Eventuali criticità emerse sono state gestite tempestivamente attraverso l'adozione delle necessarie azioni correttive, in un'ottica di miglioramento continuo e di tutela delle persone e del patrimonio. Tali attività sono svolte in coerenza con l'attuazione in corso del sistema di gestione della sicurezza, in conformità ai requisiti della norma ISO 45001.

AMBIENTE

Nel corso del 2025 sono state affrontate e risolte diverse criticità emerse in sede di verifica della conformità alla normativa ambientale vigente ed è stato compiuto un primo significativo avanzamento nel percorso di certificazione del Sistema di Gestione Ambientale secondo la norma UNI EN ISO 14001:2015.

Nel mese di dicembre è stato svolto l'audit di Stage One, conclusosi con esito positivo. L'ente certificatore ha riconosciuto l'impegno della Direzione sui temi ambientali, evidenziando in particolare la completezza e la solidità dell'analisi di conformità legislativa. Sono

stati tuttavia individuati alcuni aspetti di miglioramento che saranno oggetto di completamento in vista dello Stage Two, pianificato per maggio 2026.

A regime, l'implementazione del sistema di gestione ambientale, integrato con i sistemi qualità e sicurezza, consentirà un monitoraggio strutturato sia degli aspetti ambientali connessi agli immobili del Consorzio sia di quelli legati alle attività sulle quali il Consorzio esercita un'influenza, rafforzando ulteriormente l'approccio integrato alla sostenibilità.



ORIGIN

Nell'ambito delle attività di rappresentanza istituzionale e di coordinamento del sistema delle Indicazioni Geografiche, il Consorzio partecipa attivamente alle iniziative promosse da Origin Italia, associazione che riunisce i Consorzi di tutela delle produzioni italiane DOP e IGP.

Origin Italia, nata nel 2006 come AICIG (Associazione Italiana Consorzi Indicazioni Geografiche), rappresenta oltre il 95% delle produzioni italiane a Indicazione Geografica. Attualmente aderiscono all'Associazione 88 realtà consortili e due Associazioni dei Consorzi di tutela: AFIDOP (Associazione Formaggi Italiani DOP e IGP) e Salumitalia – Consorzi Indicazione Geografica.

L'Associazione costituisce un luogo di confronto tra realtà consortili di grandi e piccole dimensioni operanti nel sistema delle Indicazioni Geografiche e collabora con le istituzioni nazionali ed europee al fine di rappresentare gli interessi, generali e specifici, dei Consorzi di tutela, contribuendo ai processi decisionali che incidono sul loro funzionamento. Con l'obiettivo di favorire la crescita del sistema agroalimentare italiano attraverso la promozione della cultura della qualità, Origin Italia valorizza il ruolo dei Consorzi di tutela e mette a loro disposizione una piattaforma di approfondimento e dialogo sui temi politici, economici, di tutela e di sostenibilità.

A livello internazionale, Origin Italia aderisce alle organizzazioni Origin Mondo e Origin EU ed è socio fondatore della Fondazione Qualivita.

Il piano operativo 2025 di Origin Italia si è articolato in quattro principali ambiti di intervento:

- normativa e lobbying;
- attività di informazione;
- attività istituzionali;
- iniziative di promozione e valorizzazione.

NORMATIVA E LOBBYING

ATTUAZIONE RIFORMA IG

L'Associazione è stata impegnata nell'avvio della fase di attuazione nazionale del Regolamento (UE) 2024/1143, che comporterà l'abrogazione dei decreti ministeriali relativi alle procedure di registrazione e modifica dei disciplinari, nonché ai requisiti di rappresentatività dei Consorzi di tutela e



alla loro presenza negli organi sociali. In tale contesto si è sviluppata un'intensa interlocuzione con i vertici ministeriali, finalizzata a rappresentare le esigenze dei Consorzi e delle filiere, formulando proposte operative e osservazioni puntuali sulle bozze di testo. Si sono svolti numerosi incontri presso il MASAF, volti a consolidare il rapporto di collaborazione istituzionale e il percorso di accreditamento maturato dall'Associazione negli ultimi anni. L'attuazione riguarda anche la complessa applicazione dell'art. 37, par. 5, del Reg. (UE) 2024/1143, che prevede l'indicazione del nome del produttore o dell'operatore nello stesso campo visivo dell'Indicazione Geografica in etichetta. In merito sono state evidenziate diverse criticità applicative, in particolare per la filiera lattiero-casearia.

L'attività è stata accompagnata da un costante aggiornamento rivolto ai Consorzi associati, anche attraverso il seminario formativo del 4 febbraio 2025 organizzato dalla Fondazione Qualivita in collaborazione con Origin Italia.

L'attività è stata accompagnata da un costante aggiornamento rivolto ai Consorzi associati, anche attraverso il seminario formativo del 4 febbraio 2025 organizzato dalla Fondazione Qualivita in collaborazione con Origin Italia.

PIANO D'AZIONE PER LE IG

A seguito delle interlocuzioni avviate nel 2024 con la DG AGRI della Commissione europea per l'introduzione di un Piano d'Azione dedicato alle Indicazioni Geografiche dell'UE, nel corso del Forum Europeo sulla Qualità Alimentare organizzato da Fondazione Qualivita e Origin Italia, il Commissario europeo per l'Agricoltura e l'Alimentazione Christophe Hansen ha annunciato l'avvio, a partire dal 2027, di uno specifico Action Plan europeo per i prodotti agroalimentari e vitivinicoli DOP e IGP e per le bevande spiritose IG.

Lo strumento, considerato strategico per il rafforzamento dei territori rurali europei, rappresenta il risultato del lavoro istituzionale svolto dall'Associazione negli ultimi anni e costituisce un'opportunità rilevante per consolidare un sistema fondato su produzioni certificate, sostenibili e legate ai territori. Origin Italia ha già avviato le prime interlocuzioni con la DG AGRI e il MASAF per contribuire alla definizione delle azioni strategiche da inserire nel Piano.

LINEE GUIDA EUROPEAN UNION INTERNATIONAL PROPERTY OFFICE (EUIPO)

Nel corso dell'anno è emersa una criticità nelle Linee guida dell'EUIPO in materia di esame dei marchi, che ammettono la registrazione come marchio dell'Unione europea di segni contenenti un'Indicazione Geografica, purché destinati a contraddistinguere prodotti conformi al relativo disciplinare. L'Associazione ha espresso una posizione ufficiale contraria, chiedendo formalmente al MASAF – tramite lettere e incontri istituzionali – di sostenere la richiesta di revisione della disposizione presso le competenti sedi europee, facendosi promotrice della medesima istanza anche verso altri Stati membri. Nel medesimo ambito, anche alla luce delle implicazioni derivanti dalla sentenza “Nero Champagne”, Origin Italia si è attivata a livello europeo, direttamente e tramite Origin EU, per sollecitare la soppressione della disposizione nelle Linee guida.

IG “NON AGRICOLI”

A seguito dell'entrata in vigore del Regolamento (UE) 2023/2411, che estende la protezione delle Indicazioni Geografiche ai prodotti artigianali e industriali, l'Associazione ha svolto un'articolata attività di sensibilizzazione nei confronti delle istituzioni nazionali in vista dell'adozione del decreto legislativo attuativo.

Considerato l'utilizzo del medesimo logo previsto per le IGP agroalimentari, è stata sostenuta con fermezza l'introduzione dell'obbligo di verifica da parte di organismi terzi accreditati e indipendenti, come previsto dall'art. 52 del Regolamento, in luogo di un sistema fondato sull'autodichiarazione. Sono state evidenziate al MASAF e al Ministero delle Imprese e del Made in Italy (MIMIT) le criticità di un modello basato sull'autocertificazione, che rischia di compromettere la credibilità dell'intero sistema delle IG agroalimentari, generando confusione nei consumatori e determinando una disparità di trattamento rispetto ai produttori DOP e IGP, vini e bevande spiritose, soggetti a controlli rigorosi, adempimenti complessi e costi significativi.

DAZI E ATTACCHI AL SISTEMA IG

Nel contesto dell'annuncio di nuove barriere tariffarie da parte degli Stati Uniti, si è registrata un'ulteriore intensificazione delle iniziative volte a liberalizzare il commercio di prodotti recanti denominazioni

che coincidono, in tutto o in parte, con nomi di DOP e IGP europee o che richiamano fenomeni di Italian sounding. Il 26 ottobre 2025 gli Stati Uniti e il Regno di Cambogia hanno concluso un Accordo sul commercio reciproco che consente l'accesso al mercato di prodotti lattiero-caseari e a base di carne statunitensi recanti alcune denominazioni considerate generiche. L'elenco comprende circa 50 termini, diversi dei quali coincidenti o evocativi di DOP e IGP italiane. Analoghe iniziative risultano concluse o in fase di negoziazione con altri Paesi. L'Associazione ha tempestivamente segnalato tali criticità al Governo italiano, partecipando al tavolo convocato dal Presidente del Consiglio Giorgia Meloni e successivamente al tavolo IG convocato dal Ministro dell'Agricoltura Francesco Lollobrigida, sollecitando un'azione politica volta a salvaguardare l'integrità del sistema delle Indicazioni Geografiche a livello internazionale.

ACCORDI BILATERALI E MULTILATERALI

Origin Italia monitora costantemente le criticità derivanti dagli accordi bilaterali tra l'Unione europea e Paesi terzi, collaborando con il MASAF e, tramite Origin EU, con la Commissione europea per segnalare problematiche evidenziate dai Consorzi di tutela. Particolare attenzione è stata dedicata ai seguenti accordi:

- Accordo di partenariato globale UE-Giappone;
- Accordo di libero scambio UE-Corea del Sud;
- Accordo di libero scambio UE-Colombia/Perù/Ecuador;
- Accordo UE-Canada “Comprehensive Economic Trade Agreement (CETA)”;
- Accordo di partenariato e cooperazione rafforzato UE-Kazakistan;
- Accordo tra l'Unione Europea e il Governo della Repubblica popolare cinese sulla protezione delle Indicazioni Geografiche;
- Accordo UE-Vietnam;
- Accordo UE-SADC (Comunità di Sviluppo dell'Africa Meridionale).

L'Associazione ha inoltrato osservazioni agli uffici ministeriali competenti e a Origin EU, che le ha trasmesse alla DG AGRI della Commissione Europea.

È stato inoltre seguito l'iter negoziale di ulteriori accordi bilaterali, compresa la fase conclusiva dell'intesa UE-Mercosur, nonostante le criticità legate al rinvio della firma.

Sul piano multilaterale, l'Associazione ha sensibilizza-

to il Parlamento italiano e il Ministro Francesco Lollobrigida affinché si proceda celermente alla ratifica dell'Atto di Ginevra dell'Accordo di Lisbona sulle Denominazioni d'Origine e le Indicazioni Geografiche.

ATTIVITÀ DI IN-FORMAZIONE

SEMINARIO FORMATIVO REGOLAMENTO (UE) 2024/1143

Il 4 febbraio 2025, a Roma, la Fondazione Qualivita, in collaborazione con Origini Italia, ha organizzato un seminario formativo dedicato al Regolamento (UE) 2024/1143, con l'obiettivo di approfondire le novità normative e gli aspetti di governance riguardanti i

Consorzi di tutela dei prodotti agroalimentari e vitivinicoli DOP e IGP. L'iniziativa era rivolta ai rappresentanti dei Consorzi e ai funzionari della Pubblica Amministrazione.

Nel corso dell'incontro, relatori qualificati – tra cui docenti universitari esperti di diritto agroalimentare – hanno illustrato le principali innovazioni introdotte dalla riforma delle IG e le relative implicazioni applicative, promuovendo una riflessione sull'attuazione della nuova disciplina e sensibilizzando le istituzioni circa la necessità di garantire, anche a livello nazionale, un'applicazione coerente con gli obiettivi di rafforzamento del settore.



MASTER DOP 2025-2026

Il 10 ottobre 2025 ha preso avvio, dopo il successo della prima edizione, il Master DOP 2025–2026: un ciclo di seminari in-formativi rivolto ai direttori dei Consorzi di tutela e agli operatori delle filiere DOP e IGP. Il percorso, articolato in 18 seminari verticali che si concluderanno nel 2026, è realizzato dalla Fondazione Qualivita in collaborazione con Origin Italia e si svolge a Roma. Si tratta di un programma formativo avanzato, orientato alla dimensione operativa e al confronto diretto tra esperti, istituzioni e protagonisti delle filiere, che affronta i seguenti temi: ricerca scientifica, normativa, Turismo DOP, sostenibilità, comunicazione e marketing, intelligenza artificiale, istituzioni e mercati. Il corpo docente è composto da professori universitari, esperti del settore, rappresentanti istituzionali e ricercatori. Sono 43 i partecipanti iscritti, provenienti da Consorzi di tutela di diverse dimensioni e comparti produttivi.

PUBBLICAZIONI

PRIMO RAPPORTO TURISMO DOP

Il 25 giugno 2025, a Roma, è stato presentato il 1° Rapporto Turismo DOP, realizzato dalla Fondazione Qualivita in collaborazione con Origin Italia e con il supporto del MASAF, alla presenza del Ministro dell'Agricoltura Francesco Lollobrigida e del Ministro del Turismo Daniela Santanchè.

Basato su indagini dirette e sull'analisi di fonti istituzionali, il Rapporto offre una ricognizione organica e aggiornata del fenomeno del turismo legato alle Indicazioni Geografiche in Italia. Con 585 attività censite – promosse da 361 Consorzi di tutela e riferite a 597 prodotti DOP e IGP – 87 riferimenti normativi, nonché una selezione dei principali studi scientifici e dati di settore, il documento restituisce un quadro articolato del fenomeno a livello nazionale e territoriale. L'obiettivo è fornire uno strumento conoscitivo sul sistema delle IG e promuovere il turismo enogastronomico connesso alle Indicazioni Geografiche, anche alla luce della nuova funzione attribuita ai Consorzi di tutela dal Regolamento (UE) 2024/1143.

Il Rapporto include inoltre l'analisi di 41 *case history* considerate esemplari nei rispettivi ambiti. Una selezione di queste è stata presentata nel corso dell'evento attraverso collegamenti in diretta con i territori, tra cui quello del Consorzio Tutela Grana Padano.

ATTIVITÀ ISTITUZIONALI

CONFERENZA “PROSPETTIVE GLOBALI SULLE INDICAZIONI GEOGRAFICHE”

Dal 18 al 20 febbraio 2025, a Roma, si è svolta la seconda Conferenza “Prospettive globali sulle Indicazioni Geografiche”, organizzata dalla Organizzazione delle Nazioni Unite per l’Alimentazione e l’Agricoltura (FAO) e dal MASAF. Origin Italia ha partecipato alle attività preparatorie in qualità di co-organizzatore, fornendo supporto operativo e monitorando l'avanzamento dei lavori.

Nel corso della Conferenza, Origin Italia e la Fondazione Qualivita hanno allestito una galleria fotografica dedicata alla ricerca scientifica nel settore delle Indicazioni Geografiche, con un focus sugli studi promossi dai Consorzi di tutela. Davanti a una platea di circa 500 partecipanti provenienti da 55 Paesi, sono stati presentati centinaia di progetti di ricerca legati alle IG, tra cui uno dedicato al Consorzio Tutela Grana Padano. L'evento ha inoltre ospitato interventi istituzionali e panel di alto livello per approfondire le prospettive e le più recenti evoluzioni delle Indicazioni Geografiche a livello globale. L'iniziativa ha avuto l'obiettivo di promuovere la ricerca scientifica nel settore, favorire il confronto internazionale e contribuire al rafforzamento dell'identità del sistema italiano DOP e IGP.

TAVOLA ROTONDA “AGRICOLTURA E QUALITÀ TUTELARE LE IG NEL NUOVO SCENARIO INTERNAZIONALE”

Il 24 marzo 2025, nell'ambito dell'iniziativa “Agricoltura È”, promossa dal MASAF in occasione dell'anniversario dei Trattati di Roma, Origin Italia ha organizzato la tavola rotonda “Agricoltura È Qualità – Tutelare le IG nel nuovo scenario internazionale”.

L'incontro, dedicato ai Consorzi di tutela, ha approfondito le dinamiche internazionali delle Indicazioni Geografiche, analizzando temi quali la protezione giuridica, i dazi, gli accordi commerciali e le strategie di sviluppo economico e sostenibile. L'obiettivo è stato quello di fornire strumenti concreti alle filiere produttive per garantire una tutela efficace a livello globale. Hanno preso parte alla tavola rotonda rappresentanti delle istituzioni e della pubblica amministrazione, management dei Consorzi di tutela, enti e organizzazioni di settore, oltre a stakeholder del comparto agroalimentare. Tra i relatori, oltre al Ministro France-

sco Lollobrigida, figuravano esponenti delle istituzioni italiane ed europee.

PROTOCOLLO D'INTESA MASAF-eBAY-ORIGIN ITALIA-FEDERDOC

Il 14 ottobre 2025 è stato rinnovato per la quarta volta il Protocollo d'intesa tra il MASAF, eBay, Origin Italia e Federdoc per la tutela online delle Indicazioni Geografiche sul marketplace statunitense.

Sottoscritto per la prima volta nel 2014, l'accordo rappresenta un modello avanzato di collaborazione pubblico-privato a tutela delle IG. Grazie al programma Verified Rights Owner (VeRO) di eBay e al costante impegno dell'Ispettorato centrale della tutela della qualità e repressione frodi dei prodotti agroalimentari (ICQRF), il Protocollo prevede la prosecuzione delle attività di monitoraggio e rimozione delle inserzioni irregolari, nonché una collaborazione sui profili di etichettatura dei prodotti alimentari commercializzati sulla piattaforma, a tutela di consumatori e produttori.

Dalla sua attivazione, il Protocollo, rinnovato per i prossimi due anni, ha consentito la rimozione di oltre 3.600 inserzioni che utilizzavano impropriamente i nomi delle IG italiane sul marketplace statunitense, contribuendo in modo significativo al contrasto della contraffazione online.

FORUM EUROPEO SULLA QUALITÀ ALIMENTARE

Il 5 dicembre 2025, a Siena, si è svolto il VII Forum Europeo sulla Qualità Alimentare, organizzato dalla Fondazione Qualivita in collaborazione con oriGIn, oriGIn Europa, Origin Italia, oriGIn France, Origen España e Qualifica-Origin PT. L'iniziativa ha offerto un quadro aggiornato sulle principali sfide del settore, grazie al contributo di esperti, istituzioni nazionali ed europee, Consorzi di tutela e rappresentanti del comparto agroalimentare di qualità. All'evento hanno partecipato il Commissario europeo per l'Agricoltura e l'Alimentazione Christophe Hansen e il Ministro dell'Agricoltura Francesco Lollobrigida, oltre a numerosi rappresentanti ed esperti del sistema delle Indicazioni Geografiche a livello nazionale, europeo e internazionale. Il giorno successivo si è tenuta una conferenza stampa con il Commissario Hansen, nel corso della quale è stato annunciato l'avvio dell'Action Plan dedicato alle IG dell'Unione europea.

PROMOZIONE E VALORIZZAZIONE CASA ITALIA DOP IGP - AGRICOLTURA È

Dal 24 al 26 marzo 2025, il MASAF ha organizzato a Roma un villaggio immersivo per celebrare la centralità dell'agricoltura nella vita quotidiana, in occasione della firma dei Trattati di Roma.

Origin Italia ha allestito uno spazio espositivo con prodotti DOP e IGP agroalimentari, organizzando degustazioni, tra cui il Grana Padano DOP. Tra le personalità che hanno visitato lo stand figurano il Presidente del Consiglio Giorgia Meloni, il Ministro dell'Agricoltura Francesco Lollobrigida, il Commissario europeo per l'Agricoltura e l'Alimentazione Christophe Hansen, il Ministro degli Affari Esteri Antonio Tajani, il Ministro della Difesa Guido Crosetto, il Ministro delle Infrastrutture Matteo Salvini, il Ministro del Turismo Daniela Santanché, il Ministro della Cultura Alessandro Giuli e il Presidente della Camera dei Deputati Lorenzo Fontana, tra gli altri rappresentanti istituzionali e regionali.

Durante la serata celebrativa, alla presenza della Premier Meloni, è stata aperta una forma di Grana Padano DOP nella Conference Hall del Villaggio.

ESPOSIZIONE DEI PRODOTTI DOP IGP – TOUR NAVE AMERIGO VESPUCCI

Il 2 giugno 2025, in occasione dell'approdo della nave della Marina Militare "Amerigo Vespucci" a Civitavecchia, il MASAF, in collaborazione con Origin Italia e la Fondazione Qualivita, ha organizzato un'esposizione di prodotti DOP e IGP.

All'iniziativa hanno partecipato il Ministro dell'Agricoltura italiano Francesco Lollobrigida e il Segretario all'Agricoltura degli Stati Uniti d'America Brooke Leslie Rollins. I prodotti, donati dai Consorzi di tutela e coordinati da Origin Italia, includevano il Grana Padano DOP.

EXPO 2025 OSAKA

Il 6 giugno 2025, Origin Italia e la Fondazione Qualivita, con il supporto del MASAF, hanno promosso all'interno del Padiglione Italia a "EXPO 2025 Osaka" il convegno "Indicazioni Geografiche: un ponte tra Italia e Giappone". L'evento ha rappresentato un momento di confronto bilaterale tra rappresentanti istituzionali e operatori dei due Paesi sul tema della tutela e valorizzazione delle IG, concludendosi con una degustazione di formaggi e oli DOP e IGP italiani, tra cui il Grana Padano DOP.

VIAGGIO NELLE ECCELLENZE UN ASSAGGIO D'ITALIA, UN'ESPERIENZA DA RICORDARE

Dal 3 novembre al 20 dicembre 2025, Origin Italia, in collaborazione con oltre 40 Consorzi di tutela associati e con il supporto di AFIDOP e Salumitalia, ha partecipato a un programma di degustazioni guidate ed esposizioni dedicate ai prodotti DOP e IGP all'interno delle lounge ITA Airways situate nei principali aeroporti italiani, tra cui Roma Fiumicino e Milano Linate.

L'iniziativa ha avuto l'obiettivo di valorizzare le eccellenze agroalimentari italiane a Indicazione Geografica, in sinergia con la candidatura della Cucina Italiana a Patrimonio Culturale Immateriale dell'Umanità UNESCO. Esperti dei Consorzi di tutela hanno raccontato ai passeggeri le caratteristiche organolettiche, culturali e territoriali dei prodotti, offrendo un'esperienza sensoriale immersiva e informativa.

Le esposizioni sono state allestite in spazi curati e visibili, arricchiti da materiali informativi e supporti multimediali, stimolando la conoscenza dei segni DOP e IGP presso un pubblico altamente profilato. Le degustazioni di Grana Padano DOP si sono svolte il 4 novembre nella *Runway Lounge* di Milano Linate, il 17 novembre nella *Lounge "Piazza di Spagna"* di Roma Fiumicino, il 21 novembre nella *Hangar Lounge* di Roma Fiumicino e il 2 dicembre nella *Runway Lounge* di Milano Linate. In occasione dell'inaugurazione è stata aperta, alla presenza del Ministro dell'Agricoltura Francesco Lollobrigida e del Presidente di ITA Airways Sandro Pappalardo, una forma di Grana Padano DOP.

OMAGGIO NATALE CAPI DI STATO

Il Presidente del Consiglio, Giorgia Meloni, in occasione del Natale ha voluto omaggiare i Capi di Stato e di Governo, nonché la Presidente della

Commissione Europea, Ursula von der Leyen, con una selezione di prodotti DOP e IGP italiani. Tra questi è stato incluso anche il Grana Padano DOP.

IPPICA PROMOZIONE DEI PRODOTTI DOP IGP

I prodotti DOP e IGP italiani sono stati protagonisti in importanti corse ippiche, grazie a Origin Italia, in collaborazione con il MASAF e diversi Consorzi di tutela.

Al termine della Corso dell'Arno, della finale del Palio delle Regioni all'Ippodromo del Visarno di Firenze e del Gran Premio Lotteria all'Ippodromo di Agnano, fantino, allenatore, allevatore, proprietario del cavallo e società di corse sono stati omaggiati con selezioni di prodotti DOP e IGP, tra cui il Grana Padano DOP.

IL RUOLO STRATEGICO DEL CONSORZIO TUTELA GRANA PADANO

Il Consorzio Tutela Grana Padano si conferma una presenza di primo piano all'interno di Origin Italia, partecipando con continuità e spirito propositivo alle attività e ai progetti promossi dall'Associazione.

Il suo impegno rappresenta un elemento di training anche per i Consorzi di minori dimensioni, che trovano in esso un riferimento di solidità organizzativa e capacità di rappresentanza. In qualità di organismo di tutela della DOP più rilevante a livello mondiale per volumi produttivi, il Consorzio apporta un contributo decisivo al rafforzamento e alla valorizzazione del sistema delle Indicazioni Geografiche. In uno scenario normativo e di mercato in costante trasformazione, la sua esperienza e la sua autorevolezza costituiscono un riferimento strategico per orientare il comparto verso nuove opportunità di sviluppo e affrontare con efficacia le sfide che attendono il settore.

1.4.2. INFORMAZIONE E PROMOZIONE

Accanto alle attività di tutela, il Consorzio svolge un ruolo centrale di informazione e comunicazione, volto a diffondere una conoscenza corretta, trasparente e autorevole del Grana Padano DOP, dei suoi valori distintivi e del sistema produttivo che ne garantisce qualità, autenticità e tracciabilità. In questo quadro si inseriscono anche le attività di promozione e marketing, orientate non solo a rafforzare l'identità del prodotto e sostenerne il consumo, ma anche a preservarne il posizionamento competitivo e il valore riconosciuto dal mercato, a beneficio dell'intera filiera produttiva.

Gli investimenti in comunicazione, marketing, eventi e sponsorizzazioni confermano la comunicazione e il marketing quali leve strategiche per la tutela economica della DOP, per il consolidamento della presenza nei mercati nazionali ed esteri e per il rafforzamento del capitale reputazionale del Consorzio. L'azione informativa e comunicativa si esprime attraverso una presenza mediatica continuativa su mezzi tradizionali e digitali e mediante un contatto diretto con il pubblico e gli operatori del settore, grazie a fiere, eventi internazionali, incontri istituzionali e attività formative. Tali iniziative favoriscono la diffusione della cultura della DOP e il riconoscimento della qualità delle produzioni di eccellenza, sostenendo nel medio-lungo periodo la competitività e la sostenibilità del sistema Grana Padano.

Comunicare il valore del Grana Padano significa andare oltre la semplice promozione: vuol dire costruire un'esperienza, rafforzare il legame con i consumatori e consolidarne il posizionamento nei mercati di riferimento. Per questo, nel 2025 la strategia di marketing del Consorzio ha continuato a puntare su un mix equilibrato di comunicazione istituzionale, attività digitali ed esperienziali, con iniziative mirate in Italia e all'estero.

Il Consorzio ha raccontato il brand attraverso i media tradizionali, TV, radio, stampa e web, affiancati da campagne digitali *data-driven*, affissioni innovative e progetti editoriali capaci di intercettare pubblici differenti. Eventi, sponsorizzazioni e collaborazioni con chef, creator e realtà territoriali hanno rafforzato la

dimensione esperienziale, creando occasioni di contatto diretto con i consumatori e valorizzando la nostra identità di eccellenza italiana.

Parallelamente, i principali mercati esteri hanno confermato la centralità del Grana Padano nei rispettivi contesti competitivi, con un rafforzamento della presenza nei Paesi core dell'export e un progressivo consolidamento del posizionamento nei segmenti a maggiore valore aggiunto. Le strategie di comunicazione e promozione sviluppate a livello locale, integrate con la pianificazione internazionale, hanno contribuito a sostenere la riconoscibilità della DOP e la coerenza del racconto di brand nei diversi mercati di riferimento.

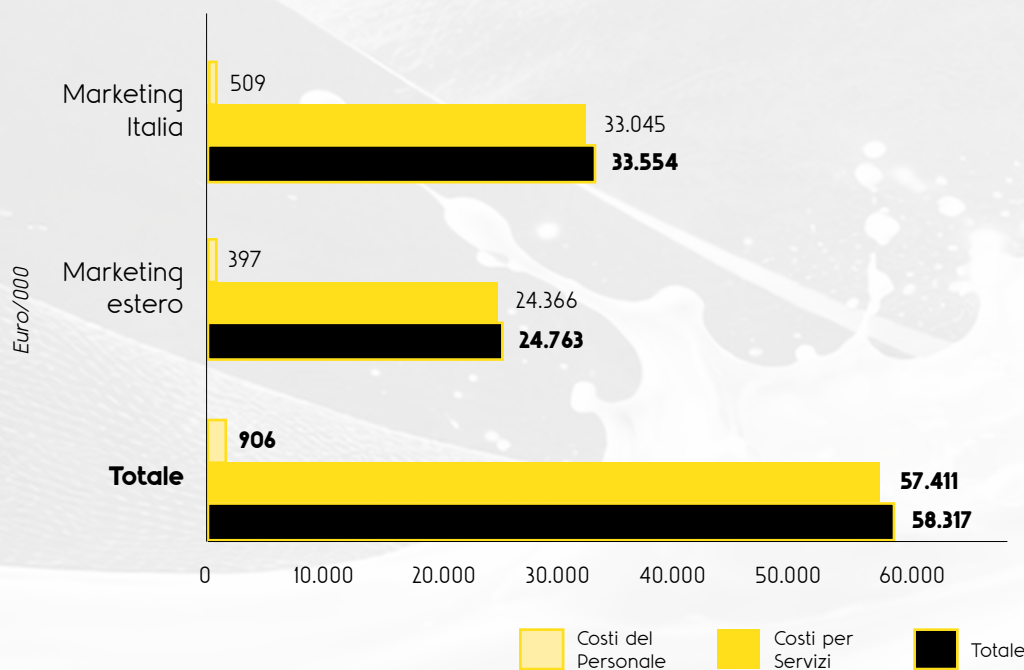
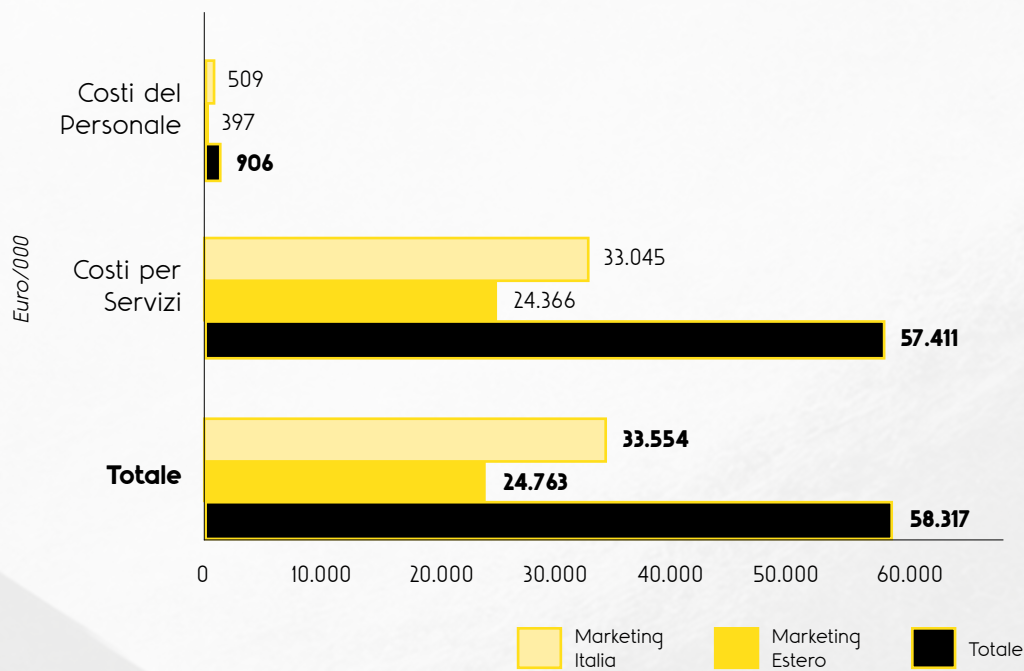
Non solo comunicazione, quindi, ma un sistema integrato di iniziative finalizzate a valorizzare l'identità distintiva del Grana Padano, rafforzarne il prestigio e sostenere nel tempo la competitività dell'intera filiera.

La dimensione promozionale trova espressione anche nella struttura economica degli investimenti sostenuti dal Consorzio.

L'analisi delle principali voci di spesa consente di evidenziare l'entità delle risorse allocate alle attività di informazione e marketing, nonché la loro distribuzione tra mercato nazionale ed estero.

I grafici che seguono illustrano la composizione della spesa per natura e per area geografica, offrendo una lettura trasparente dell'impegno economico a sostegno del posizionamento competitivo della DOP.





L'analisi della composizione dei costi evidenzia come le attività di informazione e promozione rappresentino un investimento strutturale per il Consorzio, con un impegno complessivo superiore a 58 milioni di euro.

La componente dei servizi costituisce la parte prevalente della spesa, riflettendo la natura specialistica delle attività di pianificazione media, gestione delle campagne, organizzazione di eventi e progetti internazionali, che richiedono competenze dedicate e reti operative qualificate.

La ripartizione geografica dell'investimento mostra una prevalenza del mercato italiano, quale primo presidio reputazionale e commerciale della DOP, affiancata da una quota significativa destinata ai mercati esteri, che confermano il ruolo strategico dell'export per il sistema Grana Padano.

La limitata incidenza dei costi del personale evidenzia un modello organizzativo in cui la struttura interna svolge funzioni di indirizzo, coordinamento e controllo strategico, integrando servizi esterni ad alta specializzazione.

Nel complesso, la distribuzione delle risorse testimonia come la promozione non costituisca un'attività accessoria, ma una leva strategica volta a sostenere la riconoscibilità della DOP, difenderne il valore percepito e consolidarne il posizionamento competitivo nel medio-lungo periodo.

Le sezioni che seguono illustrano nel dettaglio le attività realizzate nel 2025, offrendo una visione strutturata del percorso intrapreso per consolidare il posizionamento del brand nei principali mercati nazionali e internazionali.

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

Nel 2025 la comunicazione istituzionale ha contribuito a rafforzare la visibilità e il posizionamento del Grana Padano, attraverso un approccio strategico e multicanale. Le campagne realizzate su TV, radio, stampa, web e affissioni, sia tradizionali (OOH) sia digitali (DOOH), hanno garantito una copertura ampia e continuativa, consentendo di raggiungere pubblici diversificati in ambito nazionale e internazionale.

Tali attività hanno sostenuto il consolidamento

dell'identità del brand, valorizzandone i tratti distintivi di tradizione, qualità ed eccellenza, e contribuendo alla diffusione del posizionamento comunicativo legato al concetto di *"Emozione Italiana"*. In questo contesto, le campagne *"Un'emozione italiana"* e, successivamente, *"Same Love"* hanno rappresentato i principali asset della comunicazione consortile su tutti i mezzi (TV, radio, stampa e canali digitali), in coerenza con le strategie di marketing del Consorzio in Italia e nei Paesi della *"Golden Area"*.



PIANIFICAZIONE TV ITALIA

Nel 2025 la televisione si è confermata il principale canale della strategia di comunicazione del Consorzio, garantendo una presenza ampia e qualificata del Grana Padano e consentendo di raggiungere un pubblico esteso nei contesti di maggiore ascolto. La pianificazione ha coperto 21 settimane, con circa 27.600 passaggi televisivi, distribuiti in modo bilanciato tra i principali editori: 8.500 passaggi su Rai e Mediaset, 10.300 su Sky e 8.800 sugli altri canali, assicurando un'e-

levata copertura complessiva. Circa il 40% dei passaggi è stato collocato in fascia prime time, a conferma di un posizionamento orientato alla massima visibilità e qualità del contesto editoriale.

In attesa del lancio della nuova campagna creativa a partire da settembre 2025, la pianificazione televisiva ha previsto, tra maggio e luglio, l'utilizzo di formati speciali e contenuti editoriali di approfondimento, finalizzati a mantenere elevata l'attenzione sul prodotto

e a rafforzarne la conoscenza. In tale ambito sono state realizzate iniziative con le principali concessionarie televisive, tra cui RAI (“*Tutorial Time*”), Publitalia (formati “*Long Video*” e “*Brand Video*” su programmi di punta), Discovery (“*Il Gusto del Piacere*”) e CairoRCS (“*Buon per te*”), attraverso linguaggi e format differenziati, coerenti con i valori del prodotto e con i contesti editoriali di riferimento.

A completamento della strategia televisiva, nel corso dell’anno è stata realizzata un’attività di product placement all’interno della serie televisiva Canonico, prodotta da TV2000 e trasmessa tra novembre e dicembre in fascia prime time, rafforzando l’integrazione del brand all’interno di un contesto narrativo qualificato.

CAMPAGNE E NUOVI SPOT

A partire da settembre 2025, il nuovo spot “Mico 26” ha rappresentato l’elemento centrale della comunicazione televisiva. In occasione della prima settimana di lancio è stato previsto un formato esteso da 60 secondi, pari a circa il 10% dei passaggi settimanali, sulle principali emittenti, al fine di massimizzare l’impatto e

la memorabilità del messaggio.

PROGRAMMI E FORMAT TELEVISIVI

Nel corso del 2025 il Consorzio ha inoltre confermato e sviluppato la presenza del Grana Padano all’interno di format televisivi consolidati e di iniziative speciali. Tra questi si segnalano:

- “Le Forme del Gusto”, riproposto per l’undicesimo anno consecutivo all’interno del programma Uno Mattina in Famiglia su Rai 1, con 22 pillole dedicate ai valori del prodotto e della filiera, attraverso contenuti informativi e divulgativi;
- “Bellissima Italia – A caccia di sapori”, in onda su Rai 2, e la relativa Special Edition “Generazione Green”, dedicata ai temi della sostenibilità ambientale, dell’innovazione agricola e del ricambio generazionale nella filiera agroalimentare;
- “Sfida Impossibile” su Italia 1, format rivolto al mondo dello sport, nel quale il prodotto è stato valorizzato per le sue caratteristiche nutrizionali;
- “Mediterranea”, viaggio televisivo in sei puntate dedicato ai territori e alle tradizioni gastronomiche del bacino del Mediterraneo.



INTERVISTE E CANALI INNOVATIVI

Nel corso dell'anno è proseguito il progetto "Interviste speciali" su Canale Italia, con la realizzazione di 20 incontri in studio con il Presidente e il Direttore Generale del Consorzio, dedicati all'approfondimento delle principali tematiche istituzionali, produttive e di comunicazione.

È stato inoltre confermato l'utilizzo del circuito nazionale HbbTV, attraverso il formato *L-Banner TV* su televisori connessi, caratterizzato da elevata visibilità e interattività. La pianificazione ha interessato un network di emittenti nazionali e locali in posizioni LCN privilegiate, con 6 flight di due settimane ciascuno e un totale di circa 4,5 milioni di impression garantite, in sinergia con la campagna televisiva nazionale.

Nel 2025 è stata infine rinnovata la pianificazione su TV2000, privilegiando formati *premium* ad alto impatto, nonché la sponsorizzazione del programma *Master Pizza Champion*, talent televisivo dedicato ai pizzaioli professionisti, con una presenza strutturata del prodotto all'interno delle puntate e delle attività collegate.

Nel complesso, le attività di comunicazione televisiva sul mercato italiano hanno contribuito a sostenere la visibilità e la riconoscibilità del Grana Padano DOP, rafforzando il capitale reputazionale del Consorzio in coerenza con le strategie di posizionamento e di presidio del mercato domestico.

PIANIFICAZIONE TV ESTERO

Nel corso del 2025 è proseguita in modo significativo l'attività televisiva nei Paesi della "Golden Area", attraverso una pianificazione continuativa sui principali mercati europei. La strategia ha previsto tre flight distinti, all'interno dei quali si sono alternati formati e creatività differenti, con l'obiettivo di ottimizzare copertura ed efficacia del messaggio nei diversi contesti di mercato.

Nella prima parte dell'anno la pianificazione si è concentrata su spot nei formati 10 e 20 secondi, mentre nel terzo flight è stato introdotto il nuovo spot a tema olimpico, veicolato prevalentemente attraverso formati più lunghi, al fine di garantirne una maggiore valorizzazione. In diversi mercati è stata inoltre pianificata la versione natalizia dello spot, contribuendo a

rafforzare la presenza del brand nel periodo di maggiore intensità dei consumi.

Complessivamente, la presenza tabellare sulle reti generaliste, sui canali tematici e sulle piattaforme *Connected TV* (CTV) e *Video On Demand* (VOD) ha assicurato un livello significativo di esposizione pubblicitaria in tutti i Paesi coinvolti, supportato da attività complementari quali sponsorizzazioni, *billboard* culinari e formati speciali. Le *performance* rilevate confermano la televisione come mezzo strategico per la comunicazione internazionale del Consorzio, in relazione ai livelli di *prime time*, *Gross Rating Point* (GRP) e impression raggiunti.

GERMANIA

L'investimento sul mezzo televisivo ha previsto nel corso dell'anno la messa in onda di circa 1.500 spot, nei formati da 10 e 20 secondi, oltre a inviti all'ascolto inseriti all'interno di programmi a contenuto *food*. Nel complesso, la campagna ha generato una pressione pubblicitaria complessiva pari a circa 250 GRP.

Durante il primo flight dell'anno, la pianificazione in *prime time* ha raggiunto picchi di copertura fino al 40% sulle principali reti nazionali. La pianificazione tabellare si è concentrata prevalentemente sui canali privati dei circuiti Publieurope (SAT.1, Kabel Eins, ProSieben) e AdConnect (RTL, Super RTL, VOX, Nitro).

A fine anno è stata inoltre attivata una presenza sulle reti pubbliche, con 10 passaggi nel formato da 20 secondi, completando la copertura sui principali canali. Nel periodo estivo è stata implementata una pianificazione focalizzata su CTV e VOD, che ha generato oltre quattro milioni di impression.

Il terzo flight ha infine previsto esclusivamente la veicolazione del nuovo spot nel formato lungo da 20 secondi, ritenuto più efficace per la comunicazione di un nuovo messaggio creativo.

FRANCIA

La presenza sui due principali canali del Paese, TF1 e M6, ha previsto una pianificazione articolata su spot tabellari nei formati 10 e 20 secondi, affiancati da formati brevi da 8 e 3 secondi, utilizzati come *billboard* all'interno delle principali trasmissioni a contenuto culinario. Nel complesso sono stati erogati oltre 1.000

spot; in prime time la campagna ha raggiunto livelli di copertura intorno al 35%.

La pianificazione su CTV è stata targettizzata sia su profili socio-demografici sia su interessi legati al *food*, generando complessivamente circa 18.000 impression nel corso dell'anno. A completamento della presenza sui canali privati, è stata inoltre prevista un'attività sulle reti pubbliche.

Il lancio del nuovo spot è avvenuto nel periodo autunnale, con l'utilizzo del formato lungo da 20 secondi, ritenuto più idoneo alla valorizzazione della nuova creatività.

SPAGNA

Il primo flight televisivo dell'anno (marzo-aprile) ha previsto una campagna tabellare con spot nel formato da 20 secondi sulle principali emittenti nazionali, tra cui Telecinco, Cuatro e i canali Mediaset (Publieurope), nonché Antena 3, La Sexta, Mega e Neox (Atresmedia / RTL). La campagna ha raggiunto un totale di 270 GRP, con una presenza in *prime time* compresa tra il 30% e il 32%.

Durante il periodo estivo sono state realizzate sponsorizzazioni nel formato da 10 secondi all'interno dei programmi di punta di Telecinco e quattro telepromozioni da 45 secondi su Antena 3 e La Sexta. Nel mese di ottobre è stato lanciato anche in Spagna il nuovo spot da 20 secondi; in prossimità del Natale è stata pianificata anche la versione natalizia, nel medesimo formato. La campagna è stata attivata sia in modalità tabellare sia attraverso *Addressable TV* e VOD, con una segmentazione dedicata al target Foodies.

INGHILTERRA

La campagna tabellare ha previsto la pianificazione dello spot da 10 secondi nel primo flight e del formato da 20 secondi nel terzo flight, scelta adottata anche in questo mercato per garantire una maggiore visibilità al nuovo spot. In entrambi i flight sono stati coinvolti i principali *broadcaster* del Paese, tra cui Channel 4 Group, ITV Group e Food Network.

Nel complesso sono stati erogati circa 1.450 spot, con un livello di esposizione complessivo pari a 225

GRP. Il flight estivo è stato interamente dedicato alla pianificazione su CTV e VOD, generando oltre 2.500.000 impression.

SVIZZERA

Nel primo semestre la campagna è stata pianificata sui canali SRF1 e SRF2 per la Svizzera tedesca e su RTS1, RTS2 e TF1 per la Svizzera francese, con la messa in onda di spot nei formati 10 e 20 secondi per un totale di 750 passaggi.

A supporto della pianificazione tabellare sono state attivate sponsorizzazioni meteo, integrazioni in *show-cooking* e una presenza su impianti FSU all'interno degli shopping center sul territorio nazionale, con spot nel formato 10 secondi.

Il terzo flight televisivo ha previsto l'introduzione del nuovo spot da 30 secondi, programmato in rotazione con il formato 20 secondi, per un totale di oltre 1.400 spot nel periodo ottobre-dicembre, affiancato dalla sponsorizzazione dei film natalizi per l'intero mese di dicembre. L'utilizzo del formato 30 secondi ha consentito una valorizzazione più ampia della nuova creatività.

BELGIO

In Belgio è stata realizzata una pianificazione sulle principali emittenti nazionali, raggiungendo complessivamente circa 350 GRP nel periodo marzo-novembre. Nel mese di aprile è stata sponsorizzata la trasmissione *Celebrity MasterChef*, con formati da 7 e 20 secondi.

Nel periodo estivo, in affiancamento alla campagna tabellare, è stata attivata una presenza su CTV, con una copertura mirata al Nord del Paese e la generazione di oltre 2 milioni di impression. La pianificazione in prime time ha registrato picchi fino al 45%. Anche in questo mercato, il terzo flight ha previsto l'introduzione del nuovo spot da 20 secondi.

ATTIVITÀ IN ALTRI PAESI

Sul fronte della pianificazione televisiva internazionale si conferma la presenza storica e continuativa su BBC, Euronews ed Eurosport, canali caratterizzati da un'elevata copertura internazionale e dif-

fusi in numerosi Paesi.

La campagna si è articolata in tre flight:

- Primo flight: lo spot nel formato da 10 secondi, nelle versioni inglese e francese, è stato trasmesso per 3 settimane (febbraio-marzo), con circa 770 passaggi;
- Secondo flight: utilizzo dello spot dedicato al grattugiato, trasmesso per 9 settimane, per un totale di 1.196 passaggi;
- Terzo flight: lancio del nuovo spot da 10 secondi, comprensivo della versione natalizia, trasmesso per oltre 9,5 settimane, con 2.218 passaggi complessivi.

Il totale degli spot trasmessi nell'ambito di tali attività è pari a 4.184 passaggi.

Nel complesso, le attività di comunicazione televisiva nei mercati esteri hanno contribuito a sostenere la visibilità e la riconoscibilità del Grana Padano DOP, rafforzando il capitale reputazionale internazionale del Consorzio in coerenza con le strategie di posizionamento e di sviluppo nei principali mercati di riferimento.

PIANIFICAZIONE RADIO ITALIA

Nel 2025 la radio si è confermata un mezzo di comunicazione caratterizzato da elevata copertura e frequenza, in grado di raggiungere il pubblico in diversi momenti della giornata e di sostenere la presenza del brand Grana Padano attraverso un mix di spot tradizionali e progetti speciali. La campagna radiofonica ha coperto 16 settimane, con la messa in onda di circa 18.600 spot nei formati 30 e 15 secondi, consentendo di raggiungere circa il 73% del target di riferimento.

La pianificazione ha coinvolto anche nel 2025 le principali emittenti leader del panorama radiofonico nazionale (fonte Audiradio 1° semestre 2025), tra cui RTL 102.5, Radio Italia Solo Musica Italiana, Radio DeeJay, Rai Radio 2, Virgin Radio, Radio 24, Radio 101, RMC, Radio Freccia e Radio Zeta.

L'integrazione con le altre attività di comunicazione ha garantito una presenza continuativa e coerente nel corso dell'anno, contribuendo al rafforzamento della notorietà del brand e a un presidio efficace dei target territoriali e nazionali.

In affiancamento alla pianificazione tabellare, nel corso del 2025 sono stati sviluppati progetti speciali di comunicazione radiofonica finalizzati a rafforzare il legame con il pubblico attraverso contesti editoriali ad alta affinità.

Con Radio Italia Solo Musica Italiana, il Consorzio è stato presente all'interno dell'iniziativa "Fuori Sanremo" nel periodo 2-15 febbraio, attraverso citazioni nel formato 30 secondi e promo da 5 secondi, con un'estensione della visibilità anche su web, social media e territorio. Inoltre, nell'ambito del progetto "Radio Italia Live", il brand ha beneficiato di una presenza strutturata in occasione dei concerti di Milano (maggio) e Palermo (giugno), con integrazione sui mezzi radio, web e televisivi del gruppo, attività di sampling di prodotto nell'area VIP e pianificazione di spot tabellari e contenuti digitali dedicati.

Con RTL 102.5 sono state realizzate sponsorizzazioni e citazioni editoriali all'interno di programmi di punta ad alta audience (tra cui Password, La Famiglia Giù al Nord, Miseria e Nobiltà e No Problem - W l'Italia), nonché un ciclo di pillole/interviste live della durata di 120 secondi, trasmesse con cadenza settimanale da aprile a ottobre, per un totale di 16 momenti di approfondimento.

È stata inoltre rinnovata la collaborazione con Radio Studio Più, attraverso un'iniziativa di comunicazione estiva realizzata sulle spiagge di Riccione, Cattolica e Misano tramite il servizio Publiphono, attivo per 75 giorni nel periodo luglio-settembre. La pianificazione ha previsto la diffusione di contenuti all'interno di spazi dedicati di 30 minuti, in onda alle 11.00 e alle 17.00, con 4 citazioni giornaliere. L'iniziativa ha consentito di intercettare un flusso stimato di presenze pari a 3.500.000 a Riccione, 1.800.000 a Cattolica e 800.000 a Misano.

In aggiunta a tali attività, è stato attivato un piano di comunicazione radiofonica su emittenti regionali del Veneto, tra cui Radio Birikina, Bella & Monella, Radio Sorriso, Radio Bruno e Rete Veneto, con l'obiettivo di rafforzare il presidio del brand sul territorio e il contatto con il pubblico locale.

Le attività di comunicazione radiofonica hanno contribuito a sostenere la visibilità e la riconoscibi-

lità del Grana Padano DOP, rafforzando il capitale reputazionale del Consorzio attraverso un presidio continuativo dei principali contesti editoriali nazionali e territoriali.

PIANIFICAZIONE RADIO ESTERO

GERMANIA

La pianificazione radiofonica si è concentrata prevalentemente su Antenne Bayern, principale emittente radiofonica della Baviera e tra le più ascoltate in Germania, con circa 7,5 milioni di ascoltatori settimanali, nonché unica emittente in lingua tedesca con una significativa incidenza di ascolto anche nella zona del Garda nel periodo estivo.

Su Antenne Bayern e Antenne Bayern Oldies è stato pianificato lo spot nel formato da 10 secon-

di, per un totale di 375 passaggi on-air su ciascun canale, nei periodi 14 febbraio – 18 aprile (40 giorni, dal lunedì al sabato) e 30 giugno – 31 luglio (25 giorni). In occasione del lancio del nuovo spot e della relativa versione natalizia, la pianificazione è proseguita dal 6 ottobre al 16 dicembre (60 giorni), con un totale di 120 passaggi on-air.

Sull'emittente Antenne Bayern – Gardasee, attiva esclusivamente nel periodo 1° aprile – 30 settembre, la programmazione ha previsto lo spot nel formato da 30 secondi, trasmesso 6 volte al giorno (per un totale di 1.080 passaggi), e lo spot nel formato da 10 secondi, trasmesso 7 volte al giorno (per un totale di 1.260 passaggi). L'attività ha consentito di presidiare in modo continuativo il mercato tedesco, intercettando sia il pubblico locale sia quello turistico presente nell'area del Garda.



FRANCIA

Il primo flight radiofonico ha previsto la pianificazione di spot nel formato da 15 secondi sul circuito INDES (rete nazionale composta da emittenti radiofoniche locali) e sull'emittente RTL, con l'integrazione di *billboard* nel formato da 8 secondi. L'attività si è svolta nel mese di aprile, per un totale di 60 passaggi *on-air*.

SPAGNA

Nel mercato spagnolo è stata pianificata l'emittente COPE, principale radio nazionale, con lo spot nel formato da 15 secondi trasmesso nel periodo 6-19 aprile, per un totale di 114 passaggi *on-air*.

Le attività di comunicazione radiofonica nei mercati esteri hanno sostenuto la visibilità e la riconoscibilità del Grana Padano DOP, contribuendo

al rafforzamento del capitale reputazionale internazionale del Consorzio nei principali contesti di ascolto.

INGHILTERRA

La presenza radiofonica nel mercato britannico ha previsto la pianificazione dello spot nel formato da 20 secondi sull'emittente Radio Heart, con 640 passaggi distribuiti in 11 giorni, assicurando continuità di esposizione nel periodo di *on-air*. Nel periodo natalizio, sempre su Radio Heart, è stato trasmesso lo spot nel formato da 30 secondi dedicato alla nuova campagna, in onda nelle giornate del 24 e 25 dicembre, a presidio di un momento di particolare intensità di ascolto.



PIANIFICAZIONE STAMPA

Nel secondo semestre del 2025 la pianificazione stampa istituzionale ha coinvolto le principali testate nazionali di settore, attraverso i principali editori (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 sono stati inoltre realizzati progetti speciali in singola e doppia pagina, per un totale di 18 uscite. In occasione delle festività di Pasqua e Natale, sono stati infine integrati 32 avvisi istituzionali su quotidiani nazionali per gli auguri di rito.

DIGITAL E BRANDED CONTENT - ITALIA

Nel 2025 la gestione delle attività di media digitale è stata affidata a Organica, in continuità con l'impostazione adottata nel 2024. La pianificazione è stata realizzata interamente in *programmatic advertising*, con un approccio basato sull'analisi dei dati comportamentali, finalizzato al miglioramento dell'efficienza dei costi (CPM) e al rafforzamento dei parametri qualitativi (CTR).

Sono stati utilizzati diversi formati display e video, con l'obiettivo di incrementare il traffico verso il sito istituzionale e sostenere la *brand awareness*. Su base mensile sono stati realizzati banner dedicati, coerenti con i contenuti del piano editoriale social, indirizzando gli utenti verso specifiche *landing page* del sito.

Grazie ai dati storici raccolti nel 2024 e agli insight derivanti dalla Grana Padano Digital Platform (GPDP), la pianificazione è stata progressivamente ottimizzata, consentendo di superare i target iniziali e di migliorare le performance complessive rispetto all'esercizio precedente, in particolare in termini di numero di click.

Nel corso dell'anno sono state inoltre attivate campagne video preroll da 15 secondi, gestite in modalità *programmatic*, in concomitanza con l'on air televisivo della campagna "Same Love", lanciata a fine settembre 2025.

PERFORMANCE E KPI DIGITAL

L'attività digital ha generato nel complesso circa 102 milioni di impression e 1,85 milioni di click, contribuendo in modo significativo all'alimentazione della GPDP

consortile, sistema di tracciamento comportamentale finalizzato alla restituzione di insight strategici sull'interazione degli utenti con i contenuti digital.

I principali KPI monitorati hanno evidenziato risultati coerenti con gli obiettivi di qualità della pianificazione:

- Viewability superiore al 90%;
- Ad fraud inferiore all'1%;
- Brand safety superiore al 99%.

Accanto alle attività *programmatic*, è stata attivata una pianificazione in reservation, attraverso un mix di formati ad alta visibilità (*skin, top scroll video e preroll*) su una *white list* di siti editoriali, per un totale di 86 milioni di impression, così ripartite:

- formati display: 25.588.939 impression;
- skin: 51.895.293 impression;
- video: 8.644.765 impression.

ATTIVITÀ DI BRANDED CONTENT PER FLIGHT

Nel 2025 le attività di branded content hanno mantenuto una continuità strategica, posizionando il Grana Padano DOP all'interno di una narrazione coerente con i valori della denominazione e con i principali momenti del calendario promozionale e fieristico, attraverso partnership con editori *premium* e il coinvolgimento di *talent e creator*.

FLIGHT PASQUA

La strategia pasquale ha valorizzato il Grana Padano come ingrediente versatile, attraverso i concept "Pasqua senza Grane" e "Pasquetta last minute", sviluppati in collaborazione con Alta Cucina e Cucchiaino d'Argento. Le attività hanno generato risultati superiori agli obiettivi prefissati, sia in termini di impression sia di *video views*, confermando l'efficacia dei formati editoriali adottati.

FLIGHT TUTTOFOOD

Nel mese di maggio, in occasione della fiera Tuttofood, le attività branded content hanno accompagnato la chiusura del progetto "Il Gusto dello Sport" e la valorizzazione della *partnership* con i Giochi Olimpici e Paralimpici Invernali Milano-Cortina 2026, attraverso collaborazioni con Cook - Corriere della Sera e Giallo Zafferano, con una significativa amplificazione della visibilità dell'evento fieristico.

FLIGHT ESTIVO

La strategia estiva ha puntato sulla valorizzazione delle ricette della tradizione italiana, integrando i temi di gusto, benessere e stile di vita attivo. Le collaborazioni con La Cucina Italiana, Cucchiaino d'Argento, Buddyfit e le testate lifestyle del gruppo Media6 hanno consentito di presidiare target differenziati e di sostenere l'*engagement* attraverso contenuti editoriali e video.

SPORT INVERNALI E MILANO-CORTINA 2026

Nel flight autunnale, le attività digital e branded content hanno assunto un ruolo centrale nel posizionamento del Grana Padano DOP in relazione al mondo dello sport, con particolare riferimento alla sponsorizzazione dei Giochi Olimpici e Paralimpici Invernali Milano-Cortina 2026. Le iniziative hanno valorizzato l'associazione del brand ai temi di performance, benessere e corretta alimentazione, rafforzando la coerenza tra comunicazione, valori della denominazione e contesto sportivo di alto profilo.

La pianificazione si è sviluppata attraverso un mix di contenuti editoriali, format digitali e edutainment, con il coinvolgimento di partner media qualificati quali ANSA, Gazzetta Active, MyPersonalTrainer e Sky Sport, consentendo di intercettare target differenziati e community ad alta affinità. Le attività hanno contribuito a sostenere la visibilità del brand

e a preparare progressivamente il percorso di avvicinamento all'appuntamento olimpico del 2026.

FLIGHT NATALE

A chiusura dell'anno, le attività digital hanno accompagnato il periodo natalizio, integrandolo con il contesto montano e sportivo attraverso collaborazioni con Giallo Zafferano, Cucchiaino d'Argento e Montagna.tv, garantendo una presenza continuativa del brand nei principali *touchpoint digital* nel periodo di maggiore stagionalità.

BRAND AMBASSADOR

Nel corso del tempo il Consorzio ha sviluppato collaborazioni continuative con chef di rilievo, tra cui Andrea Aprea, Davide Oldani, Andrea Berton e Claudio Sadler, coinvolti nella valorizzazione del Grana Padano DOP attraverso attività di comunicazione, eventi e iniziative editoriali. In particolare, Davide Oldani ha supportato il progetto "Il Gusto dello Sport", connesso alla sponsorizzazione dei Giochi Olimpici Invernali 2026, concluso in occasione della fiera Tuttofood 2025.

Attraverso le iniziative digital e *branded content*, il Consorzio ha rafforzato la presenza e la riconoscibilità del Grana Padano DOP, sostenendo il capitale reputazionale e la relazione con utenti e community online, in coerenza con le strategie di comunicazione integrate.



DIGITAL E BRANDED CONTENT – ESTERO

Nel corso del 2025, le attività di comunicazione digital e di *branded content* nei mercati esteri sono state sviluppate secondo un approccio integrato e *data-driven*, con l'obiettivo di sostenere la visibilità del Grana Padano DOP e rafforzarne il posizionamento nei principali mercati internazionali.

La strategia ha combinato pianificazioni digitali in *programmatic*, attività di *branded content* e *influencer marketing*, assicurando un presidio continuativo sui principali *touchpoint* digitali editoriali, in coerenza con le strategie di comunicazione integrate del Consorzio.

GERMANIA

Nel 2025, la pianificazione digital in Germania è stata gestita in continuità con il 2024, con un approccio interamente *programmatic* e basato sul tracciamento comportamentale. Gli obiettivi di campagna hanno riguardato l'ottimizzazione dell'efficienza (CPM), il miglioramento dei parametri qualitativi (CTR) e la generazione di traffico qualificato verso il sito.

Nel corso dell'anno sono stati pianificati formati display e campagne video (*preroll* 10 secondi), in coordinamento con i periodi di on-air televisivo della campagna "Same Love" lanciata a fine settembre.

Le attività digital hanno generato circa 1,3 milioni di click e 30 milioni di impression. I principali KPI qualitativi hanno evidenziato risultati in linea con gli standard di pianificazione: *viewability* superiore all'80%, ad *fraud* inferiore all'1% e *brand safety* superiore al 99%.

Parallelamente, le attività di *branded content* si sono articolate su tre periodi chiave dell'anno (Pasqua, Estate e Natale), coinvolgendo piattaforme *food* e *lifestyle* ad alta affinità con il target (EatSmarter, Chefkoch, Lecker). Nel periodo natalizio la pianificazione è stata estesa anche a un partner orientato al mondo salute e fitness (Gymondo). Le iniziative hanno contribuito a rafforzare la notorietà del brand e a stimolare l'utilizzo del prodotto in contesti di consumo quotidiano e stagionale.

Le attività di *influencer marketing* hanno completato il presidio del mercato, generando complessivamente oltre 2 milioni di impression.

FRANCIA

Anche in Francia la pianificazione digital ha seguito un approccio interamente *programmatic* e basato sul tracciamento comportamentale, in continuità con il modello adottato in Germania. Gli obiettivi principali sono stati l'ottimizzazione dell'efficienza (CPM), il miglioramento del

CTR e la generazione di traffico qualificato verso il sito.

Nel corso del 2025, le attività digital hanno generato 714.000 click e circa 25,3 milioni di impression, con KPI qualitativi in linea con gli standard di pianificazione (*viewability* >80%, ad *fraud*<1%, *brand safety* >99%). Le campagne video (*preroll* 10 secondi) sono state pianificate in coordinamento con i periodi di on-air televisivo della campagna "Same Love".

Le attività di *branded content* hanno coinvolto testate *food* e *lifestyle* di riferimento (Marmiton, Cuisine AZ, 750g, Fourchette & Bikini), con progetti distribuiti nei principali momenti stagionali dell'anno. Le iniziative hanno contribuito a rafforzare la presenza del Grana Padano sulle tavole francesi, in particolare nei periodi di maggiore consumo.

Le attività di *influencer marketing* e la collaborazione con lo chef Denny Imbroisi hanno ulteriormente consolidato il posizionamento del brand come espressione del Made in Italy nel mercato francese.

STATI UNITI E CANADA

Nel mese di giugno 2025, in occasione della partecipazione al Summer Fancy Food Show di New York, il Consorzio ha attivato una collaborazione con Giallo Zafferano Loves Italy, il canale digitale dedicato alla promozione della cucina italiana negli Stati Uniti.

L'iniziativa ha avuto l'obiettivo di raccontare Grana Padano come prodotto iconico del Made in Italy, valorizzandone qualità distintive e valori nutrizionali in un contesto di consumo moderno e accessibile.

La collaborazione ha previsto *show-cooking* video ricette, un evento dedicato e contenuti social di copertina, generando una *reach* complessiva superiore ai 22 milioni di contatti. L'iniziativa ha inoltre beneficiato di una risonanza sui media generalisti italiani.

SPAGNA

In Spagna, la pianificazione digital 2025 ha confermato un approccio interamente *programmatic*, in continuità con i mercati della "Golden Area". Le attività hanno combinato formati display e campagne video (*preroll* 10 secondi), con un focus su brand awareness e traffico al sito.

Nel corso dell'anno sono stati generati 517.000 click e circa 29 milioni di impression, con KPI qualitativi coerenti con gli standard di pianificazione.

Le attività di *branded content* si sono articolate su tre momenti chiave (Pasqua, Estate e Natale), coinvolgen-

do testate food e lifestyle di riferimento (Directo al Paladar, La Vanguardia – Comer, Telva, Vocento, BuddyFit). Le iniziative hanno contribuito a posizionare Grana Padano come ingrediente versatile della cucina quotidiana, in grado di coniugare gusto, tradizione e benessere. Le attività di influencer marketing hanno completato il presidio del mercato, generando un coinvolgimento significativo sui principali canali social.

REGNO UNITO

Nel 2025, la pianificazione digital nel Regno Unito è stata gestita con un approccio interamente *programmatic*, in continuità con quanto realizzato nei principali mercati europei. La strategia ha combinato formati display e campagne video (*preroll* 10 secondi), con un focus sulla generazione di traffico qualificato e sull'ottimizzazione dei target comportamentali, in un contesto di mercato particolarmente competitivo.

Le attività digital hanno generato 612.000 click e circa 29 milioni di impression, con KPI qualitativi in linea con gli standard di pianificazione.

Le attività di *branded content* hanno coinvolto piattaforme *food e lifestyle* di riferimento (Delia Online, BBC Good Food, Sorted Food, Food Network, Women's Fitness e Top Santé), contribuendo a rafforzare la presenza del brand e il suo posizionamento come ingrediente di una dieta equilibrata e di qualità.

È proseguita inoltre la collaborazione con chef e *food writer* di profilo internazionale, a supporto della diffusione della cultura del prodotto presso il pubblico britannico.

NEXT-10

Nel mese di giugno 2025 sono stati attivati tre nuovi Paesi appartenenti al gruppo NEXT10, individuato dal Consorzio come area a maggiore potenziale di sviluppo nel medio periodo.

Le attività digital sviluppate nei nuovi mercati hanno generato risultati positivi in termini di traffico e visibilità online, con performance complessivamente in linea con gli standard qualitativi di pianificazione.

Di seguito sono riportati i mercati coinvolti e i principali risultati delle attività digital realizzate:

- **Australia:** 174.000 click e circa 13,4 milioni di impression.
- **Austria:** 344.000 click e circa 9 milioni di impression.
- **Polonia:** 331.000 click e circa 16 milioni di impression.

STRATEGIA SOCIAL E DIGITAL GRANA PADANO

Nel 2025 il Consorzio ha consolidato la propria presenza digitale sui principali canali social (Facebook, Instagram e LinkedIn), proseguendo la collaborazione avviata nel 2022 con KPMG e Organica per la gestione centralizzata della comunicazione.



L'introduzione di una governance coordinata ha consentito di mantenere un'identità di brand coerente a livello globale, attraverso un Piano Editoriale unico, declinato nei diversi mercati con adattamenti locali.

PIANO EDITORIALE E PILLAR DI COMUNICAZIONE.

Nel 2025 il Piano Editoriale è stato aggiornato per riflettere l'evoluzione della strategia di comunicazione, articolandosi in: *Pillar Consumer Oriented* (Instagram e Facebook – Italia ed Estero):

- valorizzazione del prodotto, del territorio e della tradizione;
- racconto delle occasioni di consumo e delle ricette;
- contenuti legati a eventi, sponsorizzazioni e stile di vita.
- Pillar Istituzionale (Instagram, Facebook e LinkedIn):
- attività del Consorzio;
- partecipazione a fiere ed eventi;
- comunicazione rivolta a stakeholder e professionisti.

Per il mercato italiano sono stati inoltre sviluppati contenuti specifici dedicati alla sponsorizzazione Milano-Cortina 2026, al progetto Educazione Nutrizionale e alla campagna istituzionale “Same Love”. L’approccio adottato è di tipo *data-driven* e orientato alle diverse *customer personas*, con l’obiettivo di trasformare i canali social in strumenti di relazione e di indirizzare il traffico verso le piattaforme digitali del Consorzio.

SITO WEB E INFRASTRUTTURA DIGITALE

Nel 2025 il sito istituzionale Grana Padano ha registrato oltre 9 milioni di sessioni, superando gli obiettivi prefissati, anche grazie alle sinergie con le campagne social e *programmatic*.

La gestione del canale *programmatic* è stata supportata da una piattaforma proprietaria di tracciamento e profilazione digitale, Grana Padano Digital Platform (GPDP), che ha consentito di migliorare l’efficienza degli investimenti media e l’ottimizzazione delle campagne nei mercati target.

PRESENZA SUI CANALI

Nel 2025 sono stati pubblicati circa 60 contenuti su LinkedIn, con focus istituzionale e reputazionale, mentre YouTube è stato utilizzato come repository

dei contenuti video consortili.

Sui canali Meta (Instagram e Facebook) le attività in Italia hanno generato complessivamente:

- 17,7 milioni di copertura;
- oltre 5 milioni di interazioni;
- circa 385.000 click al sito;
- un *engagement rate* medio del 29,6%.

Nei mercati esteri (Spagna, Francia, Germania e Regno Unito) la copertura aggregata ha superato:

- 19 milioni su Instagram;
- 22 milioni su Facebook;

con performance in crescita rispetto all’anno precedente in termini di *engagement* e traffico al sito.

EVOLUZIONE E POSIZIONAMENTO

Nel complesso, la strategia digitale 2025 ha rafforzato:

- la coerenza del racconto di brand a livello internazionale;
- la capacità di generare traffico verso gli asset proprietari;
- il dialogo con consumatori e stakeholder;
- l’integrazione tra media tradizionali e digitali.

L’approccio adottato consolida il ruolo dei canali digitali come leva strategica di comunicazione e relazione, in coerenza con l’evoluzione delle abitudini di consumo e informazione.

AFFISSIONI, OUT-OF-HOME (OOH), DIGITAL OUT-OF-HOME (DOOH), CARTELLONISTICA E AEROPORTI

La presenza visiva del brand Grana Padano negli spazi pubblicitari offline contribuisce al rafforzamento della notorietà e della riconoscibilità del marchio. Le campagne di affissione tradizionale, Out-Of-Home (OOH) e Digital Out-Of-Home (DOOH) sono state pianificate in posizioni ad alta visibilità, nei principali centri urbani, lungo le direttrici di traffico e nei luoghi di maggiore aggregazione.

ITALIA CAMPAGNA MURALES ROAD TO THE GAMES

Nel corso del 2025 il Consorzio ha sviluppato a Milano un progetto di comunicazione urbana articolato in un percorso di murales, concepito come iniziativa di avvicinamento alle Olimpiadi e Paralimpiadi Invernali Milano-Cortina 2026.

Il progetto ha tradotto nello spazio pubblico i valori identitari del Grana Padano DOP, declinandoli in chiave visiva e contemporanea e integrandoli nel

contesto urbano della città.

L’iniziativa non si è configurata come una semplice attività di visibilità, ma come un progetto narrativo strutturato, volto a raccontare il brand attraverso i valori che lo caratterizzano: territorio, gusto, passione, sostenibilità ed energia, in coerenza con il percorso di avvicinamento ai Giochi.

Nel corso del 2025 il percorso si è sviluppato secondo il seguente calendario:

- Aprile 2025 – via Carnia 30: murales dedicato al valore del territorio, con un richiamo al paesaggio della Pianura Padana quale luogo di origine del Grana Padano e base identitaria della filiera;
- Luglio 2025 – viale Certosa: murales dedicato al gusto e alla versatilità del prodotto, rappresentati attraverso un linguaggio cromatico ed emozionale;
- Ottobre 2025 – via Prina: murales dedicato

alla passione e alla manualità della filiera produttiva;

- Novembre 2025 – viale Monza: murales dedicato alla sostenibilità, con focus sui temi della circolarità e della riduzione degli sprechi;
- Dicembre 2025 – via Rossetti: murales dedicato all'energia e al legame tra alimentazione, movimento e performance.

A completamento dell'iniziativa, nel corso del 2025 il progetto è stato supportato da attività di amplificazione attraverso contenuti editoriali e *branded content*, nonché da una pianificazione DOOH

dedicata, che ha esteso la visibilità del percorso anche su asset urbani ad alta affluenza, (Piazza Argentina, Corso Lodi, Ripa di Porta Ticinese) contribuendo a consolidare la presenza del brand nel paesaggio urbano milanese.

Nel loro insieme, le opere realizzate nel corso del 2025 hanno costruito un racconto coerente e progressivo, distribuito nello spazio urbano e nel tempo, accompagnando il percorso di avvicinamento a Milano-Cortina 2026 e rafforzando l'associazione del brand Grana Padano ai valori olimpici di impegno, qualità e benessere.



CAMPAGNA THE CORNER

Anche nel 2025 è stata confermata la pianificazione sul *maxi-ledwall* di Piazza Gae Aulenti – Stazione Garibaldi, impianto urbano digitale di circa 350 metri quadri. L'impianto è collocato sulla facciata della stazione Garibaldi, in un'area caratterizzata da elevati flussi di transito, connessa a tre linee metropolitane, due stazioni ferroviarie e al passante, per un bacino stimato di circa 110 milioni di contatti annui. La pianificazione ha previsto un *on-air* di 15 minuti al giorno, pari a un minuto per ogni inizio ora, garantendo un presidio continuativo nel corso dell'anno.

CAMPAGNA LEDWALL PIAZZA GAE AULENTI

Nel 2025 lo spot Grana Padano è stato pianificato sui principali ledwall di Piazza Gae Aulenti (Vele, Bo Bardi, Porta Castiglioni A e B, Capelli, Alvar Aalto), con tre flight della durata di due settimane ciascuno, distribuiti nei primi tre quarti dell'anno.

Negli ultimi due mesi, la pianificazione è proseguita nell'area CityLife, coinvolgendo il maxi-ledwall di Piazza Tre Torri, le bandiere in Galleria Castelli Ferrieri e il totem quadrifacciale del Parco Tre Torri.

CAMPAGNA LEDWALL INGRESSI METRO M1, M2 E M3

Grana Padano è stato presente sui ledwall collocati agli ingressi di sette stazioni della metropolitana di Milano, per un totale di 33 impianti. La pianificazione ha previsto cinque flight della durata di 14 giorni ciascuno, distribuiti nel corso del 2025. Complessivamente, sono stati registrati circa 147.840 passaggi per singolo periodo di quattordici giorni.

CAMPAGNA DI VISIBILITA' PRESSO LA GDO

Nel 2025 è stata realizzata una pianificazione di accompagnamento alle attività GDO a livello nazionale, all'interno di ipermercati e supermercati localizzati nelle principali città italiane.

L'attività ha interessato 13 Regioni, per un totale di 112 Market e 22 Iper dell'insegna Carrefour, con la pianificazione di 602 totem bifacciali per 21 giorni, generando circa 65 milioni di contatti lordi.

TOTEM E LEDWALL TRAILER NEI PUNTI VENDITA

Per l'intero 2025 è stata prevista l'installazione di

totem promozionali bifacciali in prossimità degli ingressi o all'interno del punto vendita nell'area di esposizione del prodotto. I punti vendita sono stati suddivisi come segue:

- 50 punti vendita Iperfamilia e Famila Superstore (province di Milano, Monza Brianza, Lodi, Bergamo, Brescia, Cremona, Mantova e Verona), con integrazione di un *ledwall trailer* posizionato nelle aree di maggiore visibilità esterna;
- 28 punti vendita Rossetto (Veneto, Lombardia, Emilia-Romagna);
- 15 punti vendita tra Carrefour, Buono&Co e Conad (Roma).

COLONNINE ANTITACCHEGGIO E CARRELLI

Nel 2025 è stata attivata una campagna *in store* tramite colonnine antitaccheggio (*alarm marks*) posizionate all'ingresso dei punti vendita, con l'obiettivo di presidiare il primo contatto con il cliente e rafforzare la riconoscibilità del brand.

La campagna è stata attivata in 110 Carrefour Market e in 109 punti vendita multimarca (Conad, Coop, Ipercoop, Il Gigante). A integrazione, sono stati selezionati 37 Iper Carrefour nei quali sono stati personalizzati i carrelli della spesa. Il piano è stato attivato tra aprile e maggio (durata complessiva 3 settimane) e ripetuto tra ottobre e novembre per le sole colonnine antitaccheggio.

CAMPAGNA CENTRI COMMERCIALI CIRCUITO IMMEDYA

Nel 2025 è stata rinnovata una pianificazione di *Premium DOOH* all'interno del circuito dei centri commerciali, in collaborazione con Immedya, con l'utilizzo di maxi formati e impianti ad alta visibilità in contesti ad elevata affluenza.

La pianificazione si è sviluppata su 28 settimane di *on-air*, con copertura di 14 regioni e presenza in 36 centri commerciali. Il circuito ha coinvolto 243 ledwall per flight (+2 rispetto al 2024), con oltre 360 spot giornalieri per impianto, per un totale annuo di 17,2 milioni di spot.

I risultati sono stati certificati tramite sistema BLiMP (sensori e software di analisi con intelligenza artificiale): le *Opportunity To See* (OTS) complessivamente raggiunte nel 2025 sono state pari a 266,6 milioni. Le *views* certificate sono state oltre 119,6 milioni, con un tasso medio di *viewability* del 45%.

PORTE DI INGRESSO CENTRI COMMERCIALI

Nel 2025 Grana Padano ha rafforzato la presenza nei centri commerciali attraverso il presidio delle porte di ingresso, punti di contatto ad alta intensità di flusso e prossimità al momento d'acquisto.

Le attività hanno interessato tre poli del veronese (La Grande Mela Shoppingland, Le Corti Venete e Adigeo) che complessivamente registrano oltre 20 milioni di visitatori annui.

Il presidio è stato attivo per periodi compresi tra 5 e 7 mesi per ciascun centro, tramite soluzioni bifacciali di grande formato collocate sui principali flussi pedonali, garantendo una visibilità immediata e ripetuta nel tempo.

ALTRE AFFISSIONI

Nel corso del 2025 il Consorzio ha attivato ulteriori iniziative di affissione a supporto della visibilità del brand Grana Padano, attraverso una pianificazione mirata di formati digitali e tradizionali in contesti urbani, commerciali e di forte aggregazione.

La pianificazione ha incluso la presenza su *digital screen* a Venezia, su *digiwall* presso il centro commerciale Il Leone di Lonato del Garda, con 15 totem digitali bifacciali pianificati su due flight di una settimana ciascuno, e su *maxi ledwall roadside* di medio formato in alcune aree strategiche di Milano (Tortona, CityLife, Moscova e Corso Buenos Aires). Quest'ul-

tima attività, sviluppata su un periodo di 28 giorni, ha raggiunto complessivamente quasi 90.000 contatti.

A Milano, in occasione della ventesima edizione del Villaggio di Natale allestito nei giardini Indro Montanelli, in prossimità di Porta Venezia, evento patrocinato dal Comune di Milano e frequentato da circa 600.000 visitatori nel periodo compreso tra il 1° dicembre e il 6 gennaio, è stata rinnovata la presenza del brand attraverso la pianificazione sul maxi schermo posizionato presso la pista di pattinaggio. L'attività ha previsto l'erogazione di circa 4.700 spot da 15 secondi, distribuiti sulle 11 ore giornaliere di apertura per l'intera durata dell'evento. Con riferimento alla cartellonistica sportiva, anche nel 2025 è stata confermata la presenza del brand nell'ambito del Campionato Italiano di calcio di Serie A, attraverso spazi promozionali su impianti LED posizionati in prima e seconda fila a bordo campo. L'esposizione del logo, pari a circa 2 minuti a partita tra giro campo e corner, ha accompagnato le gare casalinghe disputate nel corso della stagione dalle società Atalanta, Cagliari, Cremonese, Genoa, Hellas Verona, Lecce, Pisa, Torino e Udinese. È stato infine rinnovato il contratto di noleggio dei 150 cartelloni stradali identificativi della zona di produzione del Grana Padano DOP, installati in modo capillare nelle province di Mantova, Cremona, Bergamo, Pavia, Piacenza, Rovigo, Brescia, Lodi, Verona, Vicenza e Cuneo, assicurando un presidio continuativo del territorio di origine.



ESTERO

GERMANIA - CAMPAGNA MURALES

Nel periodo compreso tra ottobre e novembre 2025, il Consorzio ha realizzato una campagna di comunicazione urbana attraverso tre murales localizzati nelle città di Colonia, Monaco di Baviera e Berlino.

L'iniziativa è stata sviluppata con l'obiettivo di rafforzare la visibilità del brand in contesti urbani ad alta frequentazione, contribuendo a consolidare il posizionamento di Grana Padano sul mercato tedesco e a veicolarne i valori di autenticità e qualità mediante un linguaggio visivo contemporaneo.

REGNO UNITO - CAMPAGNE DI VISIBILITÀ URBANA E SPECIALI

Nel mese di luglio 2025 è stata attivata una campagna di visibilità urbana a Londra attraverso la sponsorizzazione di 70 *e-taxi*, personalizzati con la creatività

“Cuore” e il claim “*An Italian Feeling*”. La pianificazione ha beneficiato di due settimane aggiuntive di visibilità omaggio rispetto al periodo inizialmente previsto.

Nel corso del 2025, il Consorzio ha inoltre sponsorizzato 15 concerti della boy band FIVE nel Regno Unito (tra cui Birmingham, Londra, Sheffield, Leeds, Glasgow, Manchester e Liverpool). In ciascun evento è stato proiettato il nuovo spot televisivo da 30” per quattro passaggi sui maxischermi, raggiungendo complessivamente circa 227.000 spettatori, per un totale stimato di circa 820.000 impression.

Nel mese di dicembre è stata infine confermata, come da consuetudine, la presenza della creatività natalizia istituzionale di Grana Padano sui 35 schermi delle scale mobili centrali e su alcune porte interne della food hall di Harrods, uno dei principali luoghi iconici dello shopping di lusso a Londra.

CARTELLONISTICA AEROPORTUALE

Un focus specifico è stato inoltre dedicato alla cartellonistica aeroportuale, leva strategica per intercettare un pubblico altamente profilato e internazionale, attraverso impianti statici e digitali collocati in aree chiave quali terminal di arrivi e partenze, sale d'attesa, aree ristoro e percorsi di transito ad alto flusso, raggiungendo viaggiatori business e *leisure*, italiani e stranieri.

NAZIONALI

Nel corso del 2025, la pianificazione di affissioni aeroportuali in Italia ha interessato alcuni tra i principali scali nazionali, con l'obiettivo di rafforzare la visibilità del brand Grana Padano in contesti ad elevata affluenza e forte vocazione turistica e internazionale.

VERONA - VALERIO CATULLO

Con oltre 4 milioni di passeggeri annui, lo scalo di Verona si conferma un hub strategico per il traffico turistico e internazionale del Nord Italia.

La presenza di Grana Padano è stata garantita per tutto l'anno attraverso posizionamenti di primo livello, comprendenti una maxi-affissione *outdoor* visibile dai principali flussi veicolari, un impianto ad alto impatto nel percorso del Security Check e una pianificazione

digitale diffusa su *videowall* e monitor arrivi/partenze. Un'indagine di profilazione passeggeri ha evidenziato un elevato livello di recall, confermando l'efficacia del presidio in uno snodo ad alta visibilità.

BERGAMO - IL CARAVAGGIO

Con circa 16,9 milioni di passeggeri, l'aeroporto di Bergamo si conferma uno dei principali hub europei per traffico internazionale.

Nel 2025 Grana Padano ha assicurato una presenza continuativa nell'area Arrivi Internazionali – Ingresso 3, attraverso affissioni outdoor di grande formato capaci di intercettare passeggeri in arrivo, accompagnatori e flussi veicolari esterni.

Il presidio ha rafforzato la visibilità del brand in un contesto ad alta rotazione e forte vocazione internazionale.

VENEZIA - MARCO POLO

Con circa 11,9 milioni di passeggeri annui, lo scalo di Venezia rappresenta un hub di riferimento per il Nord-Est, caratterizzato da una forte attenzione ai temi di sostenibilità e innovazione.

La presenza di Grana Padano è stata sviluppata all'interno del circuito Digiwelcome, area arrivi air-side,

attraverso una pianificazione continuativa su schermi digitali ad alta visibilità.

Il posizionamento ha consentito di intercettare flussi internazionali in fase di arrivo, rafforzando l'associazione del brand a un territorio simbolo dell'attrattività turistica italiana.

ROMA - LEONARDO DA VINCI (FIUMICINO)

Con oltre 51 milioni di passeggeri, Fiumicino si conferma il principale aeroporto italiano e uno dei più rilevanti hub europei.

In questo contesto di eccellenza infrastrutturale, Grana Padano ha ottenuto una visibilità ad alto impatto attraverso la presenza sul digital elevator del Terminal 1, punto di collegamento strategico verso l'area food.

Il formato *full motion* ha consentito di intercettare

flussi elevatissimi di passeggeri, rafforzando il posizionamento del brand in un contesto di prestigio, internazionalità e qualità dell'esperienza.

MILANO - LINATE

Con oltre 11,1 milioni di passeggeri e una forte vocazione business, lo scalo di Linate rappresenta un punto di contatto privilegiato con un pubblico ad alto potere decisionale.

Nel 2025 Grana Padano ha presidiato l'aeroporto con un impianto retroilluminato esclusivo collocato nell'area check-in, prima dei controlli di sicurezza, intercettando la totalità dei passeggeri in partenza.

La presenza ha contribuito a rafforzare il posizionamento del brand presso un target altamente qualificato e caratterizzato da elevata mobilità internazionale.



INTERNAZIONALI

Nel corso del 2025, la pianificazione di affissioni aeroportuali internazionali ha interessato alcuni tra i principali hub europei, con l'obiettivo di rafforzare la visibilità del brand Grana Padano in contesti ad elevata frequentazione e forte vocazione internazionale.

FRANCOFORTE - FLUGHAFEN FRANKFURT

Nel 2025 Grana Padano ha sviluppato una pianificazione articolata sull'aeroporto di Francoforte, con una presenza complessiva di 21 settimane nell'area Arrivi, sia Schengen sia Extra Schengen, in prossimità del ritiro bagagli. L'attività si è articolata in due principali flight:

- primo flight: spot da 20 secondi per 16 settimane a partire da febbraio, con circa 240 passaggi giornalieri su 164 monitor;
- terzo flight: spot da 10 e 20 secondi nel periodo 28 novembre – 28 dicembre, con un mix dello spot istituzionale e della creatività natalizia, per un totale di circa 560 passaggi giornalieri su monitor orizzontali e verticali.

Il presidio ha garantito una visibilità continuativa in uno dei principali snodi aeroportuali europei.

PARIGI - CHARLES DE GAULLE

La presenza sull'aeroporto di Parigi Charles de Gaulle si è concentrata sulle aree Partenze, includendo check-in, imbarchi e zone commerciali ad alta frequentazione.

Nel corso del 2025 sono state pianificate complessivamente 8 settimane di *on-air*, con circa 500 passaggi su 50 monitor:

- primo flight: spot da 20 secondi per 6 settimane a partire da febbraio;
- terzo flight: spot da 20 secondi dedicato al nuovo soggetto per 2 settimane nel periodo 8–21 dicembre.

La pianificazione ha consentito di intercettare flussi rilevanti di passeggeri in partenza in un contesto di elevata permanenza.

LONDRA - HEATHROW

Nel 2025 Grana Padano ha presidiato l'aeroporto di Londra Heathrow attraverso una pianificazione focalizzata sull'area Arrivi.

L'attività si è svolta nel mese di luglio, con spot da 10 secondi in onda per 2 settimane, per circa 500 passaggi giornalieri su 30 monitor, assicurando una presenza mirata all'interno del principale hub aeroportuale europeo.



EVENTI E SPONSORIZZAZIONI

Accanto alla pianificazione media descritta nelle sezioni precedenti (TV, radio, stampa, digital e OOH/DOOH, inclusi i presidi aeroportuali), nel 2025 il Consorzio ha sviluppato un programma di eventi e sponsorizzazioni con funzione complementare.

Tali iniziative hanno consentito di presidiare contesti ad alta partecipazione pubblica e affinità valoriale – sport, cultura, territorio e lifestyle – rafforzando il contatto diretto con consumatori e stakeholder locali. Le attività sono state realizzate attraverso format esperienziali, attività di presenza e degustazione, visibilità in venue selezionate e, ove previsto, piani editoriali e contenuti dedicati a supporto.

Le iniziative riportate di seguito sono presentate per ambiti e principali progettualità, in coerenza con l'approccio integrato adottato dal Consorzio nel 2025.

ITALIA

TERRITORIO E FILIERA FORMAT ESPERIENZIALI E PROGETTI DI SISTEMA

Nel corso del 2025 il Consorzio ha rafforzato la propria presenza sul territorio attraverso iniziative che hanno coniugato promozione, relazione con il pubblico e valorizzazione della filiera lattiero-casearia.

In tale ambito si inserisce in primo luogo Caseus Veneti - Concorso Regionale dei Formaggi del Veneto, di cui il Consorzio ha ricoperto il ruolo di capofila progettuale. La XXI edizione, svoltasi presso Villa Contarini a Piazzola sul Brenta, ha rappresentato un momento di sistema per la valorizzazione delle produzioni casearie regionali, con attività di degustazione e collaborazione con i Produttori Latte del Veneto (A.PRO.LAV), confermando il ruolo del Consorzio quale attore di riferimento nel dialogo tra qualità produttiva, territorio

e promozione.

Accanto a tale progettualità, il presidio territoriale si è sviluppato attraverso partnership e attivazioni ad elevata partecipazione pubblica, tra cui:

- la prosecuzione della collaborazione con Gardaland, con integrazione del brand nei punti ristoro, negli hotel e nelle aree dedicate alle famiglie;
- il format SuperG, sviluppato nelle località alpine di Cervinia, Courmayeur, Madonna di Campiglio e Cortina d'Ampezzo, con inserimento del Grana Padano nei menu (sei portate per venue), allestimento dei "Golden Corner" e attivazioni dedicate in vista di Milano-Cortina 2026;
- la sponsorizzazione della Brescia Art Marathon, con fornitura del prodotto per circa 4.000 iscritti e presenza brandizzata in area partenza/arrivo;
- il rinnovo dell'accordo con Parco Natura Viva, con integrazione del prodotto nei punti ristoro;
- la partecipazione a Lago di Garda in Love, con corner dedicato e degustazioni;
- la presenza come unico sponsor sulla sfera ledwall presso la Funivia Malcesine – Monte Baldo;
- il Christmas Tour, sviluppato in quattro città (Vicenza, Cremona, Mantova e Verona), con truck brandizzato, attività esperienziali per famiglie e degustazioni.

A completamento del presidio territoriale, il Consorzio ha inoltre partecipato a fiere di settore, manifestazioni enogastronomiche e iniziative locali a forte richiamo pubblico, nonché a format estivi e attività radiofoniche diffuse sul territorio nazionale, mantenendo un contatto diretto e continuativo con il pubblico.

CULTURA E VALORIZZAZIONE DEL PATRIMONIO

Nel 2025 il Consorzio ha consolidato la propria presenza in ambito culturale, sostenendo progettualità di rilievo nazionale e internazionale coerenti con il posizionamento istituzionale del brand.

In tale contesto si inserisce il progetto “67 Colonne per l’Arena di Verona”, per il quale il Consorzio ha confermato il ruolo di *Advisor* del programma di *fundraising* promosso dalla Fondazione Arena di Verona.

L’iniziativa rappresenta un modello strutturato di mecenatismo culturale e valorizzazione del patrimonio. L’edizione 2025 dell’Arena Opera Festival ha registrato oltre 35 milioni di euro di biglietteria, più di 404.000 spettatori (61% internazionali da 130 Paesi) e 18 serate sold out. Un’analisi Nomisma ha stimato un impatto economico complessivo pari a circa 2 miliardi di euro, con effetti significativi in termini occupazionali e fiscali per il territorio.

Il presidio culturale è stato inoltre rafforzato attraverso la presenza in manifestazioni cinematografiche di rilievo internazionale, iniziative editoriali e *partnership* legate alla promozione dell’identità agroalimentare italiana e della ristorazione, contribuendo a consolidare l’associazione del brand a contesti di eccellenza e rappresentatività nazionale.

SPORT – PIATTAFORMA STRATEGICA DI POSIZIONAMENTO

Lo sport si è confermato nel 2025 una delle principali piattaforme di visibilità e posizionamento del Consorzio, con un presidio articolato lungo l’intera filiera sportiva: circuiti internazionali, federazioni, grandi eventi e collaborazioni individuali.

COPPA DEL MONDO DI SCI ALPINO – ROAD TO MILANO-CORTINA 2026

Il Consorzio ha confermato il proprio ruolo di *partner* internazionale della Audi FIS Alpine Ski World Cup, sviluppando un programma strutturato in vista dei Giochi Olimpici e Paralimpici Invernali di Milano-Cortina 2026.

La presenza ha interessato nove gare nella prima parte della stagione 2025/2026 (tra cui Levi, Mont-Tremblant, Val d’Isère, Madonna di Campiglio, Tarvisio, Plan de Corones/Kronplatz e Åre), con una decima tappa programmata nel mese di marzo.

Il presidio ha incluso visibilità lungo il tracciato di gara e in *finish area*, integrazione nei materiali ufficiali dei Comitati Organizzatori Locali, presenza del prodotto nelle aree *hospitality* e VIP e copertura televisiva internazionale.

I dati preliminari indicano quasi 400 ore di esposizione del logo, oltre 500.000 sequenze con visibilità esclusiva, circa 4.000 ore di *broadcasting time* e un’*audience* cumulata stimata in circa 800 milioni di contatti a livello globale.

PARTNERSHIP UFFICIALE GIOCHI OLIMPICI E PARALIMPICI INVERNALI MILANO-CORTINA 2026



La partnership ufficiale con Fondazione Milano-Cortina, avviata nel 2023, rappresenta uno dei pilastri strategici del percorso di posizionamento del Consorzio.

Nel corso del 2025 il progetto ha registrato un’evoluzione significativa, articolata su più livelli:

- progressiva integrazione del logo congiunto Grana Padano – Milano-Cortina nei materiali istituzionali e promozionali;
- sviluppo di una *visual identity* dedicata (“Vibe Grana Padano” e pattern olimpico proprietario);
- lancio della campagna internazionale “*Same Love*”, con testimonial Federica Brignone e Sofia Goggia, declinata su OOH, stampa, sito e social;
- sviluppo del progetto Legacy – Educazione Nutrizionale Grana Padano (ENGP), con nuova sezione dedicata all’attività fisica e alla prevenzione;
- realizzazione della *brochure* “Grana Padano fa bene allo Sport”;
- produzione di gadget personalizzati e monoporzioni *limited edition*;
- realizzazione del Calendario 2026;
- installazioni artistiche urbane (murales) dedicate al tema sport e benessere.

Il percorso ha consolidato l’associazione del brand ai valori di eccellenza, sostenibilità e benessere, rafforzando la coerenza con il posizionamento istituzionale e con le altre attivazioni sportive.

ALTRE PARTNERSHIP

Nel periodo di riferimento è stata avviata una sponsorizzazione strutturata con la Federazione Italiana Sport Invernali (FISI), con presenza del marchio sulle giacche ufficiali delle Squadre Nazionali e integrazione nell'ecosistema digitale federale.

È proseguita inoltre la *partnership* con la Federazione Ciclistica Italiana (FCI) in qualità di Official Sponsor.

GRANDI EVENTI E COMPETIZIONI

Il presidio sportivo è stato esteso a competizioni di rilievo internazionale e nazionale, tra cui:

- il Giro d'Italia 2025, in partnership con RCS Sports, con presenza nel segnale internazionale e attivazioni *on field*;
- la Eurospin Verona Run Marathon e la Verona Christmas Run;
- la Gran Fondo Val Casies, tra le principali competizioni dell'area alpina;
- il supporto alla squadra dell'Asiago Hockey.

COLLABORAZIONI CON ATLETI

Il Consorzio ha inoltre sviluppato collaborazioni con atleti impegnati nei circuiti internazionali, rafforzando lo *storytelling* sportivo del brand.

La *partnership* con Giovanni Franzoni, avviata nella stagione 2021–2022 e sviluppata fino alla stagione olimpica 2025–2026, ha accompagnato il percorso di crescita dell'atleta nelle discipline veloci, con piazzamenti di rilievo in Coppa del Mondo, partecipazioni ai Campionati Mondiali e titoli nazionali.

Nel 2025 è proseguita anche la collaborazione con Mattia Del Fiandra, atleta internazionale di *wakeboard* e membro della Nazionale Italiana, autore di risultati di vertice a livello mondiale ed europeo.



ESTERO

ATTIVAZIONI E PRESIDI INTERNAZIONALI

Nel 2025 il Consorzio ha sviluppato in Spagna un programma di attivazioni mirate, con l'obiettivo di rafforzare la visibilità del brand in contesti ad elevata attrattività turistica e forte esposizione mediatica, intercettando un pubblico internazionale e ad alta propensione al consumo.

IBIZA GLOBAL FESTIVAL

Grana Padano è stato protagonista della quarta edizione dell'Ibiza Global Festival, svoltosi a Sant'Antonio il 4 e 5 luglio. L'evento, organizzato da Ibiza Global Radio in un contesto orientato alla sostenibilità ambientale, ha offerto 16 ore di musica live e registrato oltre 15.000 partecipanti al giorno, con il supporto delle principali autorità locali.

La presenza del brand si è sviluppata attraverso un piano integrato che ha incluso:

- *branding* dedicato e degustazioni in occasione di aperitivi esclusivi presso alcune delle principali location dell'isola;
- attività social sui canali ufficiali di Ibiza Global Radio (oltre 800.000 follower complessivi tra Facebook e Instagram), con menzioni e *product placement*;
- campagna radiofonica su Radio Studio+, Ibiza FM 102 e Ibiza Global Radio, con oltre 300 passaggi nel periodo 10 giugno – 5 luglio;
- presenza del logo in 120 spot TV su Ibiza Global TV nel periodo 10 giugno – 4 luglio.

L'attivazione ha consentito di associare il brand a un contesto lifestyle internazionale, caratteriz-

zato da forte visibilità mediatica e target giovane-adulto.

SPONSORIZZAZIONE DEL MUSICAL "PATRULLA CANINA"

Infine, a partire dal 25 ottobre 2025, Grana Padano è stato sponsor ufficiale del musical "Patrulla Canina", con una presenza estesa in tutte le sei città del tour (Tarragona, Valencia, Malaga, Bilbao, Barcellona e Madrid). La sponsorizzazione ha incluso il logo nelle campagne promozionali teatrali e outdoor, un autobus interamente personalizzato, pannelli metropolitani, maxi-schermi, attività sui social media, presenza sul sito web ufficiale e una campagna radiofonica dedicata. L'iniziativa si è conclusa nei primi mesi del 2026.



Le attività sviluppate nel mercato spagnolo si inseriscono in una strategia di presidio internazionale orientata a contesti ad alta visibilità, con l'obiettivo di consolidare la riconoscibilità del brand Grana Padano presso target diversificati, in particolare lifestyle, family e turistico, attraverso format esperienziali e piani media integrati.

FIERE NAZIONALI ED ESTERE

Le fiere rappresentano per il Consorzio uno strumento strategico di presidio dei mercati, relazione con il trade e consolidamento del posizionamento del Grana Padano nei contesti professionali di riferimento.

Nel 2025 la partecipazione a manifestazioni di ri-

levanza nazionale e internazionale ha risposto a una logica integrata: rafforzare il dialogo con buyer e operatori del settore, valorizzare le diverse stagionature del prodotto, sviluppare contenuti esperienziali e presidiare contesti ad alta qualificazione professionale e mediatica

ITALIA MANIFESTAZIONI DI SISTEMA E FILIERA

La presenza a TuttoFood (Milano) ha rappresentato uno dei momenti centrali dell'anno fieristico. Lo stand a isola di 180 mq, sviluppato in coerenza con il percorso verso Milano-Cortina 2026, ha ospitato attività B2B, dirette radiofoniche con RTL 102.5 e la conclusione del progetto "Il Gusto dello Sport - Un'Esperienza Unica tra Sapori e Performance", che ha portato alla realizzazione di un ricettario dedicato ai cinque continenti in collaborazione con lo chef Davide Oldani.

L'evento finale, moderato dal giornalista Enrico Galletti, ha visto la partecipazione delle mascotte ufficiali di Milano-Cortina 2026 Tina e Milo, del campione olimpico Kristian Ghedina e dell'atleta paralimpico Renè De Silvestro, rafforzando il collegamento tra alimentazione, cultura sportiva e percorso di avvicinamento ai Giochi.

A B2Cheese - Bergamo il Consorzio ha presidiato il principale appuntamento B2B del comparto lattiero-caseario, rafforzando il confronto con operatori specializzati e buyer internazionali.

La partecipazione a Forme - Bergamo e Formaggi & Sorrisi - Cremona ha consentito di valorizzare il prodotto attraverso masterclass, degustazioni guidate con l'Organizzazione Nazionale Assaggiatori di Formaggio (ONAF) e attività divulgative rivolte anche al pubblico più giovane, consolidando il ruolo del Consorzio nel racconto culturale del formaggio.

PRESIDIO AGROALIMENTARE E ISTITUZIONALE

Il Consorzio ha inoltre preso parte a manifestazioni di riferimento per il sistema agroalimentare italiano, tra cui:

- Vinitaly - Verona, con degustazioni abbinate ai vini del territorio nello spazio della Regione Lombardia;
- SIGEP - Rimini), come Main Sponsor dell'iniziativa "Pizza Senza Frontiere";
- Meeting per l'Amicizia fra i Popoli (Rimini), dove il Grana Padano DOP è stato formaggio ufficiale dell'evento, con narrazioni di filiera raccolte nel progetto "Una Forma, Una Storia";
- Forum Nutrими, in qualità di Premium Sponsor, rafforzando il posizionamento in ambito nutrizionale e scientifico;
- Mantova Food&Science Festival, con attività educative, degustazioni guidate e presenza istituzionale.

CULTURA, TERRITORIO E DIVULGAZIONE

Il presidio fieristico si è esteso anche a manifestazioni di forte impatto culturale e territoriale, quali:

- Festaletteratura di Mantova, con gazebo espositivo e degustazioni;
- Golosaria - Milano, con partecipazione ai *wine tasting* e valorizzazione delle diverse stagionature;
- iniziative promosse nell'ambito della Strada del Gusto Cremonese, con supporto a eventi e degustazioni in contesti turistici e promozionali.



ESTERO

Nel 2025 il Consorzio ha consolidato il presidio dei mercati internazionali attraverso la partecipazione a fiere e manifestazioni di riferimento per il settore agroalimentare, sviluppando attività B2B, degustazioni, show-cooking e iniziative di relazione istituzionale in Europa, Medio Oriente, Asia e Nord America.

L'obiettivo è stato duplice: rafforzare la presenza nei mercati maturi e ad alto potenziale e consolidare il posizionamento del Grana Padano come eccellenza europea nel canale foodservice e nella distribuzione specializzata.

EUROPA

GERMANIA – ANUGA

La presenza ad ANUGA (Colonia), all'interno della collettiva AFIDOP, ha rappresentato uno dei momenti centrali del presidio europeo. In un contesto di rilevanza globale per il settore *Food & Beverage*, il Consorzio ha sviluppato attività di degustazione, incontri con buyer internazionali e momenti di networking istituzionale, rafforzando il posizionamento nel mercato tedesco e nel trade europeo.

La partecipazione ha inoltre visto momenti di confronto con rappresentanti del sistema Italia e stakeholder istituzionali, consolidando il ruolo del Grana Padano come ambasciatore dell'eccellenza casearia italiana.

SPAGNA ALTA GASTRONOMIA E FOODSERVICE

La partecipazione a Madrid Fusión ha confermato il dialogo con il mondo dell'alta ristorazione spagnola. Attraverso uno stand dedicato alla degustazione e masterclass tecniche, il Consorzio ha valorizzato la versatilità della DOP anche in ambiti innovativi, inclusa la mixology, coinvolgendo chef e operatori di riferimento del panorama gastronomico locale.

REGNO UNITO TASTE OF LONDON

Nel Regno Unito, la presenza a Taste of London, nell'ambito del progetto con Prosecco DOC, ha consentito di intercettare un pubblico qualificato e operatori del *foodservice* attraverso *masterclass* sulle diverse stagionature, *show-cooking* e attivazioni digitali, rafforzando il posizionamento del brand in un mercato ad alta competizione.



MEDIO ORIENTE

EMIRATI ARABI UNITI - GULFOOD

La partecipazione a Gulfood (Dubai) ha consolidato il presidio nell'area "Middle East and North Africa (MENA), uno dei mercati a maggiore dinamica per il comparto agroalimentare.

All'interno del Padiglione Italia, il Consorzio ha sviluppato degustazioni dedicate alle principali stagionature e show-cooking guidati dal Brand Ambassador locale, Denny Imborosi, favorendo contatti commerciali con operatori provenienti da numerosi Paesi dell'area.

La manifestazione si conferma una piattaforma strategica per il networking internazionale e per il rafforzamento del canale foodservice in Medio Oriente e Asia.

ASIA

In Giappone, la partecipazione a Foodex (Tokyo) e ad ACCI Gusto Tokyo ha permesso di consolidare il dialogo con importatori, distributori e ristoratori, attraverso seminari tecnici sulle diverse stagionature e sugli utilizzi del prodotto.

In Cina, il Consorzio ha preso parte al Vinitaly Roadshow (Pechino, Wuhan e Chengdu) in qualità di formaggio ufficiale, sviluppando degustazioni mirate e incontri B2B con operatori locali.

La presenza a Wine to Asia (Shenzhen) ha ulteriormente rafforzato la visibilità del brand nella Greater Bay Area, attraverso pairing e masterclass in collaborazione con il sistema vino italiano.

NORD AMERICA

Il mercato nordamericano ha rappresentato un asse prioritario nel 2025, anche nell'ambito del piano triennale europeo "Distinctly, Deliciously, European", sviluppato con il Consorzio del Prosciutto di Parma.

NATIONAL RESTAURANT ASSOCIATION SHOW (NRA) - CHICAGO

La partecipazione alla National Restaurant Association Show (NRA) ha rafforzato il posizionamento nel canale *foodservice* statunitense, attraverso degustazioni, incontri con operatori professionali e attività di networking con buyer e distributori.



INTERNATIONAL DAIRY DELI BAKERY SHOW - NEW ORLEANS

La presenza alla International Dairy Deli Bakery Association Show ha consolidato il dialogo con il segmento lattiero-caseario e *specialty retail*, generando relazioni commerciali mirate e rafforzando la percezione di qualità e autenticità delle DOP italiane.

SUMMER FANCY FOOD – NEW YORK

Particolare rilievo ha assunto la partecipazione al Summer Fancy Food Show (New York), principale manifestazione B2B delle Americhe nel

comparto specialty food.

Oltre alle attività di degustazione e incontri commerciali, la presenza è stata valorizzata da *show-cooking* e da una strategia di comunicazione digitale sviluppata in collaborazione con partner editoriali e talent internazionali, amplificando la visibilità del brand sui canali social e media.

L'iniziativa è stata accompagnata da un evento dedicato con stakeholder istituzionali e rappresentanti del sistema Italia, rafforzando il posizionamento del Grana Padano quale eccellenza europea nel mercato statunitense.



INIZIATIVE ISTITUZIONALI

Nel corso dell'anno il Consorzio ha inoltre sponsorizzato la Conferenza Agricola EU-Nord America, contribuendo al dialogo transatlantico sui temi agroalimentari e consolidando le relazioni istituzionali in un contesto di cooperazione internazionale.

ATTIVITÀ PROMOZIONALI NELLA GRANDE DISTRIBUZIONE IN ITALIA E ALL'ESTERO

Nel corso del 2025, il Consorzio ha proseguito un programma strutturato di attività promozionali nella grande distribuzione, in Italia e nei principali mercati esteri, con l'obiettivo di rafforzare la visibilità del Grana Padano DOP e sostenere la competitività del prodotto nei punti vendita in un contesto caratterizzato da elevata pressione promozionale e crescente competizione nel comparto dei formaggi duri.

L'azione si è sviluppata attraverso campagne dedicate, progetti con le principali insegne retail, iniziative di comunicazione mirata e presidi digitali e fisici nei mercati strategici.

L'insieme di queste attività ha contribuito a consolidare la presenza del brand sugli scaffali, incrementarne la riconoscibilità presso il consumatore e mantenere un dialogo continuativo con la distribuzione organizzata, quale partner centrale nella valorizzazione della DOP.

Di seguito una panoramica delle principali iniziative attivate nei diversi Paesi.

ITALIA

Nel 2025 il Consorzio ha proseguito il sostegno alle attività promozionali presso le principali insegne della grande distribuzione organizzata italiana, tra cui Gruppo Agorà, Apulia, Carrefour, Conad, Coop Italia, Crai, Despar, Esselunga, Il Gigante, Iper, Pam, Perrone, Selex, Tosano e Gruppo VEGÉ.

Le iniziative sono state sviluppate attraverso contributi economici finalizzati alla realizzazione di:

- inserimenti in volantini promozionali e offerte speciali;
- attività di comunicazione sui canali digitali delle insegne (siti web, e-commerce e social media);
- campagne istituzionali su *house organ* e strumenti di comunicazione proprietari.

Tali azioni hanno sostenuto la rotazione a scaffale e rafforzato il posizionamento del Grana Padano DOP nel canale retail nazionale, consolidando relazioni di lungo periodo con le principali centrali d'acquisto.

ESTERO

Nel 2025 il Consorzio ha sviluppato un articolato piano di attivazioni promozionali nella GDO estera, combinando interventi diretti e iniziative realizzate dalle aziende consorziate nell'ambito dei progetti finanziati dal Consorzio.

In tali casi, si tratta di attività promozionali riconosciute alle aziende consorziate con una copertura pari al 70% o all'85% del valore delle attività presentate, a seconda che i mercati di riferimento rientrino tra le "Golden Area" o tra i Paesi "Next Ten".

Le attività hanno interessato sia mercati prioritari per l'export sia Paesi a elevato potenziale di sviluppo.

EUROPA GERMANIA

In Germania, mercato prioritario per l'export del Grana Padano DOP, le attività hanno coinvolto primarie insegne della distribuzione organizzata, tra cui Edeka e Rewe.

Sono state realizzate campagne Digital Out of Home (DOOH), radio in-store, volantini a diffusione nazionale, pagine stampa istituzionali, piani social integrati e giornate di desk informativi nei punti vendita.

Il presidio ha assicurato continuità di visibilità e supporto alla rotazione del prodotto in uno dei mercati chiave per la DOP.

FRANCIA

In Francia le iniziative hanno interessato insegne quali Auchan e Carrefour, attraverso campagne DOOH, *stopper* a scaffale e azioni di visibilità in punto vendita.

Le aziende consorziate hanno inoltre sviluppato attività retail dedicate, incluse endcap promozionali e iniziative digitali, consolidando la presenza del brand nel mercato francese.

SPAGNA

In Spagna le campagne hanno coinvolto primarie insegne quali Carrefour ed El Corte Inglés / Hipercor, attraverso personalizzazioni *in-store* (pannelli antitaccheggio, schermi DOOH e materiali a scaffale), integrate da degustazioni e volantini nazionali.

REGNO UNITO

Nel Regno Unito le attività si sono concentrate sulla catena Morrisons, con interventi di visibilità *in-store* (*stopper, hanging flags, floor sticker*) e numerose giornate di degustazione realizzate dalle aziende consorziate aderenti ai progetti finanziati. Le iniziative hanno sostenuto la riconoscibilità del brand in un mercato caratterizzato da forte pressione competitiva.

SVIZZERA

Nel mercato svizzero le attività sono state sviluppate attraverso le aziende consorziate aderenti ai progetti finanziati dal Consorzio, con pagine istituzionali, volantini promozionali e settimane di *info desk* nei punti vendita, mantenendo un presidio attivo in un mercato ad elevato potere d'acquisto.

BELGIO

In Belgio le iniziative hanno interessato le catene Carrefour e Delhaize, con campagne di visibilità in punto vendita (DOOH, *stopper, floor media*) integrate da volantini, degustazioni ed eventi trade.

STATI UNITI E CANADA

Nel mercato nordamericano, le attività si sono sviluppate presso primarie catene retail e nel canale *specialty*, attraverso volantini nazionali, pagine stampa istituzionali, *newsletter*, eventi trade, seminari tecnici e giornate di degustazione *in-store*.

Sono state inoltre attivate iniziative di visibilità a scaffale (*display, shelf banner*) e contenuti di-

gitali a supporto delle promozioni commerciali, consolidando il posizionamento del Grana Padano DOP nel canale *foodservice* e nella distribuzione organizzata.

NEXT-10

In continuità con la politica di sostegno alle iniziative nei punti vendita esteri tramite fondi consortili, nel 2025 sono state realizzate azioni promozionali in una pluralità di mercati ad alto potenziale di crescita, tra cui Australia, Austria, Giappone, Polonia, Svezia, Romania, Croazia e Grecia, oltre ad ulteriori Paesi extra-UE.

Le attività hanno incluso:

- giornate di info desk e degustazioni;
- volantini commerciali e pagine istituzionali;
- display e strumenti di comunicazione a scaffale;
- iniziative digitali e social media;
- seminari e azioni nel canale *foodservice*.

Pur con dimensione differenziata rispetto ai mercati prioritari, tali interventi hanno contribuito a mantenere attivo il presidio commerciale del Grana Padano DOP e a supportare le aziende consorziate nello sviluppo delle relazioni con il trade locale.

PROGETTI E COLLABORAZIONI SPECIALI IN ITALIA E ALL'ESTERO

Nel 2025 il Consorzio ha sviluppato progetti e collaborazioni speciali finalizzati a rafforzare la presenza del Grana Padano DOP in contesti qualificati, attraverso *partnership* con operatori della distribuzione specializzata, della ristorazione e con istituzioni culturali e professionali.

Tali iniziative si inseriscono in una strategia di valorizzazione integrata del prodotto, orientata alla promozione della qualità, alla diffusione della cultura gastronomica italiana e al consolidamento delle relazioni con stakeholder nazionali e internazionali.

La collaborazione con gli store Eataly in Italia e all'estero ha avuto l'obiettivo di promuovere il Grana Padano DOP quale prodotto simbolo del Made in Italy, attraverso un presidio coordinato in ambito retail, ristorazione, formazione e comunicazione digitale.

ITALIA

Le attività hanno incluso:

- Visibilità nei punti vendita, mediante personalizzazione degli spazi espositivi, utilizzo di materiali informativi dedicati e valorizzazione delle diverse stagionature;
- Integrazione nei menu della ristorazione, con inserimento di piatti contenenti Grana Padano nei ristoranti degli store;
- Attività formative, realizzate sia in modalità webinar per lo staff sia attraverso masterclass e workshop di cucina aperti ai consumatori, con il coinvolgimento di chef e Ambassador del Consorzio;
- Comunicazione digitale, con presenza del logo nella sezione partner del sito Eataly, pubblicazione di articoli dedicati, contenuti social e inserimenti in *newsletter*.

ESTERO

In Europa la partnership ha interessato gli store di Monaco di Baviera, Stoccolma, Parigi e Londra. Nel Nord America le attività hanno coinvolto tredici store negli Stati Uniti (tra cui New York, Chicago, Boston, Los Angeles, Las Vegas, Dallas e la Silicon Valley) e quattro in Canada (Toronto Yorkville, Sherway Gardens, Don Mills ed Eaton Center).

Le iniziative hanno contribuito a consolidare la visibilità del Grana Padano DOP in un contesto retail di alta gamma, caratterizzato da forte attenzione alla qualità e all'origine dei prodotti.

BEFED

Nel 2025 è stata rinnovata la collaborazione con la catena di ristorazione BEFED, presente con 43 ristoranti sul territorio nazionale. A fronte di un contributo in prodotto, è stato realizzato un piatto in edizione limitata – “Grana Padano Burger” – con utilizzo del logo su materiali di comunicazione e attivazione di una



campagna dedicata sui canali digitali della catena. L'iniziativa ha consentito di rafforzare la presenza del prodotto in un contesto di ristorazione informale ad ampia diffusione.

PIZZA VILLAGE NAPOLI E MILANO

Il Consorzio ha partecipato come Main Sponsor e Ingrediente Ufficiale alla manifestazione Pizza Village, svoltasi a Napoli e Milano.

Il Grana Padano è stato utilizzato come ingrediente ufficiale della pizza margherita del Village, con presenza del logo su materiali online e offline dell'evento.



La partecipazione ha garantito ampia visibilità presso un pubblico trasversale, rafforzando l'associazione del prodotto con una delle principali espressioni della tradizione gastronomica italiana.

ELIOR RISTORAZIONE COLLETTIVA

Nel 2025 sono stati installati 20 totem informativi dedicati al prodotto presso punti ristoro della catena Elixor, per una durata di sei mesi.

L'iniziativa ha contribuito a valorizzare il Grana



Padano DOP nel contesto della ristorazione collettiva, favorendo la diffusione di informazioni sulle caratteristiche e sulle modalità di utilizzo del prodotto.

INIZIATIVE CON HOTEL E RISTORAZIONE INTERNAZIONALE IN CINA

Nel 2025 il Consorzio ha sviluppato ulteriori iniziative nel mercato cinese attraverso incontri formativi e momenti di approfondimento realizzati in collaborazione con strutture alberghiere e ristoranti di fascia alta.

Le attività, guidate da professionisti del settore, hanno coinvolto chef e operatori della ristorazione in sessioni dedicate alla conoscenza tecnica del prodotto, con focus su:

- storia e sistema di tutela del Grana Padano DOP;
- tecniche corrette di taglio e degustazione;
- abbinamenti gastronomici;

- modalità di integrazione del prodotto nelle cucine internazionali.

Le iniziative si sono svolte presso strutture selezionate tra cui The Ritz-Carlton Sanya Yalong Bay, 1 Hotel Haitang Bay, Meixi Lake Hotel Changsha, Shangri-La Shenzhen, Langham Place Guangzhou, Rever Restaurant (Guangzhou) e Pizza Hut Shanghai.

Questi interventi hanno contribuito a rafforzare il posizionamento del Grana Padano DOP nel segmento dell'ospitalità internazionale, favorendo il dialogo con professionisti della ristorazione in un mercato ad alto potenziale.

PROGETTI EDITORIALI

Nel corso dell'anno il Consorzio ha sviluppato collaborazioni editoriali finalizzate alla valorizzazione del Grana Padano DOP attraverso pubblicazioni di settore, guide gastronomiche e strumenti di informazione professionale.

Tra le principali iniziative:

- presenza su guide enogastronomiche e pubblicazioni specializzate;
- collaborazione con Qualivita e presenza nell'Atlante Qualivita;
- rubriche dedicate su testate di settore;
- pianificazione su riviste professionali e pubblicazioni tematiche.

GRANA PADANO INSIEME

Prosegue il progetto editoriale "Grana Padano Insieme", house organ del Consorzio con tiratura di 4.400 copie, distribuito agli allevatori e ai consorziati.

La pubblicazione affronta temi quali benessere animale, alimentazione, miglioramento genetico, innovazione e sostenibilità della filiera, contribuendo al rafforzamento del senso di appartenenza e alla diffusione di contenuti tecnici a supporto della qualità del latte e del prodotto trasformato.



ATTIVITÀ ISTITUZIONALI ALL'ESTERO

Nel corso del 2025 il Consorzio ha rafforzato la propria presenza nei contesti istituzionali internazionali attraverso la collaborazione con Ambasciate, Camere di Commercio italiane all'estero e istituzioni pubbliche.

In occasione della Festa della Repubblica Italiana, il Consorzio ha contribuito agli eventi organizzati da Ambasciate e rappresentanze diplomatiche in numerosi Paesi, fornendo prodotto per degustazioni e inserimenti nei menu ufficiali. Le iniziative hanno coinvolto, tra gli altri, Australia, Austria, Belgio, Svizzera, Croazia, Germania, Danimarca, Francia, Giappone, Olanda, Polonia, Romania, Singapore, Svezia, Regno Unito e Stati Uniti.

In occasione della Settimana della Cucina Italiana nel Mondo, il Consorzio ha collaborato con la Camera di Commercio a Hong Kong e ha partecipato

a iniziative in Corea del Sud in partnership con Assolatte.

In Giappone, in collaborazione con Regione Lombardia, il Consorzio ha presenziato alla settimana italiana presso il Padiglione Italia di Expo Osaka 2025, con una presenza dedicata, attività di degustazione e una *masterclass* rivolta a operatori e giornalisti.

Nel Regno Unito, in collaborazione con la Camera di Commercio Italiana, il Consorzio ha sostenuto iniziative istituzionali quali la Italy Run e un ricevimento presso la Camera dei Lord, finalizzati al rafforzamento delle relazioni bilaterali.

Tali attività hanno contribuito a consolidare il ruolo del Grana Padano DOP quale ambasciatore dell'eccellenza agroalimentare italiana in contesti di rappresentanza istituzionale.



PROGETTI FINANZIATI DALLA COMUNITÀ EUROPEA REGOLAMENTO UE 2014/1144

Nel 2025 il Consorzio ha proseguito l'attuazione di programmi di informazione e promozione cofinanziati dall'Unione Europea ai sensi del Regolamento (UE) 2014/1144, sviluppando iniziative nei mercati strategici extra-UE ed europei in partnership con altri Consorzi.

“DISTINCTLY, DELICIOUSLY EUROPEAN” GRANA PADANO DOP & PROSCIUTTO DI PARMA DOP (2024–2026) STATI UNITI E CANADA

Nel marzo 2025 è entrato nel secondo anno il programma triennale dedicato ai mercati nordamericani.

Il progetto si sviluppa attraverso un approccio integrato che combina relazioni media, campagne digitali, eventi con stampa e operatori, partecipazione a fiere B2B, seminari formativi e promozioni in punto vendita.

Nel secondo anno la campagna ha generato un'ampia copertura mediatica nei due Paesi e

milioni di impression complessive sui canali digitali e trade, con risultati superiori agli obiettivi progettuali in termini di visibilità e coinvolgimento degli stakeholder.

Le attività hanno contribuito a consolidare la presenza del Grana Padano DOP nel canale retail e *foodservice* nordamericano, rafforzando la conoscenza del sistema DOP europeo.

“CHEERS & CHEESE TO EU” GRANA PADANO DOP & PROSECCO DOC (2024– 2027) REGNO UNITO E SVIZZERA

È proseguito nel 2025 il progetto realizzato congiuntamente con Next Generation Pro, con l'obiettivo di promuovere il valore del sistema DOP presso consumatori e operatori professionali nei mercati britannico e svizzero.

Le attività hanno incluso campagne media e digitali, *influencer marketing*, *masterclass*, *Restaurant Week* e iniziative nei punti vendita. Il program-

**CHEERS
and
CHEESE
TO EU**

**PROSECCO DOC
ITALIAN GENIO**

**Co-funded by
the European Union**

THE EUROPEAN UNION SUPPORTS
CAMPAIGNS THAT PROMOTE HIGH
QUALITY AGRICULTURAL PRODUCTS.

**ENJOY
IT'S FROM
EUROPE**

ma ha rafforzato la conoscenza del logo DOP e consolidato il posizionamento dei prodotti come espressione dell'eccellenza agroalimentare europea nei mercati target.

“HAPPINESS FROM EUROPE”

GRANA PADANO DOP (2025–2027)

CINA, GIAPPONE, HONG KONG E TAIWAN

Nel mese di aprile 2025 è stato avviato il programma triennale dedicato ai mercati orientali. Il progetto prevede un piano integrato di attività che comprende relazioni media, campagne social e digitali, degustazioni in punto

vendita, seminari professionali, partecipazione a fiere di settore ed eventi dedicati a operatori e stampa. Nel primo anno di attuazione sono stati attivati i canali digitali dedicati, organizzati eventi e workshop professionali e sviluppate iniziative di comunicazione che hanno generato una significativa copertura mediatica nei mercati target.

L'iniziativa rappresenta una leva strategica per il consolidamento della presenza del Grana Padano DOP in aree ad alto potenziale di crescita, in coerenza con le politiche europee di promozione delle eccellenze agroalimentari.



Nel 2025 la strategia di comunicazione e promozione del Consorzio ha consolidato il posizionamento del Grana Padano DOP nei mercati nazionali e internazionali, attraverso un approccio integrato che ha combinato media tradizionali, digitale, presidio territoriale ed eventi di sistema. L'integrazione tra pianificazione televisiva, sviluppo digitale *data-driven*, *partnership* strategiche e attivazioni nei principali contesti sportivi e culturali ha contribuito a rafforzare la riconoscibilità del brand, la coerenza del racconto di valore e la presenza nei mercati core dell'export.

Il percorso avviato in vista dei Giochi Olimpici e Paralimpici Invernali Milano-Cortina 2026 ha ulteriormente consolidato l'associazione del Grana Padano ai valori di qualità, performance, sostenibilità e identità italiana, generando una piattaforma di comunicazione di medio periodo.

Nel complesso, le attività realizzate nel 2025 confermano la comunicazione quale leva strategica di tutela economica della DOP, di supporto alla competitività della filiera e di rafforzamento del capitale reputazionale del sistema Grana Padano.

ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE E RELAZIONI CON I MEDIA

L'attività di comunicazione e di relazione con i media costituisce una leva strategica per la valorizzazione e la tutela del Grana Padano DOP, in coerenza con le funzioni istituzionali del Consorzio.

Nel 2025 il Consorzio Tutela Grana Padano ha promosso il proprio impegno nella tutela della qualità, nella lotta alla contraffazione e nel supporto alle Indicazioni Geografiche, contribuendo a rafforzare il riconoscimento e la reputazione del Grana Padano DOP nel panorama globale.

L'attività di informazione e divulgazione ha consentito di consolidare la presenza del Consorzio sui media e di rafforzare il dialogo con la stampa nazionale e internazionale.

Nel corso dell'anno si è parlato di Grana Padano in 14.480 servizi (social esclusi), oltre 2.000 in più rispetto al 2024. La carta stampata ha registrato 3.461 articoli, mentre TV e radio hanno dedicato 400 servizi. Le pagine web censite sono state 10.619, di cui 1.194 all'estero. È risultato significativo l'incremento dello spazio riservato alle dichiarazioni dei rappresentanti istituzionali del Consorzio, riportate in 1.634 servizi.

Tra i principali temi trattati figurano le decisioni delle assemblee generali, l'andamento dei consumi e dell'export, le attività connesse alla sponsorizzazione dei Giochi Olimpici e Paralimpici di Milano-Cortina 2026, la nuova campagna di comunicazione, le iniziative in ambito sostenibilità e

benessere animale, nonché l'attività di vigilanza a tutela della denominazione "Grana Padano".

Le testate con il maggior numero di servizi censiti nella rassegna Eco Stampa includono i quotidiani locali di Mantova, Piacenza, Cremona, Brescia, Bergamo, Pavia, Padova e Verona, oltre al Sole 24 Ore, Italia Oggi, QN – Quotidiano Nazionale, La Gazzetta del Mezzogiorno e diverse pubblicazioni specializzate nel settore food. In ambito televisivo si segnalano Rai 1, Rai 2, Rai 3, TGR Lombardia, RaiNews24, TgCom24, oltre a Canale 5, La7, Rete 4, Italia 1 e Sky TG24; tra le emittenti radiofoniche Radio 24, le radio Rai, RTL 102.5, Radio DeeJay e Radio Capital.

Il controvalore economico complessivo dei servizi, stimato tramite il sistema media, è pari a Euro 9.635.000, di cui Euro 5.011.000 riconducibili alla stampa.

Nel corso dell'anno è inoltre proseguita la pubblicazione della rubrica "Una filiera di qualità" sul quindicinale L'Informatore Zootecnico, curata dall'ufficio stampa del Consorzio, per complessive 42 pagine su 21 numeri.

Accanto a tali attività è rimasto attivo il servizio di aggiornamento delle Borse Merci sul sito internet e sul canale X (Twitter), in affiancamento alla presenza sui social media. Le visualizzazioni di pagina sono state 14.593, con un tempo medio di permanenza superiore al minuto, a conferma dell'interesse degli utenti per i contenuti proposti.



AFIDOP

AFIDOP – Associazione dei Formaggi Italiani DOP e IGP – rappresenta un presidio strategico per la tutela, la valorizzazione e la rappresentanza istituzionale del comparto caseario a Indicazione Geografica. Attraverso un'azione coordinata tra i Consorzi aderenti, l'Associazione promuove lo sviluppo dell'informazione e dell'educazione alimentare, sostiene la promozione e l'internazionalizzazione dei formaggi certificati e svolge un ruolo attivo nel confronto con le istituzioni nazionali ed europee sui temi regolatori e di tutela delle denominazioni.



Nel 2025 AFIDOP ha supportato il Consorzio Tutela Grana Padano in attività di internazionalizzazione, corretta informazione, difesa dell'immagine delle DOP e rafforzamento delle azioni di vigilanza, contribuendo a consolidare il posizionamento del Grana Padano DOP all'interno del sistema delle Indicazioni Geografiche italiane ed europee.

Nel 2025 AFIDOP ha supportato il Consorzio Tutela Grana Padano in attività di internazionalizzazione, corretta informazione, difesa dell'immagine delle DOP e rafforzamento delle azioni di vigilanza, contribuendo a consolidare il posizionamento del Grana Padano DOP all'interno del sistema delle Indicazioni Geografiche italiane ed europee.

VIGILANZA E TUTELA DELLA DENOMINAZIONE

In ambito tutela, il Progetto Vigilanza sviluppato in collaborazione con Griffeshield ha raggiunto nel 2025 la piena operatività, coinvolgendo tutte le 22 Indicazioni Geografiche afferenti ai Consorzi aderenti ad AFIDOP.

L'iniziativa è finalizzata al monitoraggio della corretta citazione delle denominazioni certificate nei menù digitali della ristorazione, in coerenza con le Linee Guida AFIDOP-FIPE per la valorizzazione delle DOP e IGP.

Per il Consorzio Grana Padano, l'attività ha avuto una rilevanza specifica nel contrasto all'uso generico del termine "grana", contribuendo alla difesa della denominazione e alla corretta informazione del consumatore. Il progetto rappresenta un esempio concreto di azione collettiva a tutela del sistema delle Indicazioni Geografiche.

INTERNAZIONALIZZAZIONE E RAPPRESENTANZA ISTITUZIONALE

Nel corso del 2025 il Consorzio ha partecipato, nell'am-

bito della collettiva AFIDOP, a iniziative di rilievo internazionale volte a rafforzare la presenza delle DOP italiane nei mercati esteri e nei contesti istituzionali.

Tra queste si segnalano le celebrazioni della Festa della Repubblica presso le Ambasciate italiane a Washington e a L'Aia, la partecipazione a fiere strategiche quali Foodex (Tokyo), Summer Fancy Food (New York) e Anuga (Colonia), nonché eventi collegati alla candidatura della cucina italiana a Patrimonio Culturale Immateriale UNESCO.

Tali presenze hanno consentito di consolidare il ruolo del Grana Padano DOP quale espressione del sistema agroalimentare italiano di qualità, rafforzando il dialogo con istituzioni, stakeholder e operatori professionali nei principali mercati internazionali.

Nel mese di dicembre, la partecipazione all'iniziativa "Viaggio nelle eccellenze – Un assaggio d'Italia", realizzata con ITA Airways, Origin Italia, Fondazione Qualivita e il MASAF, ha ulteriormente valorizzato le DOP italiane in un contesto di promozione coordinata del Made in Italy.

RICERCA E CONFRONTO CON I NUOVI MODELLI PRODUTTIVI

Nel 2025 è proseguito il progetto di ricerca sviluppato da AFIDOP con l'Università Cattolica del Sacro Cuore – Centro TROFIC, con il contributo del Consorzio del Grana Padano.

Lo studio analizza, sotto il coordinamento del Professor Cocconcelli, i profili di rischio per il consumatore e l'impatto ambientale (LCA) degli alimenti di origine animale prodotti in laboratorio (*lab-grown foods*), in un'ottica comparativa rispetto alle filiere tradizionali dei formaggi DOP e IGP italiani.

L'iniziativa si inserisce in una prospettiva strategica di tutela del modello produttivo europeo basato sulle Indicazioni Geografiche, contribuendo al dibattito pubblico e istituzionale sui nuovi modelli alimentari emergenti.

COMUNICAZIONE

Sul fronte della comunicazione digitale, il Grana Padano è stato protagonista, insieme agli altri formaggi certificati aderenti ad AFIDOP, delle attività social dell'Associazione, rafforzando la narrazione collettiva del valore delle DOP italiane attraverso rubriche tematiche e contenuti dedicati alla versatilità dei formaggi certificati.

1.4.3. SERVIZI

Il Consorzio mette a disposizione dei consorziati un sistema strutturato di servizi di assistenza, finalizzato al miglioramento continuo della qualità del Grana Padano DOP e alla salvaguardia delle sue caratteristiche distintive. L'erogazione di tali servizi rappresenta una componente essenziale del modello consortile, contribuendo a rafforzare la competitività della filiera, la conformità al Disciplinare di Produzione e la capacità di rispondere in modo efficace all'evoluzione del contesto normativo, tecnico e di mercato.

Le attività comprendono supporto tecnico-scientifico, consulenza specialistica e assistenza operativa, favorendo una gestione produttiva sempre più efficiente e coerente con gli obiettivi di sostenibilità.

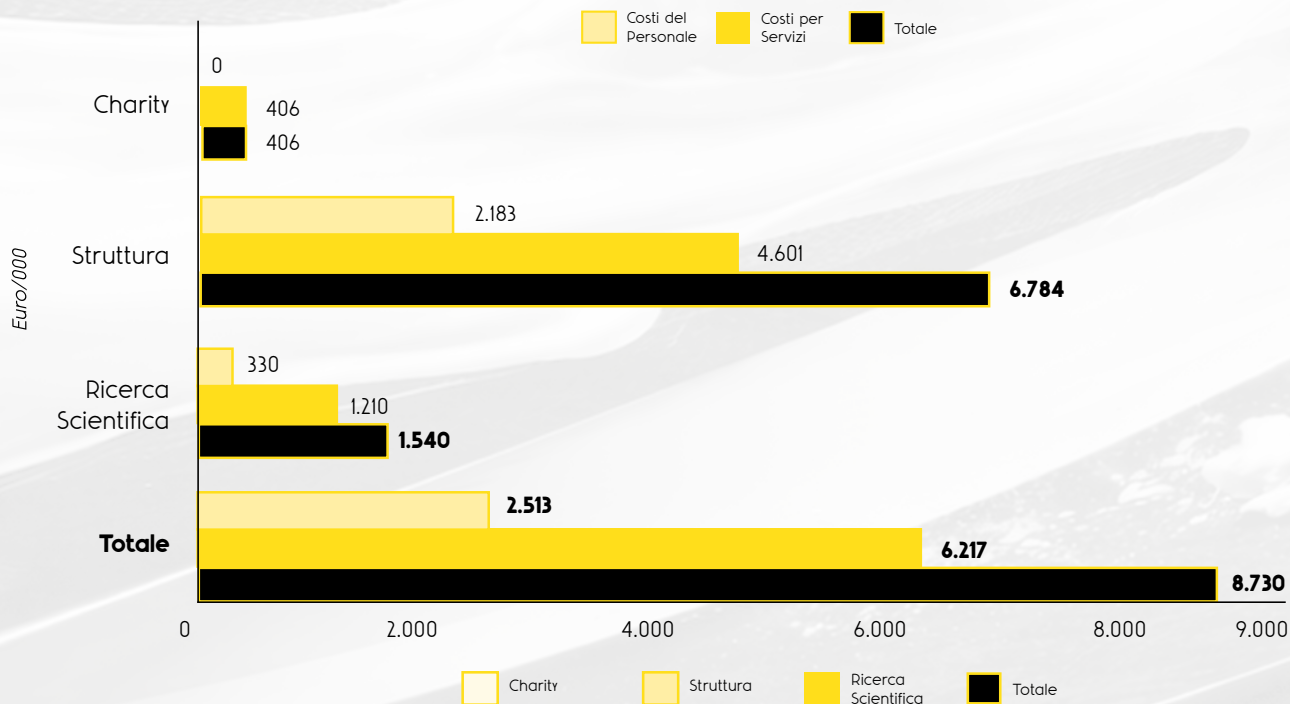
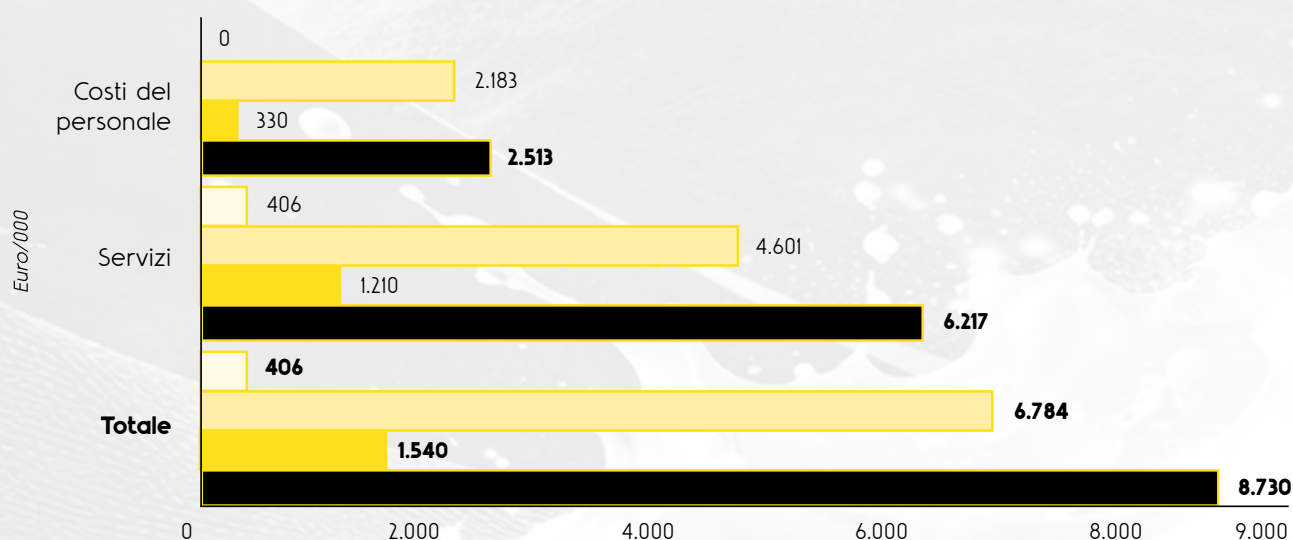
Parallelamente, il Consorzio consolida il proprio legame con il territorio attraverso il sostegno a iniziative di natura sociale e culturale, promuovendo la coesione con le comunità locali e valorizzando l'identità

condivisa dell'intera filiera del Grana Padano DOP. In tale prospettiva, i servizi erogati si inseriscono in una visione più ampia di sviluppo responsabile e di tutela del patrimonio produttivo e territoriale.

I servizi erogati ai consorziati si traducono anche in un impegno economico strutturato, volto a sostenere la qualità del prodotto, la conformità al disciplinare e l'aggiornamento tecnico della filiera.

L'analisi delle principali voci di costo consente di evidenziare l'entità delle risorse destinate alle attività di assistenza e la loro composizione tra capitale umano e servizi specialistici.

I grafici che seguono illustrano la distribuzione della spesa per natura e per tipologia di attività, offrendo una rappresentazione trasparente dell'investimento a supporto della competitività e della sostenibilità del sistema consortile.



L'analisi economica dei servizi evidenzia un investimento complessivo pari a circa 8,7 milioni di euro, a conferma della rilevanza strutturale delle attività di supporto all'interno del modello consortile.

La componente principale è rappresentata dai costi legati alla struttura, che costituiscono la quota più significativa dell'investimento e riflettono il presidio organizzativo necessario a garantire continuità operativa, coordinamento tecnico e assistenza qualificata ai consorziati.

La ricerca scientifica rappresenta una componente rilevante e strategica della spesa, in quanto finalizzata al miglioramento continuo della

qualità del prodotto, all'innovazione dei processi e all'aggiornamento tecnico della filiera in un contesto normativo e competitivo in evoluzione. Le iniziative di carattere sociale e territoriale (*charity*), pur con un'incidenza economica contenuta, testimoniano l'attenzione del Consorzio alla dimensione comunitaria e al rafforzamento del legame con il territorio.

La prevalenza dei servizi esterni rispetto ai costi del personale evidenzia un modello operativo che integra competenze interne di coordinamento e indirizzo con contributi tecnico-specialistici qualificati a beneficio dell'intero sistema produttivo.

RICERCA SCIENTIFICA TRA INNOVAZIONE E TRADIZIONE

L'Ufficio Tecnico Scientifico (UTS) e la Commissione Scientifica, costituita da 11 docenti e ricercatori che collaborano con 10 rappresentanti del Consorzio e della filiera produttiva, sviluppano un'intensa attività di ricerca, sperimentazione, innovazione e trasferimento delle conoscenze, finalizzata ad accrescere il valore, la qualità e la sostenibilità della produzione di formaggio Grana Padano.

L'UTS fornisce supporto tecnico alla filiera nella gestione e nella risoluzione delle criticità connesse ai processi produttivi, promuove e partecipa a progetti di ricerca e cura anche la gestione delle segnalazioni e dei reclami dei consumatori.

I risultati delle principali attività sperimentali e gli approfondimenti relativi alle problematiche produttive di maggiore rilevanza vengono diffusi



attraverso convegni, seminari e mediante i contributi redazionali pubblicati su “Grana Padano Insieme”, *house organ* del Consorzio distribuito all'intera filiera.

Il Tavolo Prodotto e Processo, previsto nell'ambito del Piano strategico 2025–2027, ha avviato le proprie attività con l'obiettivo di individuare le principali aree di evoluzione del prodotto e dei processi, attraverso un confronto tecnico strutturato e un'analisi condivisa delle tematiche produttive e di filiera. La piena operatività dell'iniziativa è prevista nel corso del 2026.

ATTIVITÀ DI RICERCA E DIVULGAZIONE SCIENTIFICA

Nel rispetto dei rispettivi ruoli, l'UTS e la Commissione Scientifica hanno collaborato alla gestione delle attività di ricerca di seguito descritte.

IMPEGNO NELL'AMBITO DELLA SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE

Nell'ambito del proprio impegno in materia di sostenibilità ambientale il Consorzio ha garantito continuità alle attività avviate negli anni precedenti, proseguendo, anche dopo la conclusione del progetto TTGG – The Tough Get Going nel 2022, il percorso di collaborazione con i partner scientifici e istituzionali coinvolti.

Il gruppo di ricerca coordinato da Enersem ha avviato l'aggiornamento del software di calcolo Strumento di Supporto per le Decisioni Ambientali (SSDA), conseguentemente, della Regola di Categoria di Prodotto (RCP). Tra le principali novità introdotte si segnalano la sostituzione della banca dati di riferimento, passata dal *DATA SET EF a ECOINVENT*, e l'aggiornamento del *benchmark* di riferimento.

Quest'ultimo è stato definito sulla base di una nuova raccolta dati realizzata dagli operatori dell'UTS tra gennaio e marzo 2025, che ha coinvolto diverse tipologie di operatori della filiera: caseifici suddivisi per classi produttive e loro conferenti latte, stagionatori, grattugiatori e porzionatori. La raccolta delle informazioni è avvenuta interamente in formato digitale tramite il software SSDA.

Conclusa questa fase, il gruppo di lavoro ha definito il nuovo *benchmark* medio di impatto ambientale per la filiera del Grana Padano DOP e predisposto la nuova RCP. L'attività è stata svolta in collaborazione con il Ministero dell'Ambiente e della Sicurezza Energetica (MASE), che ha supportato l'intero processo, ed è culminata con la pubblicazione della RCP aggiornata il 15 luglio 2025, valida fino al 13 luglio 2029.

A seguito della pubblicazione, è stata avviata la validazione del software SSDA da parte di CSQA, conclusasi con esito positivo nel settembre 2025. Grazie a queste attività, i consorziati dispongono ora degli



strumenti necessari per accedere alla certificazione ambientale *Made Green in Italy* (MGI) promossa dal MASE. Grazie a un bando di finanziamento del MASE, il Consorzio ha promosso la diffusione di questa opportunità; in particolare, un consorzio si è reso disponibile come caseificio pilota richiedendo la certificazione MGI, rilasciata dal MASE nel dicembre scorso.

COAGULANTE MICROBICO

Il progetto di ricerca “Coagulante microbico” è finalizzato alla valutazione comparativa della qualità del formaggio Grana Padano DOP ottenuto con caglio di vitello rispetto a quello prodotto mediante l'impiego di un enzima naturale, coagulante microbico (*mucor chimosina*) derivato da *Rhizomucor miehei*.

A seguito delle prime indagini condotte nel periodo 2017–2018, che avevano evidenziato la necessità di ulteriori approfondimenti, sono state realizzate nuove caseificazioni sperimentali tra la fine del 2023 e l'inizio del 2024. Nel corso del 2025 sono stati completati gli approfondimenti sulle caratteristiche sensoriali, reologiche, compositive e microbiologiche su campioni stagionati 12 e 18 mesi, mentre le analisi a 9 mesi erano state effettuate nel 2024.

I risultati dello studio evidenziano che la possibile sostituzione del caglio di vitello con coagulanti microbici non determina variazioni significative nelle caratteristiche di tipicità e qualità del formaggio Grana Padano DOP. Le differenze riscontrate risultano prevalentemente riconducibili alle condizioni produttive dei singoli caseifici piuttosto che alla tipologia di coagulante utilizzata.

MOREGRANA

Il progetto MOREGRANA (2023–2025) si inserisce nel percorso di rafforzamento della sostenibilità ambientale e della resilienza della filiera del Grana Padano DOP, promuovendo un approccio basato su dati, innovazione tecnologica e collaborazione tra Consorzio, aziende agricole ed enti di ricerca.

L'iniziativa ha operato lungo l'intera filiera di produzione del latte, intervenendo sia sulla fase agricola sia su quella zootecnica, con l'obiettivo di migliorare l'efficienza nell'uso delle risorse, ridurre gli impatti

ambientali e supportare decisioni gestionali più consapevoli. L'adozione di strumenti di agricoltura e zootecnia di precisione ha consentito di rafforzare la gestione integrata dei nutrienti dal campo alla stalla, favorendo una maggiore tracciabilità dei processi produttivi e una visione più circolare del ciclo delle risorse.

Dal punto di vista ambientale, le analisi condotte hanno confermato il ruolo centrale della fase di produzione del latte nell'impronta ambientale complessiva della filiera, evidenziando al contempo le opportunità di miglioramento legate all'ottimizzazione delle razioni alimentari, alla gestione dei reflui e al loro conferimento a impianti di biogas. L'utilizzo di analisi LCA Life Cycle Assessment (LCA) ha permesso di orientare le scelte tecniche verso soluzioni in grado di ridurre emissioni e sprechi, mantenendo la qualità e la tipicità del prodotto.

Sul piano sociale e organizzativo, il progetto ha contribuito ad accrescere le competenze tecniche e la capacità decisionale delle aziende partecipanti, rafforzando il ruolo degli allevatori come attori centrali della sostenibilità della DOP. La dimensione collaborativa del progetto ha inoltre favorito la diffusione di pratiche innovative e la condivisione di conoscenze all'interno della filiera.

Nel complesso, MOREGRANA rappresenta un esempio concreto di integrazione tra sostenibilità ambientale, innovazione e governance di filiera, confermando l'impegno del Consorzio nel promuovere un modello produttivo responsabile, basato su evidenze scientifiche e orientato al miglioramento continuo.

RESILIENT GRANAPADANO

Il progetto “Analisi di scenario per migliorare la resilienza dei caseifici nella filiera del Grana Padano DOP nel medio-lungo periodo – Resilient GranaPadano” (2023–2025), realizzato dal Consorzio in collaborazione con l'Università Cattolica del Sacro Cuore di Piacenza, caseifici e produttori di latte, con il contributo della Regione Lombardia nell'ambito del PSR 2014–2020 (Operazione 16.2.01), si inserisce nel percorso di rafforzamento della resilienza economica, produttiva e organizzativa della filiera del Grana Padano DOP.

L'iniziativa ha sviluppato strumenti digitali e modelli previsionali a supporto delle decisioni tecniche ed economiche lungo la filiera del latte, promuovendo un



approccio basato su dati integrati e analisi di scenario. L'obiettivo è stato quello di migliorare la capacità del sistema di anticipare e gestire le variabili produttive, di mercato e ambientali, in un contesto caratterizzato da crescente complessità e volatilità.

Dal punto di vista operativo, il progetto ha consentito di integrare informazioni provenienti da allevamenti e caseifici all'interno di modelli in grado di simulare l'evoluzione della produzione di latte, della trasformazione casearia, degli stock di formaggio e dei processi di stagionatura. Tali strumenti, resi disponibili attraverso piattaforme digitali dedicate, hanno supportato la programmazione produttiva, la gestione delle risorse e l'efficienza complessiva della filiera.

Sul piano della governance e della sostenibilità, la raccolta strutturata dei dati e la costruzione di *baseline* territoriali hanno rafforzato la capacità di analisi e pianificazione del sistema Grana Padano, favorendo decisioni più consapevoli e orientate al medio-lungo periodo. Il progetto ha inoltre contribuito alla diffusione delle conoscenze e allo sviluppo di competenze digitali tra gli operatori della filiera.

Nel complesso, Resilient GranaPadano rappresenta un esempio concreto di utilizzo dei dati e dell'innovazione digitale per rafforzare la resilienza della filiera del Grana Padano DOP, supportando la capacità di adattamento del sistema alle dinamiche di mercato e ai cambiamenti del contesto economico e ambientale.

STUDIO DELL'INATTIVAZIONE DEI PRINCIPALI PATOGENI DI INTERESSE ALIMENTARE DURANTE LE FASI DI CASEIFICAZIONE FORMATURA STAGIONATURA DI GRANA PADANO DOP

Nell'ambito dell'impegno del Consorzio per la tutela della sicurezza alimentare e della continuità della filiera, è stato condotto uno studio sperimentale finalizzato a validare l'efficacia del processo produttivo del Grana Padano DOP nel contenimento dei principali microrganismi patogeni.

La sperimentazione, svolta mediante *challenge test* in condizioni rappresentative dello scenario più sfavorevole, ha evidenziato come le caratteristiche intrinseche del processo produttivo, tra cui l'acidificazione indotta dal sieroinnesto naturale, la riduzione dell'attività dell'acqua durante la stagionatura, i trattamenti termici e i tempi di maturazione prolungati, concor-

rano alla progressiva inattivazione dei microrganismi potenzialmente patogeni. I risultati hanno mostrato un livello di inattivazione superiore a 6 log (UFC/g) per tutti i patogeni analizzati, dimostrando l'equivalenza del processo produttivo alla pastorizzazione in termini di efficacia microbiologica.

Le evidenze emerse hanno contribuito al supporto scientifico delle linee guida per il controllo di STEC (Shiga Toxic-producing Escherichia coli) nel latte non pastorizzato e nei prodotti derivati predisposte dalle autorità sanitarie pubbliche, nelle quali viene riconosciuta l'efficacia dei processi produttivi validati dei formaggi a latte crudo, come il Grana Padano DOP, nel garantire la sicurezza del prodotto senza la necessità di ulteriori avvertenze al consumatore o verifiche analitiche sulle cagliate.

Nel corso del 2025, nel territorio della filiera del Grana Padano, è stato segnalato un caso di dermatite nodulare contagiosa bovina (*Lumpy Skin Disease*) in un allevamento non produttore di latte. Pur trattandosi di una patologia che non comporta rischi per la sicurezza degli alimenti, l'evento ha reso necessario il rafforzamento delle attività di sorveglianza sanitaria, prevenzione e informazione tecnica, a tutela della continuità produttiva, del benessere animale e della stabilità della filiera.

In tale contesto, alcuni Paesi terzi hanno temporaneamente disposto restrizioni all'importazione. È stato pertanto avviato un coordinamento con le autorità competenti volto al ripristino delle condizioni di accesso ai mercati internazionali. Con l'inizio del 2026 si sono concluse positivamente le negoziazioni tra il Ministero della Salute e la Canadian Food Inspection Service (CFIA), che hanno consentito la definizione delle condizioni sanitarie per l'esportazione verso il Canada dei prodotti lattiero-caseari ottenuti da latte non pastorizzato.

Al fine di garantire il rispetto dei requisiti previsti dal certificato sanitario, è stato rafforzato il sistema di autocontrollo dei caseifici, prevedendo specifiche registrazioni di processo e la verifica periodica dei parametri analitici richiesti, a supporto delle attività di controllo ufficiale.

SHELF-LIFE GRATTUGIATO 180 GIORNI

Il Disciplinare di Produzione del Grana Padano DOP limita le attività di grattugiatura, porzionatura senza crosta e confezionamento alla zona di produzione.

Nell'ambito dell'Accordo di Partenariato Economico UE-Giappone (EU-Japan *Economic Partnership Agreement* – EPA), in vigore dal 1° febbraio 2019, è stata prevista una deroga transitoria che consente tali operazioni sul territorio giapponese esclusivamente per il mercato locale; tale periodo, inizialmente previsto fino al 1° febbraio 2026, è stato prorogato fino al termine del 2030. Al termine della deroga, le attività di grattugiatura, porzionatura e confezionamento dovranno essere svolte nelle aree geografiche delle rispettive DOP.

In considerazione delle specificità dei formati richiesti dal mercato giapponese e dei tempi di trasporto dall'Italia, si è ritenuto necessario approfondire la shelf-life del Grana Padano grattugiato confezionato. A tal fine, il Consorzio, congiuntamente al Consorzio del Parmigiano Reggiano, ha promosso uno studio esplorativo presso l'Università Cattolica del Sacro Cuore di Piacenza.

Lo studio ha riguardato campioni di Grana Padano grattugiato confezionati in atmosfera modificata con differenti composizioni gassose e conservati a 4°C per un periodo fino a 210 giorni, sottoposti a monitoraggi tecnologici, microbiologici e chimici. I risultati hanno evidenziato una sostanziale stabilità del prodotto lungo l'intero periodo osservato, senza fenomeni rilevanti di deterioramento, confermando condizioni adeguate di sicurezza e qualità.

Nel complesso, le evidenze emerse indicano che le

diverse tipologie di atmosfera modificata garantiscono una shelf-life idonea del Grana Padano grattugiato e che il tempo di conservazione rappresenta il principale fattore di evoluzione del prodotto. I risultati dello studio forniscono pertanto elementi scientifici utili a supportare la gestione della qualità del prodotto e le strategie di accesso e permanenza sul mercato giapponese, nel rispetto del Disciplinare di Produzione e del quadro regolatorio internazionale.

APPLICAZIONE DELLA TECNOLOGIA NIR NELLA GESTIONE DEL RAPPORTO GRASSO/CASEINA DURANTE LA FASE DI SPILLATURA DEL LATTE (AFFIORAMENTO)

Il contenuto in grasso del Grana Padano DOP dipende dalla composizione del latte in caldaia e dalla gestione delle fasi di coagulazione e spinnatura, nel rispetto dei limiti stabiliti dal Disciplinare di Produzione in relazione al rapporto grasso/caseina del latte destinato alla lavorazione.

Al Consorzio sono pervenute segnalazioni relative a difficoltà operative nella gestione di tale parametro, riconducibili alla mancanza di strumenti di monitoraggio tempestivo durante il processo produttivo. In tale contesto, la tecnologia Near Infrared NIR è stata individuata come una possibile soluzione innovativa, in grado di consentire il controllo continuo della composizione del latte e



di fornire in tempo reale informazioni sui principali parametri compositivi, tra cui acqua, grasso, proteine e lattosio.

Nel corso del 2025, in collaborazione con Dinamica Generale, è stata avviata una sperimentazione mediante l'installazione della strumentazione NIR presso tre caseifici caratterizzati da differenti configurazioni impiantistiche e modalità di gestione dell'affioramento e della massa di latte parzialmente decremato. Le attività hanno consentito di verificare l'affidabilità degli strumenti attraverso il confronto con metodi di riferimento e di routine, permettendone il progressivo allineamento.

L'implementazione della tecnologia ha richiesto specifici adattamenti impiantistici, necessari per garantire una corretta integrazione degli strumenti nei diversi contesti produttivi, con conseguente rallentamento temporaneo delle attività sperimentali.

Nel corso del 2026 è prevista la riattivazione delle installazioni temporaneamente sospese, l'estensione della sperimentazione a un ulteriore caseificio e la prosecuzione delle attività di validazione, con l'obiettivo di valutare l'effettivo contributo della tecnologia NIR al miglioramento del controllo di processo e alla gestione della conformità ai requisiti del Disciplinary di Produzione.

INTERVENTO SRG08 REG. LOMBARDIA

Nell'ambito del Piano Strategico Nazionale della PAC 2023–2027 – di Regione Lombardia, Intervento SRG08 – “Sostegno ad azioni pilota e di sperimentazione dell'innovazione” sono state sottoposte 3 domande di finanziamento per la ricerca:

RESILIENT2 GranaPadano

Il progetto “Analisi di scenari genetici e ambientali per il miglioramento della resilienza della filiera del Grana Padano DOP nel medio-lungo periodo – Resilient2 GranaPadano” nasce con l'obiettivo di rafforzare la resilienza, la sostenibilità e la competitività della filiera del Grana Padano DOP, in risposta alle sfide poste dai cambiamenti climatici, dalla volatilità dei mercati e dalla crescente complessità gestionale

delle aziende agricole e dei caseifici. L'iniziativa si inserisce nel quadro della PAC 2023–2027 e valorizza ricerca applicata, digitalizzazione e innovazione di filiera.

Elemento centrale del progetto è lo sviluppo di Resilient2, evoluzione dell'attuale sistema di supporto decisionale (DSS) Resilient: una piattaforma digitale integrata che connette allevamenti e caseifici e consente l'elaborazione di scenari previsionali a supporto delle decisioni tecniche ed economiche. Il sistema integra dati produttivi, nutrizionali, economici, genetici e ambientali, permettendo simulazioni su produzione di latte, qualità, resa casearia, impatti ambientali e redditività.

Il progetto è realizzato da un partenariato articolato che coinvolge il Consorzio, con il ruolo di coordinamento, l'Università Cattolica del Sacro Cuore, l'Associazione Nazionale Allevatori di Razza Frisona, Bruna e Jersey (ANAFIBJ) e l'Associazione Italiana Allevatori, oltre a caseifici e produttori di latte. Le attività comprendono la raccolta e l'integrazione di basi dati di filiera, la calibrazione di modelli predittivi per mandria e caseificio, lo sviluppo di nuovi indici genetici orientati a efficienza, riduzione delle emissioni e qualità tecnologica del latte, nonché l'integrazione della metodologia LCA per la valutazione degli impatti ambientali.

Particolare attenzione è rivolta alla misurazione delle emissioni di metano mediante strumenti di zootecnia di precisione e all'analisi di indicatori economici in grado di valutare in modo integrato sostenibilità ambientale ed efficienza gestionale. Il sistema consente inoltre il monitoraggio della conformità al Disciplinary di Produzione e la definizione di *benchmark* di filiera.

Nel complesso, Resilient2 GranaPadano rappresenta un'evoluzione significativa verso una gestione sempre più integrata, predittiva e basata sui dati della filiera del Grana Padano DOP, ponendo le basi per un modello di governance e pianificazione sostenibile orientato al medio-lungo periodo.

GRANGRANELLE

Il progetto “Individuazione di soluzioni e strumenti per il rafforzamento e la valorizzazione della filiera lombarda del mais in granella de-

stinato alla produzione di Grana Padano DOP – GranGranelle” nasce con l’obiettivo di rafforzare la filiera del mais destinato alla produzione di latte per Grana Padano DOP, attraverso azioni pilota di innovazione tecnico-organizzativa orientate alla sostenibilità, alla competitività e alla stabilità economica delle imprese coinvolte.

L’iniziativa si inserisce in un contesto caratterizzato dalla progressiva riduzione delle superfici e delle rese nella coltivazione del mais, dall’aumento delle importazioni e da una crescente esposizione ai rischi climatici e fitosanitari, in particolare legati alla presenza di micotossine. Tali dinamiche incidono sulla disponibilità di materie prime locali e sulla capacità della filiera di rispondere in modo strutturato ai requisiti del Disciplinare di Produzione del Grana Padano DOP, che prevede una quota significativa di sostanza secca proveniente dall’area geografica di produzione.

Le attività progettuali si sviluppano lungo due direttrici principali. Sul piano tecnico, il progetto prevede la sperimentazione e la validazione di pratiche agronomiche volte a migliorare la gestione della coltivazione, della raccolta e dello stoccaggio del mais, con particolare attenzione alla prevenzione delle contaminazioni da micotossine e alla qualità della granella. Sul piano organizzativo, viene sviluppato e testato un modello di filiera integrata che coinvolge produzione agricola, trasformazione, mangimistica e utilizzo zootecnico, al fine di valutarne la fattibilità tecnica ed economica, i costi e i benefici in termini di efficienza e redistribuzione del valore.

Il progetto coinvolge un partenariato multi-attore coordinato dal Consorzio, che comprende enti di ricerca, cooperative agricole, aziende cerealicole, mangimifici e operatori della trasformazione, con l’obiettivo di favorire il trasferimento delle conoscenze, lo sviluppo di strumenti operativi e contrattuali e il rafforzamento delle relazioni strutturate tra comparto cerealicolo e filiera lattiero-casearia.

Nel complesso, GranGranelle mira a porre le basi per una filiera mais-Grana Padano più in-

tegrata, resiliente e tracciabile, capace di rafforzare il legame con il territorio, migliorare la sicurezza delle materie prime e promuovere una valorizzazione economica più equilibrata lungo l’intera catena produttiva.

GRANTREBBIE

Il progetto “Da scarto a risorsa: trebbie di birra come strategia di circolarità nella filiera del Grana Padano DOP – GRANTREBBIE” è finalizzato a valutare l’impiego delle trebbie di birra, sottoprodotto agroindustriale, nell’alimentazione delle bovine da latte destinate alla produzione di Grana Padano DOP, con l’obiettivo di rafforzare la sostenibilità ambientale, economica e circolare della filiera.

L’iniziativa nasce dalla consapevolezza che la principale quota di impatto ambientale del formaggio è associata alla fase di produzione del latte, in particolare alla dieta animale. In tale contesto, le trebbie di birra, caratterizzate da un contenuto significativo di proteine e fibra, rappresentano una possibile alternativa a materie prime ad elevato impatto ambientale, contribuendo alla riduzione degli sprechi e alla valorizzazione di sottoprodotti locali, in un’ottica di economia circolare.

Le attività progettuali adottano un approccio integrato lungo l’intera filiera, comprendendo la formulazione e la valutazione nutrizionale delle razioni, l’analisi del latte, le caseificazioni pilota, la valutazione della maturazione del formaggio, le analisi microbiologiche, sensoriali e ambientali tramite metodologia LCA, nonché lo studio della percezione del consumatore. Il progetto è sviluppato con il coinvolgimento di enti di ricerca, operatori della filiera lattiero-casearia, consulenti nutrizionali e soggetti attivi nella gestione dei sottoprodotti, sotto il coordinamento del Consorzio.

L’obiettivo del progetto è fornire evidenze scientifiche affidabili in merito alla fattibilità tecnica e qualitativa dell’utilizzo delle trebbie di birra nell’alimentazione delle bovine, valutandone gli effetti su qualità del prodotto, sostenibilità ambientale ed efficienza economica. I

risultati attesi includono una potenziale riduzione dei costi alimentari, una minore dipendenza da materie prime importate e un miglioramento dell'impronta ambientale della filiera.

Nel complesso, GRANTREBBIE si configura come un progetto di innovazione orientato alla circolarità e alla resilienza della filiera, volto a esplorare soluzioni sostenibili basate su evidenze scientifiche e coerenti con i principi di tutela, qualità e tipicità del Grana Padano DOP.

ALTRI PROGETTI

In collaborazione con l'Fondazione Edmund Mach – Istituto Agrario di San Michele all'Adige, è proseguita l'attività di approfondimento sull'impiego degli isotopi stabili e del profilo minerale applicati al formaggio Grana Padano DOP, con l'obiettivo di rafforzare la tutela dell'autenticità del prodotto.

La collaborazione prevede il costante aggiornamento di una banca dati riservata, alimentata mediante l'analisi di campioni prelevati direttamente presso i caseifici della filiera, nonché il monitoraggio delle medesime caratteristiche su campioni di formaggio simili reperiti sul mercato, a supporto delle attività di vigilanza e contrasto alle imitazioni.

È inoltre proseguita la collaborazione con il DEFENS – Dipartimento di Scienze per gli Alimenti, la Nutrizione e l'Ambiente dell'Università degli Studi di Milano, finalizzata allo sviluppo e alla messa a punto di nuovi metodi analitici per il controllo del Grana Padano DOP. Tali attività sono orientate sia alla verifica della qualità e della conformità al Disciplinare di Produzione, sia al miglioramento delle capacità di identificazione e distinzione rispetto a prodotti simili presenti sul mercato.

PROGETTI DI RICERCA NEI CONTRATTI DI FILIERA PNRR (V BANDO MASAF)

Nell'ambito dei quattro Contratti di Filiera (V Bando) finanziati dal MASAF e ricompresi nel Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR), il Consorzio partecipa a specifici progetti di ri-

cerca scientifica coerenti con gli Obiettivi Ambientali di cui all'art. 9 del Regolamento (UE) 2020/852 (Tassonomia UE).

I progetti si collocano all'interno di una strategia integrata di rafforzamento della sostenibilità ambientale, della resilienza produttiva e della competitività della filiera del Grana Padano DOP, intervenendo su microbiologia, gestione ambientale, digitalizzazione e innovazione di processo.

ECOMICROBIO

Il progetto ECOMICROBIO è orientato allo sviluppo e all'ottimizzazione di soluzioni innovative di microbiologia alimentare applicata alla filiera lattiero-casearia, con particolare riferimento alla tutela e valorizzazione della biodiversità microbica del sieroinnesto del Grana Padano DOP. L'iniziativa punta a migliorare i processi di controllo e caratterizzazione microbiologica, favorendo la disponibilità di miscele dedicate utilizzabili, ove necessario, per il ripristino dell'equilibrio microbico in condizioni di criticità, garantendo in ogni fase il mantenimento delle caratteristiche di tipicità del prodotto.

GRANAMBIENTE PADANO

Il progetto GRANAMBIENTE PADANO è finalizzato al miglioramento della sostenibilità complessiva della filiera, attraverso interventi su efficienza nutrizionale degli allevamenti, autosufficienza alimentare, riduzione degli impatti ambientali, benessere animale ed equilibrio economico delle imprese. Le aziende zootecniche, in sinergia con i caseifici, rappresentano il fulcro del percorso di decarbonizzazione e di efficientamento energetico della filiera. Il progetto integra strumenti decisionali, valutazioni ambientali ed economiche, LCA e Life Cycle Costing (LCC), e azioni mirate su alimentazione, gestione degli effluenti, risorse idriche ed energia, con l'obiettivo di sviluppare modelli gestionali replicabili e orientati alla resilienza.

DIGIGRANA

Il progetto DIGIGRANA mira allo sviluppo di una piattaforma digitale WebGIS per la gestione integrata dei cicli di azoto e fosforo nelle azien-

de della filiera del Grana Padano DOP, promuovendo un uso più efficiente dei nutrienti e la riduzione degli impatti ambientali secondo i principi dell'economia circolare. L'iniziativa integra tecnologie di agricoltura e zootecnia di precisione in un sistema di supporto decisionale lungo il flusso suolo–foraggi–allevamento–latte, contribuendo all'ottimizzazione delle pratiche agronomiche e zootecniche, alla riduzione delle emissioni e al rafforzamento del legame tra territorio, microbioma e qualità del prodotto DOP.

GRANA 4.0

Il progetto GRANA 4.0 è dedicato alla diffusione di soluzioni digitali e di *precision farming* finalizzate al miglioramento della sostenibilità ambientale, economica e gestionale della filiera

del Grana Padano. Attraverso un'azione pilota, il progetto promuove l'integrazione di piattaforme digitali per la raccolta e l'analisi dei dati, il monitoraggio degli indicatori di prestazione e l'adozione di tecnologie innovative applicate al campo e alla stalla, con l'obiettivo di incrementare l'efficienza produttiva e la resilienza della filiera di approvvigionamento del latte.

SINTESI DI IMPATTO

Nel loro complesso, i quattro progetti contribuiscono a rafforzare il percorso di transizione della filiera del Grana Padano DOP verso modelli produttivi più sostenibili, digitalizzati e resilienti, coerenti con gli obiettivi del PNRR, della Tassonomia UE e delle politiche europee e nazionali per la decarbonizzazione e l'economia circolare.



SUPPORTO OPERATIVO AI CONSORZIATI

Il Consorzio mette a disposizione dei consorziati servizi operativi finalizzati a migliorare l'efficienza della gestione aziendale e ad assicurare il rispetto degli standard qualitativi e normativi.

Attraverso un supporto tecnico continuativo e l'impiego di strumenti digitali avanzati, i produttori sono accompagnati nell'affrontare in modo strutturato le principali sfide del settore. Tra le principali iniziative rientra il servizio di assistenza tecnica, che offre consulenze specialistiche su ambiti strategici quali l'alimentazione delle bovine, la sicurezza alimentare e i processi di certificazione. Un ruolo centrale è svolto da DB Grana, archivio digitale della filiera, che consente la tracciabilità di ogni forma prodotta e il monitoraggio dei dati produttivi, delle analisi qualitative e delle informazioni di mercato, a supporto della pianificazione e

del controllo operativo. Il Consorzio cura, inoltre, la predisposizione di rendicontazioni periodiche a supporto della gestione dei caseifici e fornisce assistenza costante nell'attuazione e nel monitoraggio del Piano Produttivo, favorendo l'ottimizzazione delle attività. La progressiva digitalizzazione della filiera rappresenta un fattore distintivo per i consorziati, favorendo processi più efficienti, strutturati e competitivi e rafforzando, al contempo, trasparenza e tracciabilità.

Nel corso del 2025 il Consorzio ha fornito supporto continuativo e puntuale ai consorziati su numerosi temi di natura tecnica, normativa e regolamentare, contribuendo al corretto presidio dei requisiti di qualità, sicurezza e conformità del Grana Padano DOP.

Le attività hanno riguardato in particolare l'alimentazione delle bovine da latte in conformità al



Disciplinare di Produzione e la gestione dei rischi legati alla presenza di contaminanti nel formaggio, quali aflatossina M1 e residui farmacologici. Sono stati inoltre approfonditi i requisiti connessi alle certificazioni *Halal* e *kosher*, con specifico riferimento all'impiego del caglio.

Ulteriori interventi hanno interessato aspetti tecnologici e qualitativi del processo produttivo, tra cui la resa casearia e il calo peso, le implicazioni igienico-sanitarie e tecnico-legali della trasformazione del latte crudo, l'attività della fosfatasi alcalina, le criticità fermentative del sieroinnesto, l'impiego del lisozima, la gestione dei residui di lattosio e galattosio e la composizione del formaggio.

È stato inoltre fornito supporto in relazione al rispetto dei parametri compositivi previsti, con particolare riferimento al rapporto grasso/caseina del latte in caldaia e al contenuto massimo di grasso sulla sostanza secca, rilevante anche ai fini della classificazione del prodotto secondo il *Codex Alimentarius*.

Le attività di assistenza hanno infine incluso tematiche trasversali legate alla sostenibilità delle produzioni e al benessere animale, rafforzando il ruolo del Consorzio quale riferimento tecnico per la filiera e presidio della qualità e della reputazione della DOP.

BENESSERE ANIMALE

In continuità con le decisioni assunte negli anni precedenti, anche nel 2025 il Consorzio ha proseguito il percorso volto all'introduzione volontaria, presso tutti i produttori di latte iscritti al sistema dei controlli della DOP Grana Padano, della valutazione annuale del benessere animale secondo il sistema *ClassyFarm*, che comprende anche aspetti relativi alla biosicurezza e al consumo di farmaci (*Defined Daily Dose - DDD*).

Tale attività consente di disporre di una valutazione strutturata e omogenea delle condizioni degli allevamenti della filiera, includendo profili di sostenibilità etica e gestionale, e di supportare un miglioramento continuo attraverso l'individuazione delle principali aree di intervento.

L'adozione sistematica di questo strumento contribuisce inoltre a rafforzare la trasparenza verso il consumatore e a consolidare la capacità del Consorzio di documentare la corretta gestione degli

allevamenti, a tutela della reputazione della filiera e della DOP.

ALBO GRANA PADANO FORAGGI E MANGIMI

Il Consorzio Tutela Grana Padano ha sottoscritto un protocollo d'intesa con l'Associazione Nazionale tra i Produttori di Alimenti Zootecnici (*Assalzo*) per l'istituzione dell'Albo Grana Padano – Foraggi e Mangimi, con l'obiettivo di rafforzare il presidio della filiera nella fase di approvvigionamento degli alimenti destinati alle bovine da latte.

La funzione dell'Albo è prevenire e ridurre le non conformità connesse alla somministrazione di razioni formulate con materie prime, foraggi o additivi non conformi o non compatibili con il Disciplinare di Produzione del Grana Padano DOP. L'iniziativa contribuisce inoltre al rispetto dei requisiti previsti dalla normativa europea in materia di origine degli alimenti per la nutrizione animale, garantendo che almeno il 50% della sostanza secca ingerita su base annua provenga dal territorio della DOP.

Il sistema prevede una struttura di governance articolata, composta da un Comitato di Governance (CG) e da un Comitato Tecnico-Scientifico (CTS). A quest'ultimo è affidato il compito di analizzare e affrontare le principali problematiche tecniche connesse all'alimentazione delle bovine da latte destinate alla produzione DOP. I due comitati hanno definito la convenzione e il regolamento applicabile agli Operatori del Settore Mangimistico (OSM) che intendano conferire alimenti ai produttori di latte della DOP.

Il modello prevede inoltre la sottoscrizione di specifici accordi tra i caseifici e i produttori di latte conferenti, attraverso i quali gli allevamenti si impegnano ad approvvigionarsi di foraggi e mangimi esclusivamente da OSM iscritti all'Albo. Nel complesso, il sistema di gestione basato sull'Albo rappresenta uno strumento di tutela e garanzia per l'intera filiera, rafforzando la tracciabilità degli alimenti, la sicurezza e la sostenibilità delle produzioni, nonché la capacità del Consorzio di fornire evidenze oggettive in linea

con le crescenti aspettative dei consumatori. I prossimi passi prevedono la presentazione del progetto ai Ministeri competenti e all'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM) per le necessarie valutazioni. È previsto un periodo di sperimentazione e messa a punto del sistema di almeno due anni a partire dall'entrata in funzione dell'Albo.

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

In continuità con gli anni precedenti, anche per la stagione 2025 il Consorzio ha rinnovato ai Ministeri competenti la manifestazione di interesse per l'applicazione di tecniche di biocontrollo della contaminazione da aflatoossina B1 nella coltivazione del mais. Il sistema, basato sull'impiego di ceppi autoctoni non tossigeni di *Aspergillus flavus*, consente di ridurre in modo significativo il rischio di contaminazione delle cariossidi, agendo a monte della filiera e rafforzando l'efficacia complessiva delle azioni di prevenzione.

Nel corso del primo semestre è inoltre proseguita l'attività di predizione delle caratteristi-

che compositive del formaggio, in particolare contenuto di grasso e proteine, tra il sesto e il nono mese di stagionatura, mediante tecniche NIR applicate sia alla crosta sia alla pasta. L'attività, condotta con strumentazione sviluppata da Dinamica Generale.

Di seguito è riportato il numero indicativo di forme sottoposte ad attività di predizione, definito in funzione dei volumi di produzione mensile del caseificio.

Produzione Mensile	Forme da selezionare ex-ante con l'X-NIR per campionatura autocontrollo
>8000	100
5000-8000	75
3000-5000	50
<3000	40

Nella tabella seguente è riportata una sintesi dell'elaborazione dei dati relativi ai singoli mesi di produzione compresi tra maggio 2024 e gennaio 2025.

Mese	N° forme	N° matricole	Matricole con grasso/caseina >45%
Maggio 2024	820	12	11
Giugno 2024	290	5	2
Luglio 2024	75	1	
Agosto 2024	90	2	
Settembre 2024	80	2	
Ottobre 2024	310	7	-
Novembre 2024	360	8	
Dicembre 2024	450	10	
Gennaio 2025	130	3	
Totale	2.605	50	24

Nel periodo considerato, l'applicazione dello strumento X-NIR sulla crosta ha interessato complessivamente 2.605 forme di formaggio; per 24 forme è stata predetta una percentuale di materia grassa superiore al 45% sulla sostanza secca, valore rilevante ai fini del monitoraggio dei parametri compositivi.

Nel complesso, l'insieme delle attività descritte contribuisce a rafforzare il sistema di controlli di processo, prevenzione dei rischi e tutela della sicurezza e della qualità del Grana Padano DOP, in un contesto caratterizzato da crescente complessità climatica, produttiva e regolatoria.

GESTIONE SEGNALAZIONI

Nel corso del 2025 l'UTS ha proseguito regolarmente l'attività di gestione delle segnalazioni pervenute da consumatori, nazionali ed esteri, che si sono rivolti direttamente al Consorzio per comunicare anomalie riscontrate nel formaggio Grana Padano DOP acquistato. Il numero di reclami effettivamente ricevuti è stato pari a 132 in linea con l'anno precedente.

La principale causa di reclamo, come già rilevato nel 2024, è rappresentata dalla presenza di colonie di muffa in confezioni di Grana Padano DOP commercializzato nelle diverse tipologie (77%). In misura minore sono state segnalate caratteristiche sensoriali non conformi alle aspettative (15%) e la presenza di corpi estranei nel formaggio (8%). Le segnalazioni hanno riguardato per il 53% il prodotto grattugiato e per il 47% il prodotto porzionato (nel 2024 rispettivamente 61% e 39%). Con riferimento all'origine del prodotto, il 69% dei re-

clami ha interessato formaggio commercializzato in Italia, mentre il 31% ha riguardato prodotto commercializzato all'estero, principalmente in Germania.

L'attività del Consorzio non si limita alla gestione delle risposte ai consumatori, ma si estende alla collaborazione con i singoli confezionatori, anche con il supporto del Servizio Vigilanza e Tutela, al fine di individuare le cause ricorrenti delle segnalazioni e promuovere azioni di miglioramento dei processi produttivi e di confezionamento, in particolare per le tipologie grattugiato e porzionato.

A tal fine, con cadenza semestrale, l'UTS trasmette ai confezionatori un'elaborazione strutturata dei reclami ricevuti, suddivisi per azienda coinvolta, tipologia di prodotto, causa della segnalazione e luogo di acquisto. Tale sistema informativo consente un supporto mirato agli operatori della filiera e favorisce un approccio preventivo alla gestione delle criticità.

Nel medio periodo, l'analisi dei dati evidenzia, per alcune aziende, una significativa riduzione delle segnalazioni, a conferma dell'efficacia della collaborazione con il Consorzio; per altre, un andamento sostanzialmente stabile o proporzionale all'evoluzione dei volumi commercializzati.

Nel complesso, tali evidenze confermano l'importanza di proseguire e rafforzare il presidio della qualità lungo la filiera, con l'obiettivo di garantire elevati standard di tutela del prodotto e del consumatore, in coerenza con le aspettative del mercato e con un contesto di crescente attenzione verso il Grana Padano DOP sui mercati nazionali e internazionali.



COMMISSIONE SCIENTIFICA

Nel corso dell'esercizio, l'attività della Commissione Scientifica si è focalizzata su tematiche di rilevanza strategica per la filiera produttiva, tra cui la sostenibilità, il benessere animale, l'alimentazione delle bovine da latte e i processi di produzione. La Commissione ha inoltre svolto un ruolo di supporto tecnico-scientifico nell'analisi delle evidenze

a sostegno delle proposte di aggiornamento del Disciplinare di Produzione.

Di seguito è riportata la composizione della Commissione Scientifica, quale organismo di supporto alle attività di ricerca, indirizzo tecnico e valorizzazione della qualità del prodotto.

PRESIDENTE NEVIANI Erasmo

COMPONENTI ESTERNI

BARICHELLA Michela
CASTELLAZZI Anna Maria
COCCONCELLI Piersandro
DE CASTRO Paolo
D'INCECCO Paolo
GIRAFFA Giorgio
LOMBARDI Anqiolella
MARABELLI Romano
MASOERO Francesco
PELLEGRINO Luisa
VITALI Antonio

INIZIATIVE PER LA COMUNITÀ

L'azione del Consorzio va oltre la tutela e la valorizzazione del Grana Padano DOP, estendendosi al sostegno della comunità attraverso iniziative di carattere sociale, culturale e ambientale. Tali interventi contribuiscono a rafforzare il legame con il territorio di origine e a promuovere un modello di sviluppo sostenibile e orientato al benessere collettivo nel lungo periodo.

Le iniziative del Consorzio a favore della comunità si articolano in quattro ambiti principali: valorizzazione del patrimonio culturale, sostegno a progetti sociali e solidali, educazione alimentare e promozione della ricerca nutrizionale.

L'ABBAZIA DI CHIARAVALLE

Avviata nel luglio 2018, la collaborazione con la Comunità monastica di Chiaravalle è proseguita nel tempo, consolidandosi ulteriormente anche nel corso del 2025. Il rapporto si fonda su valori condivisi e su un dialogo costante orientato allo



sviluppo di iniziative di carattere sociale, culturale, educativo e comunicativo.

Nel tempo, la relazione si è evoluta attraverso sinergie operative con soggetti attivi nella promozione della socialità, della formazione e della divulgazione, a supporto delle finalità della Comunità monastica e della valorizzazione del contesto storico, territoriale e umano in cui essa opera.

Nel corso del 2025, le attività sono state realizzate secondo modalità differenti, con il contributo del Consorzio e della Fondazione Grana Padano ETS, in accordo con la Comunità monastica e in coerenza con i suoi valori e obiettivi. Le iniziative hanno interessato ambiti di fruizione culturale, percorsi educativi, momenti di apertura al pubblico, occasioni di incontro e azioni di sostegno concreto alla vita della Comunità.

Particolare attenzione è stata riservata alla valorizzazione del patrimonio storico e ambientale dell'Abbazia, alla trasmissione dei saperi legati al territorio e alle tradizioni produttive, nonché alla promozione di contenuti culturali capaci di dialogare con pubblici differenti, dalle famiglie ai più giovani, fino ai visitatori interessati agli aspetti storici e spirituali del luogo.

Accanto alle attività rivolte al pubblico, è proseguito il supporto diretto alla Comunità monastica attraverso forniture continuative di prodotto e strumenti di accompagnamento alla valorizzazione delle attività economiche e di accoglienza, in un'ottica di sostegno concreto e di lungo periodo. In tale contesto, nel corso del 2025 si è conclusa la prima raccolta fondi realizzata tramite lo strumento dell'Art Bonus, finalizzata al recupero di una porzione dell'Abbazia attualmente non fruibile a causa dello stato di degrado. L'avvio del cantiere per la ristrutturazione della torre posta all'ingresso dell'Abbazia è previsto per gennaio 2026, con conclusione degli interventi entro maggio 2026.

Parallelamente, nel 2025 è stato avviato il progetto "Intrecci", un programma di adesione e coinvolgimento rivolto al mondo delle imprese, finalizzato alla salvaguardia e alla valorizzazione dell'Abbazia di Chiaravalle Milanese. Attraverso tale progetto, il Consorzio e la Fondazio-

ne mirano a costruire una comunità strutturata di sostenitori del patrimonio artistico, identitario e spirituale dell'Abbazia.

La raccolta fondi a favore della Comunità monastica, finalizzata alla ristrutturazione del tetto abbaziale, ha raggiunto nel corso del 2025 un ammontare di circa 200 mila euro e proseguirà nel 2026, anche attraverso la partecipazione a bandi pubblici e a iniziative promosse da altri enti del Terzo Settore.

Sul piano della comunicazione, è stato sviluppato un racconto coerente e strutturato volto a rafforzare il legame tra territorio, cultura monastica e produzione agroalimentare, con particolare attenzione ai temi della sostenibilità, della gestione responsabile delle risorse e del valore sociale delle scelte compiute nel tempo. Tale approccio narrativo, già consolidato, ha trovato continuità anche nel 2025, in linea con le linee editoriali condivise.

FONDAZIONE GRANA PADANO ETS

Nel corso del 2025 la Fondazione Grana Padano ETS ha ulteriormente strutturato i propri processi interni, definendo criteri e procedure per la valutazione, la selezione e lo sviluppo dei progetti coerenti con la propria missione istituzionale. È stato introdotto un modello organizzativo volto a garantire maggiore coerenza, trasparenza e sostenibilità nelle modalità di supporto alle iniziative, anche mediante la definizione di un accordo con il Consorzio finalizzato all'erogazione dei servizi necessari al funzionamento dell'ente del Terzo Settore.



Il modello di gestione adottato ha consentito di assicurare continuità alle attività storicamente sostenute e, a partire dal 2025, di orientare progressivamente l'azione della Fondazione verso iniziative di carattere strategico e ad alto impatto sociale, in linea con il proprio ruolo istituzionale.

Nel corso dell'anno, la Fondazione ha sostenuto

realità attive in ambito sociale, sportivo, culturale e solidale, contribuendo a progetti volti alla promozione dei valori della condivisione, della partecipazione, del benessere collettivo e della responsabilità verso il territorio. In particolare, il sostegno ha riguardato le seguenti iniziative:

- Borse di studio – Anno scolastico 2025/2026;
- Museo Diocesano Carlo Maria Martini, per la realizzazione di due mostre;
- Museo di Santa Giulia, a supporto dell'esposizione fotografica "Zenit della Fotografia" di Massimo Sestini;
- Festival del Cammino di Brescia;
- Festival Wunderkammer Passioni di Verona;
- collaborazione con la scrittrice e giornalista Camilla Baresani per attività di storytelling legate alla valorizzazione dell'Abbazia;
- Banco Alimentare, mediante la donazione di strumentazione necessaria alla distribuzione di generi alimentari.

In continuità con tali iniziative, nel corso del 2025 sono state inoltre realizzate, in sinergia con il Consorzio di Tutela Grana Padano, azioni di solidarietà alimentare a favore di enti del Terzo Settore impegnati nel sostegno alle persone in difficoltà. Le attività di donazione sono state pianificate a fine esercizio e la distribuzione dei prodotti avverrà entro febbraio 2026, quale ulteriore espressione dell'impegno della Fondazione e del Consorzio a favore delle comunità locali e delle fasce più fragili della popolazione.

GLI INTERVENTI DEL CONSORZIO

Nel corso del 2025 il Consorzio ha sostenuto iniziative di carattere sociale e solidale, con particolare attenzione ai temi della prevenzione sanitaria, dell'inclusione e del supporto allo sport come strumento di partecipazione e coesione.

Tra le principali azioni si segnalano:

- la collaborazione con Fondazione ANT, con l'organizzazione di due giornate dedicate alla prevenzione sanitaria tramite ambulatorio mobile, durante le quali i dipendenti hanno potuto usufruire di visite senologiche con ecografia e controlli dermatologici per la prevenzione dei melanomi;
- il rinnovo del sostegno all'Associazione Boom, finalizzato all'acquisto di dispositivi

intelligenti per il miglioramento delle cure ai pazienti oncoematologici dell'Azienda Socio-Sanitaria Territoriale di Mantova;

- la partecipazione all'evento "Mai violenza, solo amore", promosso da Telefono Rosa in occasione della Giornata Internazionale per l'Eliminazione della Violenza contro le Donne, iniziativa di sensibilizzazione pubblica dedicata al contrasto della violenza di genere;
- il supporto alla manifestazione "UNIBSRUN FOR CLIMATE", promossa dall'Università degli Studi di Brescia, che integra sensibilizzazione ambientale e inclusione sportiva;
- la X edizione della "Mille Passi per Brescia"

e la "Salò Run for Telethon", eventi che coniugano attività sportiva e raccolta fondi a favore della ricerca scientifica;

- la partecipazione alla Partita del Cuore, evento benefico di rilievo nazionale a sostegno di progetti in ambito pediatrico;

il sostegno al programma ObiettivoSCI, promosso da Obiettivo3, volto a favorire l'accesso allo sport da parte di persone con disabilità attraverso il supporto ad atleti paralimpici e la fornitura di ausili tecnici.

Nel loro insieme, tali iniziative confermano l'attenzione del Consorzio alla dimensione sociale della propria attività e al sostegno concreto delle comunità di riferimento.

EDUCAZIONE, SALUTE E FORMAZIONE

L'azione del Consorzio si estende anche alla promozione della cultura alimentare e della corretta nutrizione, quale espressione concreta della propria responsabilità sociale del Consorzio e del suo impegno verso i consumatori e la filiera.

Attraverso programmi formativi rivolti agli istituti scolastici e strumenti digitali di divulgazione scientifica, il Consorzio favorisce l'accesso a informazioni affidabili e fondate su evidenze nutrizionali, contribuendo alla crescita della consapevolezza alimentare e alla formazione delle nuove generazioni di professionisti del settore.

Tali iniziative si inseriscono nella dimensione "Social" dell'approccio ESG adottato dal Consorzio, consolidando il dialogo con stakeholder, comunità educative e professionisti della salute e valorizzando il ruolo del Grana Padano DOP all'interno di un modello di sviluppo orientato alla qualità, alla responsabilità e al benessere collettivo nel lungo periodo.

PROGETTO SCUOLE A SCUOLA DI CUCINA CON GRANA PADANO

Nel corso dell'anno scolastico 2024/2025, per il ventesimo anno consecutivo, il Consorzio ha rinnovato il progetto rivolto agli Istituti Alberghieri italiani, finalizzato ad avvicinare i futuri professionisti della ristorazione alla conoscenza della DOP e del sistema di qualità.

L'edizione ha registrato la partecipazione di 100 scuole, coinvolgendo oltre 5.530 studenti e 450 docenti.

Gli incontri, della durata di circa due ore, hanno approfondito:

- il sistema delle certificazioni di qualità;
- il ruolo e le attività del Consorzio;
- le classificazioni dei prodotti caseari;
- le caratteristiche distintive del Grana Padano DOP.

La parte conclusiva degli interventi è stata dedicata alla degustazione verticale di tre stagionature, con analisi sensoriale guidata.

A supporto dell'attività formativa è stato consegnato il manuale didattico "Un tour gastronomico attraverso le sei tappe di Milano-Cortina 2026 con Grana Padano", contenente 24 ricette sviluppate in abbinamento ai territori olimpici.

Il progetto si conferma uno strumento efficace di divulgazione tecnica e culturale, capace di accrescere la conoscenza della DOP tra le nuove generazioni di professionisti.

ATTIVITÀ FORMATIVE NEL MERCATO CINESE

Nel 2025 il Consorzio ha sviluppato iniziative formative nel mercato cinese, in collaborazione con ICE, nell'ambito di un approccio strutturato orientato alla diffusione della cultura della qualità e alla promozione consapevole della DOP

attraverso strumenti educativi.

Le attività hanno incluso interventi presso scuole di cucina, incontri con operatori del settore hospitality e momenti di approfondimento rivolti a professionisti e stakeholder locali, con l'obiettivo di rafforzare la conoscenza delle caratteristiche nutrizionali, organolettiche e produttive del Grana Padano DOP.

In particolare, nelle scuole di cucina di Guangzhou, Nanchang (Jiangxi) e Sanra sono state realizzate sessioni formative con degustazioni guidate e applicazioni pratiche, focalizzate su:

- origine e sistema di tutela della DOP;
- tecniche di taglio e modalità di utilizzo in cucina;
- proprietà nutrizionali e versatilità gastronomica.

Le iniziative hanno contribuito a strutturare il dialogo con il sistema formativo locale e con gli operatori del settore in un mercato ad alto potenziale di sviluppo.

EDUCAZIONE NUTRIZIONALE GRANA PADANO (ENGP)

ENGP rappresenta la piattaforma digitale proprietaria del Consorzio dedicata alla promozione della corretta alimentazione e alla valorizzazione del ruolo nutrizionale del Grana Padano DOP.

Nel 2025 il portale ha registrato:

- oltre 3 milioni di accessi;
- circa 2 milioni di utenti unici;
- un traffico organico superiore all'80%;
- una fruizione da dispositivi mobili pari all'81%.

L'autorevolezza della piattaforma è confermata da un valore di *domain authority* pari a 51, tra i più elevati nel panorama dei brand alimentari.

EVOLUZIONE DIGITALE E INTELLIGENZA ARTIFICIALE

L'introduzione delle sintesi AI nei motori di ricerca ha modificato le modalità di consultazione online. In questo scenario, ENGP si è affermato come fonte autorevole: nel 2025 sono state registrate oltre 38.000 citazioni nelle risposte generate da sistemi di intelligenza artificiale.

Pur in presenza di una fisiologica riduzione del

traffico diretto legata ai nuovi modelli di ricerca, il progetto ha registrato un incremento delle conversioni e un aumento dell'*engagement* degli utenti iscritti alle Web App e ai programmi nutrizionali.

SERVIZI E CONTENUTI

Nel 2025 sono stati ulteriormente sviluppati:

- programmi alimentari personalizzati;
- Web App dedicate;
- contenuti sull'attività fisica e la prevenzione primaria;
- newsletter rivolte al pubblico generale e alla comunità medico-scientifica.

Prosegue inoltre la collaborazione con università e professionisti della salute, consolidando il posizionamento del Grana Padano DOP quale alimento funzionale all'interno di un'alimentazione equilibrata.

Le attività di educazione e divulgazione descritte confermano l'impegno del Consorzio nella promozione di una cultura alimentare consapevole e scientificamente fondata, rafforzando il ruolo del Grana Padano DOP non solo come prodotto di eccellenza, ma come elemento attivo in un sistema di qualità, salute e responsabilità verso il consumatore.

OSSERVATORIO GRANA PADANO

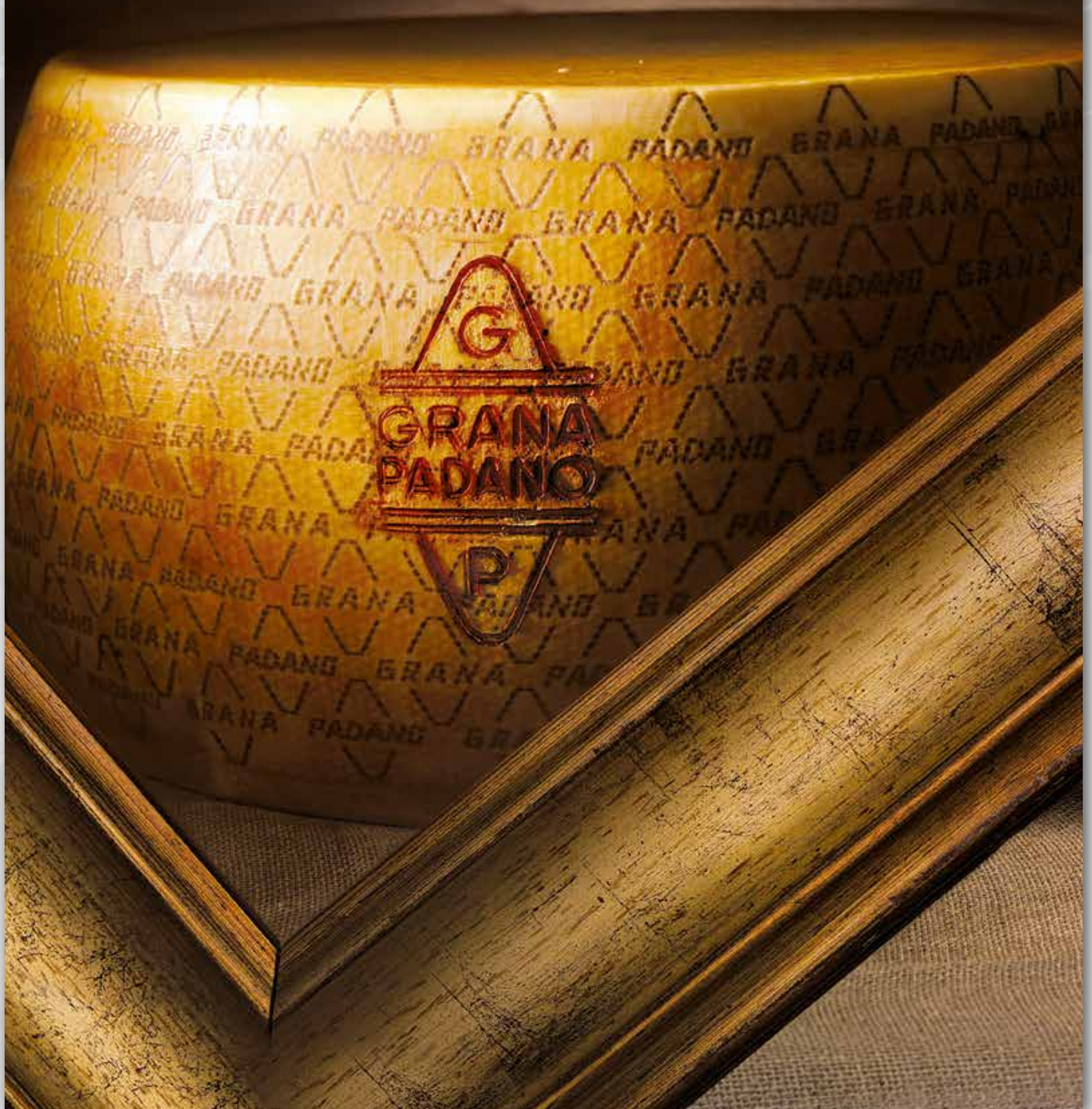
Prosegue la collaborazione avviata nel 2019 con l'Università di Bologna – Alma Mater Studiorum, finalizzata allo studio del comportamento alimentare dei pazienti affetti da steatosi epatica non alcolica, attraverso una versione dedicata dell'Osservatorio Grana Padano (OGP).

Il progetto, attivo fino al 2027, rappresenta un'iniziativa di ricerca applicata in ambito clinico-nutrizionale, volta ad approfondire il ruolo dell'alimentazione equilibrata nei percorsi di prevenzione e gestione delle patologie metaboliche.

L'Osservatorio costituisce un presidio scientifico che rafforza il dialogo con il mondo accademico e sanitario, contribuendo alla produzione di evidenze utili alla comunità scientifica e al sistema della salute.

Parte 2

RENDICONTAZIONE DI SOSTENIBILITÀ



2.1 CREARE VALORE PER I NOSTRI STAKEHOLDER

SOSTENIBILITÀ E MODELLO DI CREAZIONE DI VALORE: UN PERCORSO EVOLUTIVO

L'impegno del Consorzio per la sostenibilità si sviluppa in coerenza con il modello di creazione di valore e con la missione istituzionale di tutela, governo e valorizzazione della DOP Grana Padano, come delineato nella sezione dedicata al modello di business e alla catena del valore. La sostenibilità non è configurata come funzione autonoma, ma come criterio trasversale che orienta le decisioni strategiche, i presidi di controllo e le priorità operative.

L'analisi di materialità 2025, centrata sulla dimensione di impatto e sviluppata secondo la logica IRO (Impatti, Rischi e Opportunità), si inserisce in un percorso avviato negli esercizi precedenti e progressivamente consolidato, rafforzando l'allineamento tra le priorità strategiche del Consorzio e il perimetro diretto della struttura consortile.

I risultati evidenziano una concentrazione dei temi materiali nelle dimensioni sociale e di governance, coerente con la natura prevalentemente regolatoria, organizzativa e relazionale del Consorzio. In tale quadro, gli esiti dell'analisi IRO alimentano un processo di integrazione sempre più strutturata dei fattori ESG nei processi decisionali e negli assetti organizzativi, consolidando una cultura della sostenibilità fondata sulla qualità della governance, sulla tutela dell'integrità istituzionale e sulla gestione responsabile delle persone, e accompagnando allo stesso tempo il rafforzamento graduale della dimensione ambientale.

Le tre direttrici integrate di Sostenibilità sono le seguenti.

RAFFORZAMENTO DELLA GOVERNANCE E DELL'INTEGRITÀ ISTITUZIONALE

La prima direttrice riguarda il consolidamento dei presidi di legalità, trasparenza e responsabilità, quale condizione abilitante per la creazione di valore sostenibile. Il Modello di organizzazione, gestione e controllo ex D.Lgs. 231/2001, il Codice Etico, il sistema di whistleblowing e il ruolo dell'Organismo di Vigilanza costituiscono l'infrastruttura di prevenzione e

controllo dei rischi.

In questa prospettiva, l'impegno del Consorzio supera una logica meramente formale di compliance e si traduce nell'integrazione sistematica dei principi di etica, anticorruzione, gestione dei conflitti di interesse, tutela dei dati e trasparenza nei processi decisionali ordinari.

Tale evoluzione persegue una duplice finalità: ridurre l'esposizione ai rischi reputazionali e sanzionatori e rafforzare la legittimazione del Consorzio come soggetto affidabile e credibile nei confronti di consorziati, istituzioni e mercati.

CENTRALITÀ DELLE PERSONE E QUALITÀ DELLE RELAZIONI

La seconda direttrice riguarda la dimensione sociale, con particolare attenzione alla forza lavoro e alle comunità di riferimento. In tale ambito, il percorso di certificazione UNI/PdR 125:2022 sulla parità di genere e l'integrazione, in corso, dei sistemi di gestione (ISO 9001, ISO 14001, ISO 45001) rappresentano strumenti operativi attraverso cui l'impegno in ambito sostenibilità si traduce in processi formalizzati, monitorabili e progressivamente integrati. La gestione del capitale umano è considerata leva di resilienza organizzativa e fattore di credibilità esterna, non solo espressione di responsabilità interna. Parallelamente, l'evoluzione del modello di sostenibilità valorizza il dialogo strutturato con stakeholder e comunità e trasforma la materialità in uno strumento dinamico di ascolto e di co-costruzione delle priorità. In un ente di tutela, la sostenibilità si misura anche nella capacità di interpretare e rappresentare istanze collettive in modo equilibrato, inclusivo e trasparente.

MIGLIORAMENTO PROGRESSIVO DELLE PERFORMANCE AMBIENTALI

La terza direttrice riguarda la dimensione ambientale, attualmente riferita prevalentemente agli impatti diretti della struttura consortile. Energia e gestione dei rifiuti costituiscono gli ambiti prioritari, con risultati evidenti in termini di riduzione dei consumi elettrici e incremento della raccolta differenziata.

L'avvio del Sistema di Gestione Ambientale conforme alla UNI EN ISO 14001 e la sua integrazione con gli altri sistemi certificati segnano l'evoluzione da una gestione prevalentemente tecnica degli aspetti ambientali a un approccio progressivamente più strutturato e integrato nei processi organizzativi. La finalità non si esaurisce nella riduzione dei costi o nella mitigazione dei rischi normativi, ma si estende al rafforzamento della coerenza tra identità della DOP, responsabilità istituzionale e aspettative del contesto europeo.

In prospettiva, l'orientamento alla sostenibilità prevede un'estensione progressiva dei suoi effetti nel medio-lungo termine all'intera dimensione di filiera, in coerenza con il ruolo di indirizzo del Consorzio nelle relazioni tra i diversi stakeholder, recependo l'evoluzione verso il principio della doppia materialità. Ciò implica il superamento del solo perimetro diretto della sede consortile per includere, nel tempo, un'analisi più ampia degli impatti indiretti e sistemici connessi al ruolo di indirizzo e coordinamento.

In questo quadro, la creazione di valore sostenibile del Consorzio si realizza attraverso un sistema di re-

lazioni strutturate con i diversi stakeholder che partecipano, direttamente o indirettamente, alla tenuta e allo sviluppo della DOP. Il modello di sostenibilità si traduce quindi nella capacità di generare benefici condivisi lungo tali relazioni, rafforzando nel tempo la credibilità, la stabilità e la competitività del sistema della DOP Grana Padano.

I NOSTRI STAKEHOLDER

Il valore della DOP si genera e si consolida attraverso relazioni strutturate con i principali stakeholder del Consorzio, ciascuno dei quali è coinvolto, in modo diverso, nella tenuta e nella credibilità del sistema.

La proposta di valore del Consorzio, fondata sulla valorizzazione identitaria del marchio e sulla garanzia di qualità, integrità e riconoscibilità del Grana Padano DOP, si traduce in benefici differenziati per i seguenti stakeholder.

La figura seguente rappresenta la mappa degli stakeholder del Consorzio, individuati in relazione al modello di creazione di valore e alle relazioni che sostengono il sistema della DOP Grana Padano.



CONSORZIATI

I consorziati rappresentano il fulcro del modello. L'architettura della catena del valore, fondata su tutela giuridica, vigilanza, promozione, servizi di supporto e governance, è orientata a garantire un contesto stabile, credibile e competitivo.

Il valore creato nei loro confronti consiste in:

- protezione legale e istituzionale della denominazione;
- difesa reputazionale collettiva attraverso sistemi di autocontrollo e vigilanza;
- promozione coordinata sui mercati;
- supporto operativo e tecnico per l'allineamento al disciplinare e alle evoluzioni normative.

Il valore non è individuale, ma sistemico: la reputazione del marchio è un bene comune, e la sua tutela rafforza l'intero sistema consortile.

DIPENDENTI

I dipendenti rappresentano una componente essenziale del modello di business. La creazione di valore nei loro confronti riguarda:

- valorizzazione delle competenze specialistiche;
- chiarezza organizzativa e responsabilità definite;
- integrazione tra sostenibilità, sistemi di controllo e processi decisionali;
- opportunità di crescita professionale in un contesto orientato alla responsabilità e alla trasparenza.

La coerenza tra governance, sistemi informativi, gestione del rischio e cultura organizzativa è condizione essenziale per rendere effettiva la proposta di valore del Consorzio.

ASSOCIAZIONI ED ENTI REGOLATORI

Le associazioni di categoria e gli enti regolatori sono stakeholder istituzionali centrali, in quanto interlocutori fondamentali per la legittimazione e la stabilità del sistema DOP.

Il valore generato si esprime attraverso:

- un sistema di governance trasparente e rappresentativo;
- presidi di controllo e modelli di gestione del rischio coerenti con il quadro normativo;
- capacità di interlocuzione strutturata nei tavoli istituzionali nazionali e internazionali;
- produzione di informazioni affidabili, progressivamente integrate nella dimensione ESG.

In questo ambito, la sostenibilità rafforza il ruolo del

Consorzio come soggetto di governo responsabile e custode di un interesse collettivo.

COMUNITÀ SCIENTIFICA

La comunità scientifica, con cui il Consorzio collabora attraverso attività di ricerca e sviluppo, contribuisce al miglioramento continuo del sistema.

Il valore generato si concretizza in:

- rafforzamento metodologico dell'analisi dei rischi e della materialità;
- supporto scientifico ai progetti di innovazione, qualità e sostenibilità ambientale;
- diffusione di conoscenze coerenti con l'identità e la tradizione del prodotto.

In coerenza con il modello di business, la ricerca non è un'attività accessoria, ma una leva strategica che collega tradizione e innovazione, rafforzando la resilienza del sistema nel lungo periodo.

COMUNITÀ LOCALE

Il radicamento territoriale della DOP rende la comunità locale uno stakeholder rilevante sotto il profilo economico, sociale e reputazionale.

Il valore generato si manifesta attraverso:

- contributo alla stabilità occupazionale e produttiva del territorio;
- tutela della reputazione territoriale associata alla denominazione;
- promozione di pratiche responsabili e coerenti con la sostenibilità ambientale e sociale;
- sostegno alle iniziative del territorio.

Il Consorzio opera così come garante non solo di un marchio, ma di un patrimonio culturale e produttivo che appartiene al territorio.

FORNITORI

I fornitori partecipano indirettamente alla catena del valore del Consorzio. La creazione di valore nei loro confronti si traduce in:

- criteri di selezione e collaborazione improntati a chiarezza e responsabilità;
- integrazione progressiva di principi di conformità normativa e sostenibilità;
- relazioni contrattuali stabili e trasparenti.

Attraverso la qualificazione della propria rete di fornitori, il Consorzio rafforza la coerenza del sistema e ne consolida l'affidabilità.

2.2 ANALISI DI MATERIALITÀ

Nel 2025 il Consorzio ha rinnovato il proprio percorso di analisi della materialità, ampliando quanto fatto negli esercizi precedenti e assumendolo non come adempimento tecnico, ma come strumento di indirizzo strategico e di governo del sistema Grana Padano.

L'evoluzione del quadro normativo europeo ha progressivamente ampliato il concetto di materialità, orientando le organizzazioni verso una lettura più articolata e sostanziale dei propri impatti. In questo contesto, il Consorzio ha scelto di interpretare l'analisi di materialità come un processo strutturato di consapevolezza e responsabilità, coerente con la propria natura istituzionale.

Nel 2025 l'analisi si è concentrata sulle attività direttamente riconducibili al Consorzio, al fine di costruire una base metodologica solida e progressivamente strutturata. Il Consorzio è tuttavia pienamente consapevole che il proprio ruolo non si esaurisce nelle attività operative dirette. Diversamente da un'impresa industriale, il Consorzio esercita una funzione di indirizzo, coordinamento e tutela che incide in modo ampio sull'intera filiera lattiero-casearia, sul territorio e sulle comunità coinvolte. Per questa ragione, pur avendo circoscritto in questa annualità il perimetro di analisi agli impatti direttamente generati dalle proprie attività istituzionali, il Consorzio riconosce che una lettura completa della sostenibilità richiede, nel tempo, un progressivo ampliamento dello sguardo alla dimensione di filiera, in coerenza con l'evoluzione del quadro europeo.

La materialità non è stata interpretata come un

mero esercizio classificatorio, ma come una “bussola” capace di orientare:

- le priorità strategiche;
- il dialogo con gli stakeholder;
- la definizione delle politiche di sostenibilità;
- l'evoluzione del modello di governance consortile.

L'analisi si è concentrata in particolare sulla materialità di impatto, con l'obiettivo di individuare e valutare gli effetti significativi - positivi e negativi, attuali o potenziali - generati dalle attività del Consorzio sull'ambiente, sulle persone e sul contesto socio-economico di riferimento. Questa scelta è coerente con la missione del Consorzio: la tutela della Denominazione di Origine Protetta, la salvaguardia della qualità del prodotto, la valorizzazione del territorio e la responsabilità verso la filiera e i consumatori.

Il percorso intrapreso nel 2025 rappresenta dunque una prima tappa di un processo evolutivo più ampio. Nelle future edizioni del Bilancio di Sostenibilità, l'analisi verrà progressivamente integrata con la valutazione della materialità finanziaria, così da adottare pienamente la logica della doppia materialità prevista dagli standard europei e rafforzare l'integrazione tra sostenibilità e pianificazione strategica. In questa prospettiva, l'analisi di materialità non costituisce un punto di arrivo, ma l'avvio di un percorso strutturato e continuativo, volto a consolidare il ruolo del Consorzio come soggetto di riferimento per una filiera agroalimentare sostenibile, competitiva e radicata nel territorio.



LA MATERIALITÀ DI IMPATTO: IL PRIMO PASSO DEL PERCORSO VERSO GLI EUROPEAN SUSTAINABILITY REPORTING STANDARDS (ESRS)

L'edizione 2025 ha concentrato l'analisi sulla materialità di impatto, in linea con la prima dimensione della doppia materialità prevista dagli ESRS. Il processo ha preso avvio dall'individuazione dei temi ESG potenzialmente rilevanti, attraverso:

- l'analisi del quadro normativo europeo;
- il riferimento ai principali standard internazionali di rendicontazione;
- la considerazione delle specificità del settore lattiero-caseario e del ruolo istituzionale del Consorzio;
- il confronto con le precedenti edizioni del Bilancio di Sostenibilità.

Questa fase ha consentito di costruire un elenco strutturato di temi ambientali, sociali e di governance, oggetto della successiva valutazione.

In coerenza con gli ESRS, l'analisi è stata sviluppata secondo la logica IRO (Impatti, Rischi e Opportunità).

Per ciascun tema identificato sono stati analizzati:

- gli impatti generati dalle attività del Consorzio, valutandone la rilevanza in termini di severità e probabilità;
- i rischi connessi a eventuali criticità ambientali, sociali o reputazionali;
- le opportunità derivanti da un presidio strutturato dei temi di sostenibilità.

L'introduzione della prospettiva IRO ha consentito di superare una visione descrittiva, orientando l'analisi verso una lettura strategica dei temi rilevanti. In tal modo, la materialità diventa uno strumento di governo, capace di supportare le decisioni e di rafforzare l'integrazione tra sostenibilità e pianificazione.

La valutazione degli impatti è stata effettuata considerando:

- la gravità potenziale o effettiva dell'impatto (in termini di portata o intensità);
- l'ampiezza dei soggetti coinvolti;
- la probabilità di accadimento nel caso di impatti potenziali;
- la capacità del Consorzio di presidiare e mitigare gli effetti individuati.

L'esito del processo ha consentito di individuare i

temi ritenuti materiali ai fini della rendicontazione 2025, costituendo la base per la definizione delle priorità strategiche illustrate nei capitoli successivi.

IL COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER: CO-COSTRUIRE LE PRIORITÀ

L'analisi di materialità, anche nel 2025, non è stata concepita come un esercizio interno, ma come un processo strutturato di ascolto e confronto. Per il Consorzio, il dialogo con i portatori di interesse costituisce un elemento essenziale della propria funzione istituzionale. In quanto ente di tutela e coordinamento, il Consorzio opera in un contesto relazionale, nel quale le decisioni strategiche incidono su una pluralità di soggetti: consorziati, associazioni, enti regolatori, comunità scientifica, comunità locale, fornitori, dipendenti.

La consultazione, avvenuta mediante la somministrazione agli stakeholder di un questionario, ha consentito di raccogliere una pluralità di prospettive sui temi materiali in ambito ambientale, sociale e di governance, integrando la valutazione tecnica interna con la percezione esterna di rilevanza.

L'analisi dei questionari ha evidenziato significative convergenze tra la valutazione del Consorzio e quella degli stakeholder su un insieme di temi riconducibili in particolare alla dimensione sociale e di governance.

In modo coerente, entrambe le prospettive hanno attribuito elevata rilevanza ai seguenti ambiti:

- parità di trattamento;
- impatti sociali sulla comunità;
- condizioni di lavoro;
- formazione e sviluppo delle competenze;
- etica e integrità;
- protezione dei dati;
- salute e sicurezza;
- comunicazione trasparente;
- cultura organizzativa e compliance.

Queste convergenze assumono un particolare rilievo alla luce della natura istituzionale del Consorzio. Esse indicano che la sostenibilità, nel contesto del sistema Grana Padano, è percepita non soltanto come presidio ambientale o requisito tecnico, ma come insieme di valori organizzativi e relazionali che fondano la credibilità del sistema.

La centralità attribuita a temi quali etica, tra-

sparenza, correttezza dei comportamenti, tutela delle persone e impatto sulla comunità locale conferma l'importanza di un modello di governance orientato alla responsabilità e alla fiducia. In questo senso, le convergenze emerse raffor-

zano la coerenza tra indirizzo strategico interno e aspettative esterne, consolidando il ruolo del Consorzio come soggetto di coordinamento capace di interpretare e rappresentare le istanze della filiera e del territorio.

IL PERCORSO PER LA MATERIALITÀ DI IMPATTO 2025

Perimetro e impostazione metodologica

- Focus sulla materialità di impatto (ESRS)
- Attività direttamente riconducibili al Consorzio



Individuazione dei temi ESG potenziali

- Quadro normativo europeo
- Standard internazionali
- Settore lattiero-caseario
- Analisi precedenti bilanci



Analisi secondo logica IRO

- **Impatti** (Severità / Probabilità)
- **Rischi** (Ambientali, Sociali, Reputazionali)
- **Opportunità** (Miglioramento, Governance)



Coinvolgimento degli Stakeholder

- Questionario
- Valutazione interna e percezione esterna
- Analisi convergenze



Temi Materiali 2025

- Priorità strategiche
- Contenuti di rendicontazione
- Integrazione con la pianificazione

LA MATERIALITÀ COME STRUMENTO DI DIALOGO DI FILIERA

Il processo di consultazione ha consolidato un dialogo strutturato tra il Consorzio e i propri stakeholder, trasformando l'analisi di materialità in un momento di co-costruzione delle priorità.

In questa logica, la materialità non si limita a selezionare i temi da rendicontare, ma diventa uno spazio di confronto che rafforza:

- la trasparenza dell'azione consortile;
- la responsabilità verso il territorio;
- la capacità di coordinamento della filiera.

Per un ente di tutela, la legittimazione non deriva solo dal quadro normativo che ne disciplina le funzioni, ma anche dalla capacità di interpretare le

aspettative del contesto e di tradurle in indirizzi strategici coerenti.

L'analisi di materialità 2025 rappresenta non solo un passaggio metodologico, ma un momento di consolidamento del ruolo del Consorzio quale soggetto di indirizzo e sintesi delle istanze della filiera.

RISULTATI DELL'ANALISI DI MATERIALITÀ

I temi risultati materiali sono stati analizzati in chiave operativa, individuando per ciascuno le attività consortili coinvolte, la natura dell'impatto, i principali rischi connessi e le opportunità di miglioramento.

La tabella seguente sintetizza la valutazione, evidenziando il collegamento tra temi ESRS e responsabilità dirette del Consorzio.

ESRS	Tema	Definizione (impatti diretti del Consorzio)	Impatto	Rischio	Opportunità
E1	Energia (consumi, mix, efficienza)	Impatto generato dal Consorzio attraverso i consumi energetici della sede e delle attività operative (uffici, infrastrutture IT, eventi).	Consumo diretto di energia per il funzionamento della struttura consortile.	Incremento dei costi operativi, inefficienze gestionali, disallineamento rispetto alle aspettative ambientali degli stakeholder.	Riduzione dei consumi e dei costi, miglioramento dell'impronta ambientale e della reputazione istituzionale.
E5	Rifiuti (prevenzione, riuso, riciclo)	Impatto ambientale diretto derivante dalla produzione e gestione dei rifiuti della sede consortile (carta, materiali di consumo, rifiuti da ufficio ed eventi).	Produzione diretta di rifiuti legata alle attività d'ufficio e istituzionali.	Gestione inefficiente dei rifiuti, aumento dei costi o percezione negativa da parte degli stakeholder.	Miglioramento dell'efficienza organizzativa, riduzione dei rifiuti e rafforzamento dell'immagine ambientale.
S1	Salute e sicurezza sul lavoro	Gestione dei rischi per la salute e la sicurezza dei lavoratori del Consorzio, con riferimento alle attività svolte presso gli uffici, alla prevenzione degli infortuni e alla tutela del benessere fisico e psicologico del personale.	Impatto diretto sulla tutela dell'integrità fisica e psicologica dei lavoratori negli uffici.	Infortuni, assenze prolungate, responsabilità legali e danni reputazionali.	Miglioramento del benessere organizzativo e riduzione delle interruzioni operative.
S1	Parità di trattamento e pari opportunità	Impegno del Consorzio a garantire pari diritti e opportunità a tutto il personale, evitando qualsiasi forma di discriminazione nei processi aziendali.	Impatto diretto sull'equità dei processi di gestione del personale.	Discriminazioni percepite, conflitti interni o esposizione a contenziosi.	Rafforzamento della reputazione istituzionale e della coesione interna.

ESRS	Tema	Definizione (impatti diretti del Consorzio)	Impatto	Rischio	Opportunità
S1	Formazione e sviluppo	Impatto del Consorzio sulla crescita professionale del personale attraverso attività di formazione, aggiornamento e sviluppo delle competenze.	Impatto diretto sulle competenze e sull'efficacia operativa del personale.	Obsolescenza delle competenze e difficoltà nell'affrontare cambiamenti normativi e istituzionali.	Migliore qualità dei servizi, maggiore autonomia e capacità di adattamento.
S1	Condizioni di lavoro (orario, salario, welfare)	Capacità del Consorzio di garantire ai propri dipendenti condizioni di lavoro eque e dignitose, in equilibrio tra vita professionale e personale.	Impatto diretto sul benessere, sulla motivazione e sulla stabilità del personale del Consorzio.	Turnover, demotivazione, contenziosi o perdita di attrattività come datore di lavoro.	Rafforzamento del clima organizzativo e continuità operativa della struttura.
S1	Diversità e inclusione	Capacità del Consorzio di promuovere un ambiente di lavoro inclusivo, rispettoso delle diversità individuali, valorizzando le differenze come fattore di qualità organizzativa e istituzionale.	Impatto diretto sulla qualità dell'ambiente di lavoro e sulle relazioni interne.	Esclusione, tensioni organizzative o disallineamento con aspettative sociali.	Ambiente di lavoro più collaborativo e attrattivo, maggiore legittimazione sociale.
S1	Diritti sindacali e dialogo sociale	Rispetto della libertà di associazione e dei diritti sindacali dei dipendenti del Consorzio, nonché promozione di un dialogo costruttivo e trasparente tra l'organizzazione e il personale.	Impatto diretto sulla qualità delle relazioni tra Consorzio e personale.	Conflittualità interna o deterioramento del clima lavorativo.	Relazioni più stabili, prevenzione dei conflitti e maggiore fiducia reciproca.
S2	Meccanismi di reclamo	Presenza e funzionamento di strumenti interni che consentano ai dipendenti di segnalare criticità, disfunzioni o comportamenti non conformi, garantendo ascolto, riservatezza e adeguata gestione delle segnalazioni.	Impatto diretto sulla possibilità di intercettare criticità organizzative interne.	Emergenza tardiva di problemi o ricorso a canali esterni.	Miglioramento continuo e rafforzamento della fiducia interna.
S3	Impatti sociali e ambientali sulle comunità	Effetti diretti delle attività del Consorzio sulle comunità locali, in termini di relazioni istituzionali, iniziative informative, eventi, utilizzo delle risorse e presenza sul territorio.	Impatto diretto limitato ma rilevante in termini di presenza e attività istituzionali.	Critiche o incomprensioni sul ruolo del Consorzio nel territorio.	Miglioramento delle relazioni territoriali e dell'accettabilità sociale.
S3	Impatti economici locali	Contributo diretto del Consorzio all'economia del territorio attraverso l'occupazione, l'utilizzo di fornitori locali, i servizi acquistati e le attività istituzionali.	Impatto diretto sull'economia del territorio tramite occupazione e spesa locale.	Perdita di consenso o legittimazione territoriale.	Rafforzamento del ruolo del Consorzio come attore economico-istituzionale locale.

ESRS	Tema	Definizione (impatti diretti del Consorzio)	Impatto	Rischio	Opportunità
S3	Coinvolgimento e consultazione	Modalità con cui il Consorzio coinvolge e consulta i propri stakeholder istituzionali e territoriali (soci, enti, istituzioni, media).	Impatto diretto sulla qualità del dialogo con soci e stakeholder istituzionali.	Distanza dagli stakeholder o perdita di allineamento con le aspettative.	Decisioni più condivise e rafforzamento della legittimità istituzionale.
S4	Informazione corretta e trasparente	Responsabilità del Consorzio nel garantire comunicazioni istituzionali accurate, chiare e verificabili.	Impatto diretto sulla fiducia degli stakeholder e sulla credibilità del Consorzio.	Disinformazione, danni reputazionali o perdita di autorevolezza.	Rafforzamento del ruolo di riferimento istituzionale sulla DOP.
S4	Protezione dei dati e privacy	Gestione corretta e sicura dei dati personali trattati dal Consorzio (dipendenti, soci, stakeholder), nel rispetto della normativa sulla privacy e dei principi di riservatezza e sicurezza delle informazioni.	Impatto diretto sulla tutela dei diritti di dipendenti e stakeholder.	Violazioni normative, sanzioni e perdita di fiducia.	Rafforzamento dei sistemi informativi e della fiducia digitale.
G1	Etica e integrità	Adozione e promozione di comportamenti etici e integri da parte del Consorzio e del suo personale, a tutela della credibilità istituzionale, della fiducia degli stakeholder e della reputazione dell'organizzazione.	Impatto diretto sulla qualità di decisioni e comportamenti organizzativi.	Compromissione della credibilità istituzionale e danni reputazionali.	Consolidamento dell'autorevolezza e della fiducia degli stakeholder.
G1	Cultura aziendale e compliance	Promozione di una cultura organizzativa orientata al rispetto delle regole, delle procedure interne e delle normative applicabili, sostenuta da responsabilità chiare, formazione e controllo.	Impatto diretto sull'allineamento dei comportamenti alle regole interne ed esterne.	Non conformità, inefficienze operative e rischi reputazionali.	Maggiore coerenza organizzativa e affidabilità istituzionale.
G1	Conflitti di interesse	Capacità del Consorzio di prevenire, individuare e gestire situazioni di conflitto di interesse che possano compromettere l'imparzialità delle decisioni e l'integrità dell'azione istituzionale.	Impatto diretto sull'imparzialità delle decisioni consortili.	Decisioni distorte, contestazioni e danni reputazionali.	Maggiore affidabilità e chiarezza nei processi decisionali.
G1	Gestione dei reclami e whistleblowing	Presenza di canali dedicati alla segnalazione di comportamenti illeciti o non etici, che garantiscano tutela del segnalante, riservatezza e adeguata istruttoria, rafforzando il sistema di controllo interno.	Impatto diretto sulla capacità di prevenire e intercettare comportamenti illeciti.	Escalation di criticità o interventi esterni.	Rafforzamento della cultura della legalità e della responsabilità.

ESRS	Tema	Definizione (impatti diretti del Consorzio)	Impatto	Rischio	Opportunità
G1	Anticorruzione e anti-bribery	Prevenzione di fenomeni corruttivi o pratiche indebite nelle attività del Consorzio, attraverso regole, controlli e comportamenti coerenti con i principi di legalità, trasparenza e correttezza amministrativa.	Impatto diretto sulla correttezza delle attività amministrative e istituzionali.	Sanzioni, procedimenti legali e perdita di legittimazione pubblica.	Rafforzamento del sistema di controllo e della trasparenza.
G1	Lobbying e attività politiche	Gestione trasparente e responsabile delle relazioni istituzionali del Consorzio con soggetti pubblici e decisori, limitatamente alle attività di rappresentanza e tutela della denominazione, nel rispetto delle norme e dei principi di correttezza.	Impatto diretto rilevante sulla rappresentanza istituzionale.	Percezione di opacità o indebita influenza.	Tutela efficace della denominazione e dialogo strutturato con le istituzioni.

L'analisi evidenzia come, con riferimento alle attività direttamente riconducibili al Consorzio, i temi maggiormente rilevanti si concentrino nelle dimensioni sociale e di governance. Tale risultato riflette la natura istituzionale del Consorzio e il ruolo prevalentemente organizzativo, regolatorio e relazionale esercitato dalla struttura. Gli impatti ambientali diretti risultano infatti circoscritti alle attività operative della sede e delle infrastrutture di supporto, mentre assumono maggiore centralità gli ambiti connessi alla qualità della governance, alla tutela dell'integrità istituzionale, alla gestione delle persone e alla relazione con il territorio.

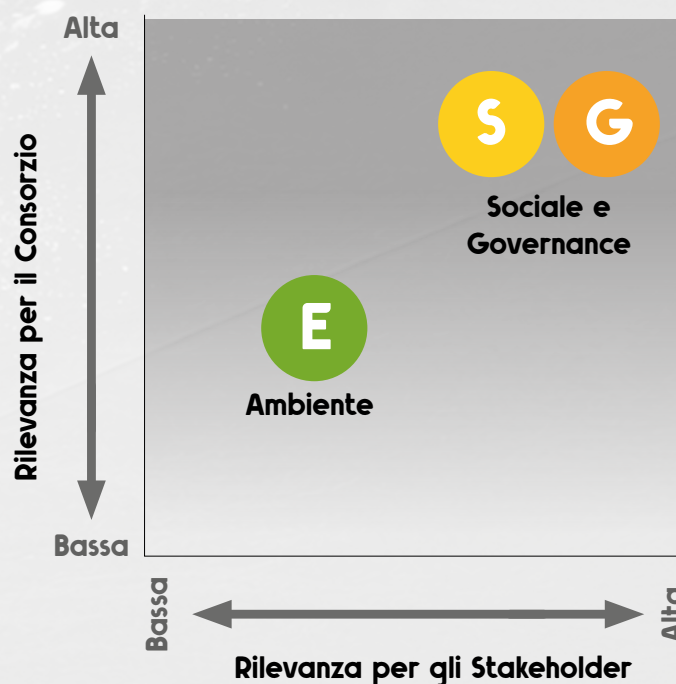
In particolare, la forte convergenza tra valutazione interna e percezione degli stakeholder su temi quali etica, integrità, parità di trattamento, salute e sicurezza, formazione e trasparenza conferma che, nel perimetro diretto dal Consorzio, la sostenibilità è percepita innanzitutto come responsabilità organizzativa e qualità dei comportamenti.

In questo quadro, essa si identifica nella solidità delle regole, nell'affidabilità dei processi decisionali e nella tutela della credibilità istituzionale.

Questa configurazione dei risultati non riduce la rilevanza della dimensione ambientale, ma evidenzia come, in questa prima fase del percorso, l'attenzione si sia concentrata sulle responsabilità dirette del Consorzio.

In tale prospettiva, i risultati dell'analisi 2025 non rappresentano un punto di equilibrio definitivo, ma una fotografia coerente con il perimetro adottato e con l'approccio graduale scelto nel percorso verso la piena doppia materialità.

La rappresentazione grafica seguente sintetizza la convergenza tra la valutazione interna del Consorzio e quella espressa dagli stakeholder, evidenziando i temi prioritari ai fini della rendicontazione.





Allineamento su:

- Etica e integrità
- Parità di trattamento
- Salute e sicurezza
- Formazione e sviluppo
- Comunicazione trasparente
- Protezione dei dati
- Cultura organizzativa e compliance

I temi emersi dall'analisi di materialità costituiscono il riferimento per la rendicontazione di sostenibilità del Consorzio. Nei capitoli successivi

vi vengono illustrati gli ambiti di intervento e le principali iniziative attraverso cui tali temi sono presidiati.

2.3 INFORMAZIONI AMBIENTALI

La dimensione ambientale rappresenta una componente rilevante del percorso di sostenibilità del Consorzio, in quanto riflette la responsabilità dell'Ente nella gestione degli impatti derivanti dalle proprie attività operative, infrastrutturali e organizzative.

Nel percorso di analisi di materialità, tale dimensione ha evidenziato quali ambiti prioritari di inter-

vento e monitoraggio: energia (ESRS E1) e rifiuti ed economia circolare (ESRS E5).

L'attenzione agli aspetti ambientali non è interpretata come mero adempimento normativo, ma come componente della governance e del sistema di gestione dei rischi, in coerenza con i principi di miglioramento continuo, efficienza operativa e responsabilità istituzionale.

ENERGIA E MITIGAZIONE CLIMATICA (ESRS E1)

L'energia rappresenta il principale fattore di impatto ambientale diretto del Consorzio. In assenza di allacciamento al metanodotto, i consumi energetici risultano riconducibili prevalentemente all'energia elettrica.

La riduzione dei consumi elettrici nel periodo 2024-2025 riflette gli interventi di efficientamento energetico realizzati.

Tra questi rientra l'installazione dell'impianto fotovoltaico (168 pannelli, potenza nominale circa 73 kW), unitamente alla conversione dell'illuminazione a LED e al monitoraggio dei consumi per fasce orarie.

La produzione stimata dell'impianto consentirà di coprire una quota significativa del fabbisogno energetico annuale, riducendo il prelievo dalla rete e il contributo indiretto alle emissioni climalteranti.

In termini di logica IRO:

- l'impatto principale riguarda i consumi elettrici e le emissioni indirette associate;
- i rischi sono connessi alla volatilità dei costi energetici e all'evoluzione normativa;
- le opportunità riguardano la riduzione strutturale dei costi, la resilienza energetica e il rafforzamento reputazionale.

Tema	Attività della catena del valore	Indicatore	Valore
Energia	Attività infrastrutturali	Consumi elettrici 2024	404.202 kWh
		Consumi elettrici 2025	350.011 kWh
		Variazione consumi	-13,4%
		Spesa energetica 2024	Euro 87.446,87
		Spesa energetica 2025	Euro 81.978,57

Energia responsabile. Investire oggi per ridurre l'impatto di domani.

Attraverso l'impianto fotovoltaico, l'efficientamento degli impianti e il monitoraggio sistematico dei consumi, riduciamo l'impatto climatico diretto della sede e rafforziamo la resilienza energetica dell'organizzazione.

RIFIUTI ED ECONOMIA CIRCOLARE (ESRS E5)

La gestione dei rifiuti costituisce il secondo ambito ambientale materiale, prevalentemente collegato

alle attività amministrative, documentali e di gestione della sede.

Tema	Attività della catena del valore	Indicatore	Valore
Rifiuti	Assetto istituzionale e Direzione strategica. Struttura organizzativa e gestione delle risorse umane	Rifiuti totali 2024	7.896 kg
		Rifiuti totali 2025	33.437 kg
		% raccolta differenziata 2024	37,8%
		% raccolta differenziata 2025	60,3%

L'incremento dei quantitativi complessivi nel 2025 è riconducibile a operazioni straordinarie di riordino e smaltimento documentale, nonché alla piena tracciabilità dei flussi introdotta nel corso dell'anno. Il dato non riflette un aumento strutturale della produzione di rifiuti, ma una maggiore accuratezza nella rilevazione e la gestione degli stock pregressi.

Parallelamente, l'aumento della percentuale di raccolta differenziata indica un miglioramento strutturale nella gestione dei rifiuti e nel presidio dei processi di separazione, tracciabilità e conferimento.

Le azioni di prevenzione e riduzione dei rifiuti si inseriscono in un percorso volto a rafforzare la digitalizzazione e a limitare progressivamente il ricorso al supporto cartaceo.

In termini di logica IRO:

- l'impatto principale riguarda i consumi elettrici e le emissioni indirette associate;
- i rischi sono connessi alla volatilità dei costi energetici e all'evoluzione normativa;
- le opportunità riguardano la riduzione strutturale dei costi, la resilienza energetica e il rafforzamento reputazionale.

Gestire le risorse. Ridurre gli sprechi. Migliorare i processi.

La crescita della raccolta differenziata e il rafforzamento della tracciabilità dei rifiuti testimoniano un approccio orientato alla prevenzione, alla conformità normativa e al miglioramento continuo, nella logica di un'economia più efficiente e responsabile.

SISTEMA DI GESTIONE AMBIENTALE E COMPLIANCE

Nel corso del 2025 sono state affrontate e risolte diverse criticità emerse in sede di verifica della conformità alla normativa ambientale vigente ed è stato compiuto un primo significativo avanzamento nel percorso di certificazione del Sistema di Gestione Ambientale secondo la norma UNI EN ISO 14001:2015.

Nel mese di dicembre è stato svolto l'audit di "Stage One", conclusosi con esito positivo. L'audit ha evidenziato l'impegno della Direzione sui temi ambientali, evidenziando in particolare la completezza e la solidità dell'analisi di conformità legislativa. Sono stati individuati alcuni aspetti di miglioramento che saranno oggetto di completamento in vista dello "Stage Two", pianificato per maggio 2026.

A regime, l'implementazione del sistema di gestione ambientale, integrato con i sistemi qualità e sicurezza, consentirà un monitoraggio strutturato non solo degli aspetti ambientali connessi agli immobili del Consorzio, ma anche di quelli legati alle attività sulle quali il Consorzio esercita un'influenza, rafforzando ulteriormente l'approccio integrato alla sostenibilità.

L'adozione di un Sistema di Gestione Ambientale formalizzato consente di strutturare in modo sistematico:

- l'identificazione degli aspetti ambientali;
- la valutazione degli impatti e dei rischi;
- il monitoraggio delle performance;
- la verifica della conformità legislativa.

Il sistema è concepito in integrazione con il Sistema Qualità (ISO 9001) e con il Sistema Salute e Sicurezza (ISO 45001), rafforzando la coerenza complessiva della governance e il presidio dei profili di responsabilità amministrativa ai sensi del D.Lgs. 231/2001.

Nel complesso, la dimensione ambientale evidenzia il progressivo rafforzamento dell'approccio del Consorzio, che integra misurazione delle performance, controllo dei rischi, interventi di efficientamento e consolidamento della compliance normativa.

Gli aspetti ambientali non risultano quindi confinati alla dimensione tecnica o operativa, ma assumono una valenza strategica all'interno del modello di governance e del sistema di sostenibilità del Consorzio.

2.4 INFORMAZIONI SOCIALI

La dimensione sociale è un pilastro fondamentale dell'impegno del Consorzio verso una sostenibilità integrata e di lungo periodo. Essa esprime la responsabilità del Consorzio nei confronti delle persone, delle comunità e di tutti i soggetti con cui interagisce, contribuendo a rafforzare la solidità e la credibilità della sua azione.

Nel percorso di analisi di materialità, la dimensione sociale ha evidenziato come ambiti prioritari di intervento e monitoraggio: la forza lavoro propria (ESRS S1), le comunità interessate (ESRS S3), i consumatori e utilizzatori finali (ESRS S4).

La sostenibilità sociale si esprime attraverso l'attenzione alla qualità delle condizioni di lavoro, al rispetto dei diritti, alla promozione delle pari opportunità, alla tutela della salute e della sicurezza, nonché al dialogo trasparente con gli stakeholder. Tali ambiti rappresentano elementi essenziali per garantire coerenza tra i valori istituzionali del Consorzio e le pratiche effettivamente adottate.

In questo quadro, il presidio degli aspetti sociali non è inteso come adempimento formale, ma come parte integrante del sistema di responsabilità complessiva del Consorzio.

La presente sezione approfondisce pertanto le principali aree di impatto sociale, con riferimento sia alla dimensione interna dell'organizzazione sia alle relazioni con i soggetti esterni, offrendo una visione organica dell'impegno assunto dal Consorzio nei diversi ambiti di rilevanza sociale.

IL PERSONALE DEL CONSORZIO (ESRS S1)

Le persone costituiscono un asset strategico per il Consorzio, contribuendo all'efficacia operativa, alla coerenza istituzionale e alla continuità dell'azione. La qualità delle competenze e l'impegno professionale costituiscono leve essenziali per garantire servizi efficienti e soluzioni innovative e orientate al miglioramento continuo.

Consapevole di tale centralità, il Consorzio pro-

muove una cultura organizzativa sostenibile, inclusiva e partecipativa, fondata sul rispetto reciproco, sulla valorizzazione delle competenze e sulla tutela della salute e della sicurezza. L'attenzione al benessere delle persone si traduce in politiche e pratiche volte a garantire condizioni di lavoro eque e trasparenti, stabilità occupazionale, sviluppo professionale e prevenzione di ogni forma di discriminazione, favorendo al contempo un adeguato equilibrio tra vita professionale e personale.

In questo quadro, il capitale umano è considerato una leva imprescindibile per la competitività sostenibile di lungo periodo. Il monitoraggio

costante degli indicatori relativi alla forza lavoro consente inoltre di valutare in modo oggettivo la composizione del personale e le dinamiche occupazionali, assicurando trasparenza e coerenza nella gestione delle risorse umane.

Condizioni di lavoro

Negli ultimi anni l'organico del Consorzio ha registrato una crescita graduale e costante, passando da 67 dipendenti nel 2022 a 68 nel 2023, 71 nel 2024, fino a raggiungere 72 unità nel 2025 con una sostanziale prevalenza di rapporti di lavoro a tempo pieno rispetto al part-time e una struttura occupazionale stabile.

Tema	Attività della catena del valore	Indicatore	Valore
Condizioni di lavoro	Assetto istituzionale e direzione strategica Struttura organizzativa e gestione delle risorse umane	Numero totale dipendenti*	72
		Numero totale dipendenti (FTE**)	69,8
		FTE donne	26,6
		FTE uomini	43,2
		Tipologia contrattuale dipendenti	CCNL Alimentare e Contrattazione di secondo livello
		Numero dipendenti full-time	65
		Numero dipendenti part-time	7
		Ore contrattuali medie settimanali full-time	40
		Ore contrattuali medie settimanali part-time	27,5

* Numero persone con contratto di lavoro attivo a fine anno

** Forza lavoro complessiva convertita in unità a tempo pieno

L'orario medio settimanale conferma un modello organizzativo orientato alla continuità operativa e alla stabilità occupazionale. Con riferimento alla tipologia contrattuale, l'applicazione del CCNL Alimentare integrato dalla contrattazione di secondo livello garantisce un quadro normativo chiaro e strutturato

in materia di trattamento economico e condizioni di lavoro, rafforzando la tutela dei dipendenti e la coerenza con gli standard di settore. La composizione per genere evidenzia una prevalenza maschile. Tuttavia, l'impegno del Consorzio per una maggiore rappresentanza femminile è già in corso.

Salute e sicurezza

L'attenzione alla salute e sicurezza sul lavoro costituisce un elemento centrale dell'impegno del Consorzio nella tutela delle persone. La prevenzione di infortuni e malattie professionali non rappresenta solo un obbligo normativo, ma un principio di responsabilità gestionale che incide positivamente

sul benessere dei lavoratori e sull'efficacia complessiva dell'organizzazione. Ambienti di lavoro sicuri contribuiscono, infatti, a ridurre l'assenteismo, migliorare il clima interno, rafforzare il senso di appartenenza e consolidare la reputazione del Consorzio nei confronti degli stakeholder.

Tema	Attività della catena del valore	Indicatore	Valore
Salute e sicurezza sul lavoro	Assetto istituzionale e direzione strategica Struttura organizzativa e gestione delle risorse umane	Numero infortuni sul lavoro	-
		Numero infortuni con assenza (n.)	-
		Numero infortuni senza assenza (n.)	-
		Giorni di assenza per infortunio (n.)	-
		Quasi-infortuni segnalati (n.)	-
		Ore formazione salute e sicurezza	194
		Ore formazione sicurezza obbligatoria (totale)	194
		Ore formazione sicurezza per dipendente coinvolto (media)	64,3

In questa prospettiva, il Consorzio ha avviato il percorso per l'ottenimento della certificazione UNI EN ISO 45001, standard internazionale per i Sistemi di Gestione della Salute e Sicurezza sul Lavoro. L'adozione di tale modello consente di strutturare

in modo sistematico le attività di prevenzione e controllo dei rischi, favorendo un approccio basato sul miglioramento continuo e sulla piena integrazione con gli altri sistemi di gestione già adottati.

Proteggere le persone. Rafforzare l'organizzazione.

La tutela della salute e sicurezza dei lavoratori è parte integrante della nostra governance. Attraverso un sistema strutturato e certificabile, rafforziamo prevenzione, controllo dei rischi e coinvolgimento attivo delle persone.

L'obiettivo è quello di assicurare coerenza e sinergia tra il Sistema di Gestione Ambientale (certificato UNI EN ISO 14001), il Sistema di Gestione per la Qualità (certificato UNI EN ISO 9001:2015) e il Sistema di Gestione per la Salute e Sicurezza sul Lavoro, in un'ottica di governance integrata. La norma UNI EN ISO 45001 si fonda sul ciclo di mi-

glioramento continuo e attribuisce un ruolo centrale alla leadership della Direzione, alla consultazione e partecipazione attiva dei lavoratori e al coinvolgimento delle parti interessate, quali clienti e fornitori. L'implementazione di tale sistema non solo rafforza la tutela dei lavoratori, ma consente anche di accedere a benefici economici, come la

riduzione dei premi assicurativi INAIL, e può contribuire a rafforzare il presidio dei profili di responsabilità amministrativa ai sensi del D.Lgs. 231/2001.

L'andamento delle rilevazioni negli ultimi anni evidenzia un significativo miglioramento: a fronte di un infortunio registrato sia nel 2022 (88 ore di assenza) sia nel 2023 (120 ore di assenza), nel corso del 2024 e del 2025 non si sono verificati infortuni né ore di assenza, a conferma di un progressivo

rafforzamento delle misure di prevenzione e tutela della sicurezza.

Nel corso del 2025 sono state effettuate con regolarità le attività di formazione e aggiornamento obbligatorie, le visite di sorveglianza sanitaria e le verifiche periodiche dei dispositivi antincendio e di primo soccorso, nel rispetto di quanto previsto dal D.Lgs. 81/2008. Si è inoltre svolta la riunione periodica del Servizio di Prevenzione e Protezione.

Parità e inclusione

Tema	Attività della catena del valore	Indicatore	Valore
Parità di trattamento, pari opportunità, diversità e inclusione	Assetto istituzionale e direzione strategica Struttura organizzativa e gestione delle risorse umane	Dipendenti donne (n.)	27
		Dipendenti uomini (n.)	45
		Dipendenti non-binari/altro (n.)	N.D.
		% donne sul totale	37,5%
		Presenza policy pari opportunità	Sì
		Segnalazioni discriminazione ricevute (n.)	-
		Segnalazioni chiuse (n.)	-

Nel periodo 2022-2025 si rileva un progressivo rafforzamento della parità di genere all'interno dell'organico: a fronte di una componente maschile sostanzialmente stabile (46 uomini nel 2022, 44 nel 2023, 46 nel 2024 e 45 nel 2025), la presenza femminile è cresciuta in modo costante, passando da 21 donne nel 2022 a 27 nel 2025, evidenziando un graduale riequilibrio della composizione di genere.

Il Consorzio ha progressivamente rafforzato il proprio impegno in materia di parità di genere, valorizzazione delle diversità ed empowerment femminile, formalizzandolo attraverso l'adozione di una Policy interna e di un sistema di gestione conforme alla UNI/PdR 125:2022.

Il modello prevede la misurazione periodica delle performance attraverso indicatori relativi a cultura

e strategia, governance, processi HR, opportunità di crescita e inclusione, equità remunerativa e tutela della genitorialità, consentendo un monitoraggio continuo del livello di maturità organizzativa e un miglioramento progressivo delle pratiche adottate. Nel 2025 è stato confermato il mantenimento della certificazione da parte dell'ente accreditato.

La presenza di una Policy formalizzata in materia di pari opportunità rappresenta un elemento strutturale significativo, in quanto testimonia l'adozione di un approccio organizzato e sistematico al tema. Nel complesso, gli indicatori mostrano un contesto privo di criticità segnalate, ma caratterizzato da margini di miglioramento in termini di equilibrio di genere, da perseguire attraverso strumenti di governance e politiche attive già avviate dal Consorzio.

In coerenza con la Policy per la Parità di genere, il Consorzio presidia in particolare i seguenti ambiti:

Attenzioni specifiche alla parità di genere

Selezione ed assunzione

Gestione della carriera

Equità salariale

Genitorialità e cura

Conciliazione dei tempi vita-lavoro

Prevenzione abusi e molestie

Linguaggio inclusivo e non discriminatorio

Fonte: Policy per la Parità di genere (aggiornamento 2025)

Al fine di promuovere e monitorare l'effettiva attuazione degli obiettivi in materia di parità di genere, il Consorzio ha istituito un Comitato Guida con funzioni di indirizzo e controllo, incaricato an-

che di raccogliere eventuali segnalazioni o suggerimenti relativi a situazioni di discriminazione o comportamenti non conformi ai principi di inclusione e rispetto.

La parità non è un principio astratto. È una scelta organizzativa.

Integriamo la parità di genere nei nostri processi, nelle politiche interne e nella governance, promuovendo un ambiente equo, inclusivo e orientato al miglioramento continuo.

Particolare attenzione è, inoltre, riservata alla tutela della genitorialità e alla conciliazione tra vita professionale e personale. Il Consorzio promuove strumenti organizzativi volti a favorire un adeguato equilibrio tra impegni lavorativi ed esigenze familiari, quali forme di flessibilità oraria e modalità di lavoro agile, anche in situazioni specifiche come la gravidanza. Tali misure, integrate nel quadro delle politiche interne e degli strumenti di regolazione applicabili, contribuiscono a creare condizioni di lavoro più eque e sostenibili, sostenendo la per-

manenza e la crescita professionale delle persone all'interno dell'organizzazione.

Nel complesso, l'impegno del Consorzio in materia di parità di genere si configura come un percorso strutturato, trasparente e orientato al miglioramento continuo, coerente con una visione di sostenibilità che integra equità, responsabilità e performance organizzativa, ponendosi al contempo come riferimento anche per le realtà collegate al sistema consortile.

Equilibrio tra vita e lavoro: una responsabilità, non un'opzione.

Attraverso strumenti di conciliazione e tutela della genitorialità, sosteniamo il benessere delle persone, rafforzando stabilità, motivazione e qualità organizzativa.

Formazione

L'aggiornamento continuo e lo sviluppo delle competenze costituiscono una leva strategica per il Consorzio, in quanto contribuiscono non solo al rafforzamento delle conoscenze necessarie allo svolgimento delle attività operative, ma anche alla crescita professionale e alla motivazione delle persone. La formazione risponde infatti, da un lato, all'esigenza di migliorare l'efficienza organizzativa, garantire l'adeguamento a evoluzioni normative e tecnologiche e accompagnare l'introduzione di nuovi processi. Dall'altro, rappresenta uno strumento di valorizzazione del capitale umano, favorendo il coinvolgimento attivo, stimolando la responsabilizzazione individuale e promuovendo un approccio più flessibile e propositivo nell'affrontare le trasformazioni interne ed esterne.

In un contesto caratterizzato da elevata specializzazione tecnica, attenzione alla conformità normativa e crescente digitalizzazione dei processi, l'investimento nelle competenze rappresenta un fattore abilitante per garantire continuità operativa e affidabilità.

Nel 2025 sono state erogate complessivamente più di quattromila ore di formazione, delle quali circa

1.500 specificamente rivolte alla formazione sui sistemi informatici. Il dato conferma un presidio costante dello sviluppo professionale del personale, con particolare attenzione alle competenze tecniche e all'integrazione di soluzioni innovative, incluse applicazioni di intelligenza artificiale.

Le ore dedicate alla formazione normativa e compliance risultano più contenute in termini quantitativi, ma rivestono un ruolo essenziale nel presidio dei requisiti legislativi e regolamentari. Non risultano, nel periodo considerato, ore specificamente rendicontate come formazione ESG/qualità in quanto categoria autonoma; in prospettiva, potrà essere valutata una maggiore strutturazione di tali percorsi, in coerenza con l'evoluzione delle richieste normative e delle aspettative degli stakeholder.

L'analisi del triennio 2023- 2025 evidenzia un progressivo consolidamento delle politiche formative, con un incremento della formazione obbligatoria e una maggiore focalizzazione su interventi specialistici ad alto valore aggiunto. La formazione si configura così non solo come aggiornamento tecnico, ma come leva di stabilità e sviluppo organizzativo nel medio-lungo periodo.

Tema	Attività della catena del valore	Indicatore	Valore
Formazione e sviluppo	Struttura organizzativa e gestione delle risorse umane	Ore totali di formazione erogate	3.981
		Ore formazione tecnica (totale)	3.966
		Ore formazione normativa/compliance (totale)	15
		Ore formazione ESG/qualità (totale)	-
		Ore formazione per dipendente (media)	56,2
		Tipologia formazione (tecnica/normativa/ESG)	AI*, utilizzo dispositivi
		Investimenti economici in formazione (euro)	33.040
		Costo formazione interna (euro)	-
		Costo formazione esterna (euro)	33.040
		Rimborsi/finanziamenti formazione ricevuti (euro)	-

*AI: Artificial intelligence

PARTECIPAZIONE, RAPPRESENTANZA E TUTELA (ESRS S1, ESRS S2)

La condivisione di principi e regole fondamentali rappresenta un presupposto per consolidare una cultura organizzativa improntata a responsabilità, correttezza e trasparenza. In tale prospettiva, il Consorzio si è dotato di un Codice Etico e Comportamentale che definisce i valori di riferimento e le responsabilità cui sono tenuti

amministratori, dirigenti, dipendenti e collaboratori. Il Codice costituisce uno strumento essenziale per orientare i comportamenti, promuovere l'integrità nello svolgimento delle attività e prevenire situazioni non conformi, rafforzando il senso di appartenenza e la coerenza con i principi istituzionali.

Tema	Attività della catena del valore	Indicatore	Valore
Diritti sindacali e dialogo sociale. Meccanismi di reclamo	Assetto istituzionale e direzione strategica Struttura organizzativa e gestione delle risorse umane	Canali di segnalazione attivi	Whistleblowing
		Numero reclami ricevuti	-
		Reclami/segnalazioni da dipendenti (n.)	-
		Reclami/segnalazioni da stakeholder esterni (n.)	-
		Reclami chiusi nell'anno (n.)	-
		Reclami aperti a fine anno (n.)	-
		Modalità di gestione dei reclami	Raccolta whistleblowing e richiesta di incontro HR

L'assenza di segnalazioni, unita alla presenza di canali formali di segnalazione, evidenzia un contesto organizzativo privo di criticità rilevanti, nel rispetto dell'impegno del Consorzio a garantire accessibilità, tutela e trasparenza nell'utilizzo dei canali di dialogo e di gestione delle eventuali non conformità. I componenti dell'Organismo di Vigilanza (OdV) ricoprono, ai sensi del D.Lgs. 24/2023, anche il ruolo di gestori del canale interno di whistleblowing, ossia il sistema che consente a dipendenti e soggetti collegati all'organizzazione

di segnalare in modo riservato eventuali comportamenti illeciti o irregolarità riscontrati nell'ambito dell'attività lavorativa. I membri dell'OdV sono stati formalmente autorizzati al trattamento dei dati personali per le finalità connesse alla gestione delle segnalazioni e allo svolgimento del loro incarico. Tale sistema garantisce protezione alle persone che, nell'ambito del proprio contesto lavorativo, riportano comportamenti illeciti o situazioni potenzialmente lesive dell'interesse pubblico o dell'integrità organizzativa.

La fiducia nasce dall'ascolto.

Garantiamo canali formali di segnalazione attivi e accessibili per rafforzare la cultura della responsabilità e della trasparenza.

COMUNITÀ INTERESSATE: IMPATTI ECONOMICI E SOCIO-AMBIENTALI (ESRS S3)

L'azione del Consorzio si sviluppa all'interno di un contesto territoriale e istituzionale con cui intrattiene relazioni strutturate, in coerenza con la propria missione di tutela, rappresentanza e valorizzazione della DOP. La dimensione sociale dell'attività consortile comprende l'attenzione agli effetti generati sulle comunità locali e sui contesti nei quali il Consorzio opera o esercita la propria influenza. Il dialogo con le istituzioni,

la collaborazione con soggetti pubblici e privati e la partecipazione a iniziative di interesse collettivo rappresentano modalità attraverso cui il Consorzio contribuisce alla valorizzazione del territorio, al rafforzamento delle relazioni tra gli attori della filiera e alla crescita del capitale sociale, coerentemente con i principi di trasparenza e responsabilità tipici della missione istituzionale.

Tema	Attività della catena del valore	Indicatore	Valore
Impatti economici locali	<p>Assetto istituzionale e direzione strategica</p> <p>Struttura organizzativa e gestione delle risorse umane</p> <p>Attività infrastrutturali</p>	<p>Contributo diretto del Consorzio all'economia del territorio attraverso l'occupazione, l'utilizzo di fornitori locali, i servizi acquistati e le attività istituzionali svolte presso la sede di Desenzano.</p>	<p>Highlights economico finanziari (1.1)</p> <p>Decisioni di allocazione delle risorse (1.3.1.)</p> <p>Occupazione diretta (1.3.2.)</p> <p>Patrimonio immobiliare, fornitori, manutenzioni (1.3.3.)</p>
Impatti sociali e ambientali sulle comunità	<p>Struttura organizzativa e gestione delle risorse umane</p> <p>Attività infrastrutturali</p> <p>Tutela del marchio e della DOP</p> <p>Informazione e promozione</p> <p>Servizi</p>	<p>Effetti diretti delle attività del Consorzio sulle comunità locali, in termini di relazioni istituzionali, iniziative informative, eventi, utilizzo delle risorse e presenza sul territorio.</p>	<p>Gestione rifiuti, interventi sugli assets, sicurezza (1.3.3.)</p> <p>Certificazioni interne (1.3.2. - 1.4.1.)</p> <p>Iniziative di pubblica utilità e valorizzazione territoriale (1.4.2 - 1.4.3)</p>
Coinvolgimento e consultazione	<p>Assetto istituzionale e direzione strategica</p> <p>Tutela del marchio e della DOP</p> <p>Informazione e promozione</p>	<p>Modalità con cui il Consorzio coinvolge e consulta i propri stakeholder istituzionali e territoriali (soci, enti, istituzioni, media), favorendo il dialogo, lo scambio informativo e la partecipazione consapevole.</p>	<p>Rappresentanza istituzionale strutturata (1.3.1)</p> <p>Presidio diretto della DOP (1.4.1.)</p> <p>Consultazione e dialogo con gli stakeholder (1.4.2. - 2.2.)</p> <p>Dialogo istituzionale strutturato e partecipazione ai processi regolatori (1.4.1. - 2.5.)</p>

Il Consorzio riconosce la rilevanza dei propri impatti sulle comunità locali sotto tre profili principali: economico, socio-ambientale e relazionale.

Dal punto di vista economico, il contributo si manifesta attraverso l'occupazione diretta, il ri-

corso a fornitori e servizi locali e lo svolgimento delle attività istituzionali presso la sede di Desenzano. Tali elementi delineano un impatto positivo e tangibile sull'economia del territorio, sebbene circoscritto alla dimensione organizzativa del Consorzio. Accanto a questa dimen-

sione, il Consorzio genera ulteriori effetti che producono impatti indiretti rilevanti sulla filiera e sul contesto territoriale in termini di creazione di valore economico nel medio-lungo termine. Si tratta di impatti sistemici riconducibili alle attività di tutela del marchio e della denominazione, di vigilanza e contrasto alle frodi, di supporto ai consorziati, di promozione e valorizzazione della DOP sui mercati nazionali e internazionali, nonché di coordinamento istituzionale e rappresentanza presso enti e autorità competenti. Gli impatti sociali e ambientali generati dal Consorzio si articolano su una dimensione diretta, riconducibile alle attività svolte dalla struttura consortile e alla gestione delle proprie risorse e infrastrutture finalizzate a generare benefici immediati per la comunità e il territorio, e una dimensione indiretta, derivante dall'azione di indirizzo, supporto tecnico e ricerca scientifica che incide sull'evoluzione qualitativa e sostenibile della filiera produttiva generando benefici

che si estendono oltre il perimetro organizzativo del Consorzio.

Le attività di governance, tutela e dialogo istituzionale sono qualificate come impatti diretti in quanto espressione di processi formalizzati e strutturati di rappresentanza, consultazione e presidio degli interessi collettivi, esercitati direttamente dal Consorzio attraverso i propri organi e le proprie funzioni operative. Tali attività garantiscono partecipazione, trasparenza decisionale e interlocuzione istituzionale rafforzando il ruolo del Consorzio come soggetto di raccordo e coordinamento nel contesto di riferimento. Il Consorzio genera, inoltre, impatti sistemici riconducibili alla coesione tra gli operatori della filiera, al miglioramento della qualità del quadro regolatorio di riferimento e alla crescita della legittimazione sociale della DOP, contribuendo alla stabilità e alla resilienza del sistema nel medio-lungo periodo.

Il territorio è parte del nostro valore.

Contribuiamo all'economia locale, coltiviamo relazioni con le comunità e promuoviamo un dialogo costante con gli stakeholder affinché il nostro ruolo diventi valore per il territorio.

TRASPARENZA INFORMATIVA E TUTELA DEI DIRITTI DEGLI INTERLOCUTORI (ESRS S4)

La fiducia dei consumatori e degli stakeholder è un elemento centrale per la reputazione e la legittimazione del Consorzio. Garantire correttezza, chiarezza e affidabilità nelle informazioni rappresenta un impegno prioritario, in linea con i principi di tutela e valorizzazione della denominazione, nonché con il dovere di assicurare una gestione responsabile e sicura dei dati personali trattati. L'attenzione verso i destinatari delle

proprie attività si traduce nella vigilanza sull'uso corretto del marchio, nella promozione di una comunicazione trasparente e verificabile, nella prevenzione di pratiche ingannevoli e nel rispetto della normativa in materia di protezione dei dati e privacy. In questo modo, il Consorzio contribuisce a consolidare un rapporto fondato su credibilità, qualità percepita, tutela dei diritti e salvaguardia dell'interesse collettivo.

Tema	Attività della catena del valore	Indicatore	Valore
Informazione corretta e trasparente	Assetto istituzionale e direzione strategica Tutela del marchio e della DOP Informazione e promozione	Responsabilità del Consorzio nel garantire comunicazioni accurate, chiare e verificabili relative alle proprie attività, al ruolo istituzionale e alla tutela della denominazione, evitando informazioni fuorvianti o incomplete.	Trasparenza decisionale, ruoli e responsabilità (1.3.1.) Contrasto a utilizzi e comunicazioni illecite (1.4.1.) Gestione dei contenuti informativi verso gli stakeholder (1.4.2.) Rilevanza delle informazioni rendicontate (2.2.)
Protezione dei dati e privacy	Assetto istituzionale e direzione strategica Attività infrastrutturali Tutela del marchio e della DOP	Gestione corretta e sicura dei dati personali trattati dal Consorzio (dipendenti, consorziati, stakeholder), nel rispetto della normativa sulla privacy e dei principi di riservatezza e sicurezza delle informazioni.	Responsabilità di governance e presidi di controllo (1.3.1. - 2.5) Sistemi informativi (1.3.3.) Gestione documentale e tracciabilità; certificazioni di qualità (1.4.1.)

La correttezza e la trasparenza delle informazioni, oltre che le politiche di protezione dei dati personali, rientrano nella sfera della credibilità istituzionale e della fiducia che il Consorzio è chiamato a costruire e mantenere nei confronti dei propri interlocutori. L'attenzione a una comunicazione accurata, chiara e verificabile riflette

l'impegno del Consorzio nel garantire trasparenza e coerenza rispetto al proprio ruolo istituzionale. Evitare informazioni fuorvianti o incomplete non rappresenta soltanto un dovere formale, ma un elemento essenziale per preservare l'integrità del marchio e rafforzare il rapporto di fiducia con gli stakeholder.

Trasparenza e tutela come impegno quotidiano.

Promuoviamo una comunicazione trasparente e una gestione dei dati improntata a sicurezza e rispetto dei diritti.

Parimenti, la protezione dei dati e il rispetto della normativa in materia di privacy costituiscono un presidio fondamentale nella gestione delle informazioni relative a dipendenti e altri soggetti coinvolti. La corretta gestione dei dati personali, improntata ai principi di riservatezza e sicurezza, contribuisce a tutelare i diritti delle persone e a

consolidare la reputazione dell'organizzazione. Nel complesso, i temi evidenziati delineano un approccio improntato a responsabilità, trasparenza e conformità normativa, elementi che rafforzano la legittimazione istituzionale del Consorzio e la qualità delle relazioni con i propri interlocutori.

2.5 INFORMAZIONI SULLA GOVERNANCE

La dimensione di governance rappresenta il fondamento dell'azione istituzionale del Consorzio e la struttura attraverso cui vengono definiti indirizzi strategici, regole di comportamento, presidi di controllo e meccanismi di responsabilità.

Una governance solida garantisce coerenza tra missione consortile, obiettivi strategici e operatività quotidiana, nel rispetto dei principi di legalità, integrità, trasparenza e trasparenza. In tale prospettiva, la governance è intesa come infrastruttura strate-

gica per la creazione di valore sostenibile e per il consolidamento della fiducia degli stakeholder.

La presente sezione approfondisce i principali ambiti di governance emersi percorso di analisi di materialità, con particolare riferimento a:

- etica e integrità;
- relazioni istituzionali e attività di lobbying;
- protezione dei dati personali e sicurezza delle informazioni.

Governare con integrità. Agire con trasparenza. Tutelare la fiducia.

La governance del Consorzio si fonda su regole chiare, responsabilità definite e presidi di controllo efficaci. Attraverso l'integrazione di etica, trasparenza istituzionale e protezione dei dati, l'organizzazione consolida la propria affidabilità e garantisce una gestione coerente con i principi della sostenibilità nel lungo periodo.

ETICA E INTEGRITÀ (ESRS G1)

L'integrità è un principio cardine dell'azione del Consorzio. Il rispetto delle norme, la correttezza dei comportamenti e la prevenzione di fenomeni corruttivi costituiscono presupposti essenziali per garantire credibilità istituzionale e solidità organizzativa nel lungo periodo.

Il Consorzio promuove una cultura etica attraverso strumenti formali e attività di sensibilizzazione, assicurando che i principi di trasparenza e responsabilità siano integrati nei processi decisionali e operativi.

Tema	Attività della catena del valore	Indicatore	Valore
Etica e integrità	Assetto istituzionale e direzione strategica	Esistenza Codice Etico	Sì
		Numero violazioni accertate	-
		Violazioni Codice Etico (n.)	-
		Violazioni anticorruzione (n.)	-
		Sanzioni disciplinari correlate (n.)	-

Il sistema di controllo interno è rafforzato dall'adozione del Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ai sensi del D.Lgs. 231/2001, volto a prevenire la commissione dei reati presupposto e a presidiare i rischi di natura amministrativa e penale. Il Consorzio ha adottato un Modello

di organizzazione, gestione e controllo sin dal 2009.

Il Modello è periodicamente aggiornato in funzione dell'evoluzione normativa e organizzativa ed è sottoposto alla vigilanza di un Organismo di Vigilanza (OdV) dotato di autonomi poteri di

iniziativa e controllo. L'OdV monitora l'efficacia del sistema di prevenzione, riceve eventuali segnalazioni (anche tramite canali dedicati di whistleblowing) e riferisce agli organi di governo in merito alle attività svolte.

L'Organismo di Vigilanza (OdV), nella composizione nominata con delibera del Consiglio di amministrazione del 21 maggio 2024, 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'OdV ha facoltà di partecipare, a sua discrezione, il Presidente del Collegio Sindacale, Dott. Francesco Landriscina, al fine di garantire il necessario coordinamento con l'Organo di Controllo. Ha inoltre preso parte alle attività dell'OdV il Caposervizio Affari Legali del Consorzio, Dott. Alessandro Chiarini, incaricato di fornire supporto e collaborazione all'Organismo di Vigilanza, come da delibera del Consiglio di amministrazione del 21 maggio 2024.

Il Consiglio di amministrazione, nella seduta del 5 dicembre 2023, ha approvato l'aggiornamento del Modello di organizzazione, gestione e controllo, che, unitamente al Codice Etico, costituisce il presidio adottato dal Consorzio per la prevenzione dei reati rilevanti ai sensi del D.Lgs. 231/2001.

Ai sensi dell'art. 6, comma 1, lett. a) del Decreto, compete al Consiglio di amministrazione l'adozione delle successive modifiche e integrazioni del Modello, al fine di garantirne nel tempo l'idoneità anche rispetto ai nuovi reati presupposto introdotti dal legislatore.

Aggiornamenti normativi e processo di adeguamento del modello

Successivamente all'ultimo aggiornamento del Modello, sono intervenute novità normative rilevanti che hanno ampliato e modificato il catalogo dei reati presupposto ai fini della responsabilità amministrativa degli enti, con particolare riferimento, tra l'altro, a:

- reati informatici e trattamento illecito dei dati;
- delitti contro la Pubblica Amministrazione;
- reati doganali e di contrabbando;

- reati ambientali;
- delitti contro gli animali;
- reati con finalità di terrorismo;
- violazioni delle misure restrittive dell'Unione Europea (sanzioni ed embarghi);
- utilizzo di sistemi di intelligenza artificiale quale circostanza aggravante di specifiche fattispecie di reato.

Tali interventi normativi hanno comportato anche l'introduzione di nuovi criteri di determinazione delle sanzioni, in alcuni casi parametrati al fatturato globale dell'ente, nonché un generale inasprimento del quadro sanzionatorio.

Alla luce di tali evoluzioni, il Consorzio ha avviato un processo strutturato di analisi preventiva, volto a:

- valutare l'applicabilità delle nuove fattispecie di reato alle attività consortili;
- verificare l'adeguatezza dei presidi di controllo già esistenti;
- individuare eventuali necessità di aggiornamento del Modello e dei protocolli di controllo;
- tenere conto di eventuali modifiche organizzative e operative intervenute nel tempo.

Attività dell'organismo di vigilanza

Nel periodo di riferimento l'Organismo di Vigilanza ha tenuto quattro riunioni, svolgendo le proprie funzioni di vigilanza e controllo, in particolare:

- analizzando i flussi informativi periodici trasmessi dalle principali funzioni aziendali coinvolte;
- effettuando verifiche autonome sui protocolli relativi a consulenze e prestazioni professionali, flussi finanziari, contributi pubblici, salute e sicurezza sul lavoro, rapporti con la Pubblica Amministrazione, attività di vigilanza e tutela del marchio, omaggi e sponsorizzazioni, gestione del personale e note spese;
- incontrando, in data 10 dicembre 2025, i responsabili della società di revisione e il Collegio Sindacale, al fine di un efficace coordinamento delle rispettive attività di controllo.

I componenti dell'OdV svolgono anche il ruolo di Gestori del canale interno di whistleblowing ai sensi del D.Lgs. 24/2023 e sono stati formalmente

autorizzati al trattamento dei dati personali per le finalità connesse allo svolgimento dell'incarico.

L'Organismo di Vigilanza ha definito e sottoposto preventivamente al Consiglio di amministrazione il proprio Piano annuale delle attività e ha relazionato periodicamente sull'attività svolta mediante apposite relazioni semestrali.

Esiti delle attività di controllo

Dalle verifiche effettuate non sono emerse anomalie o criticità rilevanti; è stato riscontrato il rispetto delle procedure interne da parte della struttura organizzativa.

Nel periodo considerato non sono pervenute all'Organismo di Vigilanza segnalazioni di illeciti o criticità attraverso il canale di whistleblowing ai sensi del D.Lgs. 24/2023.

Nel periodo di riferimento, il sistema di presidio dell'integrità si conferma coerente con gli standard normativi applicabili e con i principi di responsabilità istituzionale. L'assenza di violazioni accertate rappresenta un indicatore di solidità del sistema di controllo interno; qualora siano presenti segnalazioni o sanzioni, esse sono gestite attraverso procedure formalizzate, nel rispetto dei principi di proporzionalità e tracciabilità.

Prevenire. Responsabilizzare. Proteggere il valore.

L'etica è parte integrante della governance: strumenti formali, formazione e controlli garantiscono comportamenti coerenti, riducendo i rischi e rafforzando la credibilità istituzionale.



LOBBYING E RELAZIONI ISTITUZIONALI (ESRS G1)

Il Consorzio intrattiene relazioni istituzionali con enti pubblici, autorità di regolazione e organismi di rappresentanza al fine di tutelare e promuovere gli interessi collettivi degli associati, nel rispetto dei principi di trasparenza e correttezza.

Le attività di lobbying sono svolte in coerenza con la missione istituzionale e sono orientate a contribuire ai processi decisionali pubblici attraverso un dialogo tecnico e strutturato.

Tema	Attività della catena del valore	Indicatore	Valore
Lobbying e relazioni istituzionali	Assetto istituzionale e direzione strategica	Risorse dedicate alle relazioni istituzionali	2
		Personale interno dedicato (FTE)	-
		Consulenze esterne	Sì
		Spesa annua per consulenze di lobbying/ advocacy (euro)	circa 100.000 euro
		Numero incontri istituzionali/ consultazioni (n.)	10

Le attività di interlocuzione istituzionale sono svolte in modo strutturato e coerente con gli obiettivi statutari. La trasparenza nella rendicontazione delle risorse dedicate e degli incontri effettuati consente di rafforzare la credibilità del Consorzio e di prevenire rischi reputazionali connessi a pratiche non allineate ai principi di correttezza e responsabilità.

Nel corso dell'anno il Consorzio ha rafforzato il proprio presidio istituzionale a livello europeo attraverso una costante attività di interlocuzione e monitoraggio legislativo. L'impegno si è concretizzato in numerose missioni a Bruxelles e Strasburgo, nonché in rilevanti appuntamenti internazionali, tra cui la Conferenza Globale sulle Indicazioni Geografiche organizzata da FAO e Masaf a Roma, l'oriGIn Expert Meeting di Ginevra, la Conferenza agricola Nord America – Europa di Como e l'evento "Lombardia, Europa. Vincere la sfida della competitività".

Accanto alla presenza istituzionale, è stato assicurato un coordinamento continuativo con membri del Parlamento europeo, Commissioni

parlamentari (AGRI, SANT, ENVI, IMCO), Commissione europea e principali reti di rappresentanza settoriale, con particolare attenzione ai dossier relativi a Politica Agricola Comune, promozione agroalimentare, accordi commerciali (in particolare Mercosur), dazi statunitensi ed etichettatura nutrizionale.

Sul versante della Commissione europea è stata avviata un'interlocuzione con la Segreteria del Commissario italiano e con la DG AGRI in merito al Regolamento (UE) n. 1144/2014 e alla tutela delle Indicazioni Geografiche nei negoziati commerciali, in particolare sul dossier Mercosur. Infine, il patrocinio e la partecipazione alla Festa Nazionale promossa dall'Ambasciata d'Italia hanno inoltre consentito di creare relazioni di alto livello con stakeholder nazionali ed europei.

L'attività ha contribuito a consolidare il posizionamento del Consorzio quale interlocutore nel dibattito europeo sulle Indicazioni Geografiche, rafforzando le relazioni istituzionali e il presidio dei principali temi di interesse strategico per la DOP.

Dialogare. Rappresentare. Rendicontare.

Le attività di interlocuzione istituzionale sono svolte in modo tracciabile e coerente con la missione consortile, assicurando chiarezza, legittimità e tutela reputazionale.

PROTEZIONE DEI DATI E PRIVACY (ESRS G1)

La protezione dei dati personali e la sicurezza delle informazioni costituiscono elementi centrali della governance, in quanto strettamente connessi alla tutela dei diritti degli interessati e alla continuità operativa dell'organizzazione.

Il Consorzio garantisce la conformità al Regolamento (UE) 2016/679 (GDPR) attraverso l'adozione di misure tecniche e organizzative adeguate, nonché tramite il presidio di figure e funzioni dedicate alla gestione della privacy e della sicurezza informatica.

Tema	Attività della catena del valore	Indicatore	Valore
Protezione dati e privacy	Attività infrastrutturali	Conformità GDPR (DPO nominato, informative aggiornate)	Sì
		Numero data breach	-
		Data breach notificati al Garante (n.)	-
		Incidenti di sicurezza informatica senza data breach (n.)	-

Nel periodo di rendicontazione, il sistema di protezione dei dati è stato gestito in conformità alla normativa vigente. L'assenza di data breach notificati rappresenta un indicatore dell'efficacia delle misure di prevenzione adottate; la rileva-

zione e gestione di incidenti informatici, anche in assenza di violazioni di dati personali, contribuisce a rafforzare la resilienza dell'infrastruttura digitale.

Proteggere. Garantire. Preservare.

La gestione dei dati personali è presidiata attraverso misure organizzative e tecniche adeguate, a tutela dei diritti degli interessati e della continuità operativa.

Parte 3

ALTRE INFORMAZIONI DI CUI ALL'ART. 2428 C.C.



RAPPORTI CON ALTRE SOCIETÀ

Il Consorzio di Tutela 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 2025 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.

Alla data del 28 febbraio 2026 la Posizione Finanziaria Netta del Consorzio evidenzia un indebitamento netto pari a euro 479 migliaia, a fronte di disponibilità liquide per euro 2.378 migliaia (euro 2.712 migliaia al 28 febbraio 2025).

Alla medesima data il Consorzio dispone inoltre di linee di credito accordate e non utilizzate per circa euro 24,2 milioni, ritenute ampiamente sufficienti a garantire la copertura dei fabbisogni finanziari e ad escludere rischi di tensione di liquidità nell'orizzonte dei prossimi dodici mesi.

EVOLUZIONE PREVEDIBILE DELLA GESTIONE

La produzione di Grana Padano nei primi 2 mesi dell'esercizio 2026 è stata pari a 1.100.201 forme, contro le 1.047.920 del 2025, con un incremento del 4,99%.

In relazione all'esercizio 2026, il Consiglio di Amministrazione ha deliberato l'applicazione della contribuzione ordinaria senza le riduzioni previste per il 2025, nonché l'incremento della quota base ordinaria di euro 0,32. Il livello medio atteso si colloca pertanto in euro 5,70 per forma. Tale assetto trova fondamento nell'applicazione del Piano Produttivo, che consente di stimare per il 2026 ricavi da contribuzione differenziata e scalettata pari a euro 27.715.000, oltre alle risorse derivanti dalla contribuzione aggiuntiva deliberata dall'Assemblea nel dicembre 2025, pari a euro 13.500.000.

Nel corso del 2026 il Consiglio di Amministrazione ha inoltre deliberato un intervento straordinario di supporto al sistema consortile attraverso l'acquisto programmato di circa 140.000 forme di Grana Padano. L'operazione, finalizzata a contribuire alla stabilità del mercato e al riequilibrio delle dinamiche di offerta nel breve periodo, comporterà un esborso stimato di circa 51 milioni di euro.

Il fabbisogno finanziario connesso all'operazione risulta già coperto da adeguate linee di credito messe a disposizione dal sistema bancario, senza impatti sulla continuità operativa e sull'equilibrio finanziario complessivo del Consorzio.

Sulla base delle informazioni attualmente disponibili, è ragionevole attendersi che le risorse di cui potrà disporre il Consorzio per le sue attività istituzionali di tutela e promozione della DOP Grana Padano per l'esercizio in corso non si discosteranno in misura significativa da quelle gestite nell'esercizio 2025.

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)

CONCLUSIONI

Carissimi,

Questa Assemblea ci ha evidenziato numeri storici, neppure pensabili nel 2024, cioè è stato un anno di esagerazioni, in premessa segnalavo nove evidenze sorprendenti, eccessi nel bene, ma anche nel male.

Quest'anno, forti delle decisioni dell'Assemblea del 18 dicembre 2025, metteremo un tampone alle esagerazioni ma tra di noi oggi dobbiamo fare un patto d'onore, cioè ognuno di noi dovrà crescere, se lo vorrà, ma non dovrà più ripetere gli eccessi.

La produzione calerà sicuramente e il +12% dell'ultimo semestre sarà un ricordo da non ripetere.

Continueremo l'espansione all'estero impegnandoci sempre di più con strategie mirate e cercheremo miglioramenti in Italia anche se riteniamo che nella parte finale dell'anno il Parmigiano Reggiano recupererà alcuni spazi che a fine 2025 e inizio 2026 stiamo sottraendo per il grande divario di prezzo. KPMG ci sarà ancora di grande supporto e aiuto.

Il retinato volontario, già prenotato entro il 2025, sulla produzione 2025 che sarà espertizzata durante il 2026, si aggiungerà al retinato per difetti qualitativi e questo sottrarrà Grana Padano al mercato in quantità doppia rispetto allo scorso anno, anche se andrà sul mercato, quindi mangiato, ma non come Grana Padano.

Il formaggio acquistato dal Consorzio e portato a Riserva alleggerirà la pressione del formaggio prodotto nel 2025 da maggio a novembre e sarà marchiato i prossimi mesi.

Stiamo vedendo che le aggressioni al nostro sistema si moltiplicano ma noi dobbiamo reagire con responsabilità e intelligenza adeguando le nostre stalle e i nostri stabilimenti alle necessità ambientali e di benessere animale senza seguire i fondamentalisti che vorrebbero farci chiudere, bensì cercando nei cittadini seri le alleanze più salde a tutela vera dell'ambiente, degli animali e della salubrità nostra di operatori e ovviamente dei consumatori. Iniziative e risultati che Legambiente ci riconosce ed è una strada che dobbiamo continuare a percorrere con concretezza, perché da qui passa anche la credibilità della nostra filiera e del nostro modo di produrre.

E mi sbilancio in una previsione, anche se non è mia abitudine: anche il 2026 sarà un buon anno per i nostri caseifici, i nostri operatori e le stalle del nostro circuito.

Chiudo con lo stesso appello ai consumatori dello scorso anno che sappiamo essere molto piaciuto anche ai nostri amici del Codacons.

Ai consumatori chiediamo che continuino a fidarsi di noi come finora hanno fatto perché siamo e meritiamo davvero di essere il prodotto DOP più consumato al mondo, e se è così da tanti anni una ragione ci sarà. La ragione è che i consumatori sanno bene che siamo i migliori nel rapporto qualità/prezzo. E per questo siamo e rimarremo i primi.

Desenzano del Garda (BS), li 26 marzo 2026

Il Presidente
Renato Zaghini

**STATO PATRIMONIALE,
CONTO ECONOMICO
E RENDICONTO FINANZIARIO**



STATO PATRIMONIALE ATTIVO

	31/12/2025	31/12/2024
Crediti verso soci per versamenti dovuti		
<i>Crediti verso soci per versamenti dovuti</i>		
Crediti verso soci per vers. dov.	-	-
Immobilizzazioni		
<i>I. Immobilizzazioni Immateriali</i>		
1) Costi di impianto e di ampliamento	1.576	2.364
3) Diritti di brevetto indust., utilizz. opere ingegno	3.248	5.399
4) Concessioni, licenze, marchi e diritti simili	580.455	651.513
6) Immobilizzazioni in corso e acconti	200.000	-
7) Altre immobilizzazioni immateriali	3.123	3.748
Totale Immobilizzazioni Immateriali	788.402	663.024
<i>II. Immobilizzazioni Materiali</i>		
1) Terreni e Fabbricati	6.764.813	7.047.147
2) Impianti e Macchinari	216.954	210.410
4) Altri immobilizzazioni materiali	794.126	821.590
5) Immobilizzazioni in corso e acconti	1.072.593	73.002
Totale Immobilizzazioni Materiali	8.848.486	8.152.149
<i>III. Immobilizzazioni Finanziarie</i>		
Partecipazioni	29.756	29.756
Totale immobilizzazioni Finanziarie	29.756	29.756
Totale Immobilizzazioni	9.666.644	8.844.929
Attivo Circolante		
<i>I. Rimanenze</i>		
1) Materie prime, di consumo	12.237	13.053
4) Prodotti finiti e merci	717.382	587.749
Totale Rimanenze	729.619	600.802
<i>II. Crediti</i>		
1) Crediti v/clienti	19.153.803	19.882.134
<i>a) entro 12 mesi</i>	<i>19.153.803</i>	<i>19.882.134</i>
<i>b) oltre 12 mesi</i>	<i>-</i>	<i>-</i>
5-bis) Crediti tributari	4.645.691	3.623.790
<i>a) entro 12 mesi</i>	<i>4.471.811</i>	<i>3.518.388</i>
<i>b) oltre 12 mesi</i>	<i>173.880</i>	<i>105.402</i>
5-ter) Imposte anticipate	-	-
5-quater) verso altri	4.387.923	3.199.660
<i>a) Crediti v/Enti Pubblici</i>	<i>3.154.126</i>	<i>2.222.029</i>
<i>b) altri crediti</i>	<i>1.233.797</i>	<i>977.630</i>
Totale Crediti	28.187.417	26.705.584
<i>IV. Disponibilità liquide</i>		
1) Depositi bancari e postali	10.201.097	6.064.807
3) Denaro e valori in cassa	3.031	2.738
Totale Disponibilità Liquide	10.204.128	6.067.545
Totale Attivo Circolante	39.121.164	33.373.931
Rateo e Risconti Attivi		
<i>Ratei e Risconti Attivi</i>		
Risconti Attivi	4.241.432	1.659.666
Totale Ratei e Risconti Attivi	4.241.432	1.659.666
Totale Attivo	53.029.240	43.878.526

STATO PATRIMONIALE PASSIVO

	31/12/2025	31/12/2024
A) Patrimonio Netto		
<i>Patrimonio Netto</i>		
I. Fondo consortile	4.079.625	3.958.833
III. Riserve da rivalutazione	6.161.329	6.161.329
IX. Utile (perdita) dell'esercizio	39.766	120.792
Totale Patrimonio Netto	10.280.720	10.240.954
B) Fondi Rischi ed Oneri		
<i>Fondi Rischi ed Oneri</i>		
Altri	256.975	890.000
Totale Fondi Rischi ed Oneri	256.975	890.000
C) Trattamento Fine Rapporto Lavoro Subordinato		
<i>Trattamento Fine Rapporto</i>		
F.do Trattamento Fine Rapporto Lavoro Subordinato	2.250.726	2.245.445
Trattamento quiesc. e obblighi sim.	-	-
Totale Trattamento Fine Rapporto Lavoro Subordinato	2.250.726	2.245.445
D) Debiti		
<i>4) Debiti vs. Banche</i>		
Debiti vs. Banche	54.999	61.524
a) entro 12 mesi	54.999	61.524
b) oltre 12 mesi	-	-
<i>6) Acconti</i>		
Acconti	2.102.863	1.160.497
<i>7) Debiti vs. Fornitori</i>		
Debiti vs. Fornitori	36.255.785	27.725.151
a) entro 12 mesi	36.255.785	27.725.151
b) oltre 12 mesi	-	-
<i>12) Debiti Tributari</i>		
Debiti Tributari	343.012	322.768
a) entro 12 mesi	343.012	322.768
b) oltre 12 mesi	-	-
<i>13) Debiti vs. Istituti Previdenza e di Sicurezza Sociale</i>		
Debiti vs. Ist. Prev. e di Ass.	401.513	313.252
<i>14) Altri Debiti</i>		
Altri Debiti	905.247	789.265
Totale Debiti	40.063.419	30.372.457
Ratei e Risconti Passivi		
<i>Ratei e Risconti Passivi</i>		
Ratei Passivi	54.738	18.467
Risconti Passivi	122.662	111.203
Totale Ratei e Risconti Passivi	177.400	129.670
Totale Passivo	53.029.240	43.878.526

POSIZIONE FINANZIARIA NETTA

	31/12/2025	31/12/2024
1. Disponibilità a breve		
Denaro in Cassa	3.031	2.738
Banche c/c attivi	9.040.097	4.903.807
Liquidità investita	1.161.000	1.161.000
Crediti verso Soci	-	-
Totale Disponibilità a breve	10.204.128	6.067.545
2. Debiti a breve		
Banche c/c passivi	-	-
Altri debiti bancari a breve (Carte Credito)	(54.999)	(61.524)
Quote di debiti a Medio Lungo entro 12 mesi	-	-
Debiti verso Consorziati	-	-
Totale Debiti a breve	(54.999)	(61.524)
3. Situazione a breve (1+2)	10.149.129	6.006.021
4. Crediti finanziari a medio lungo termine		
Caparre per locazioni	-	-
Altri crediti finanziari Medio Lungo Termine	-	-
Totale Crediti Finanziari a medio lungo termine	-	-
5. Debiti finanziari a medio lungo termine		
Mutui passivi	-	-
Finanziamenti Operazioni Riserva	-	-
Altri Debiti finanziari a Medio Lungo Termine	-	-
Totale Debiti finanziari a medio lungo termine	-	-
6. Situazione a medio lungo termine (4+5)	-	-
7. Indebitamento totale (2+5)	(54.999)	(61.524)
8. Posizione finanziaria netta - cassa netta (3+6)	10.149.129	6.006.021

CONTO ECONOMICO

	Esercizio 2025	Esercizio 2024
A) Valore della Produzione		
A1) Ricavi delle vendite e delle prestazioni	73.467.625	60.869.918
A5) Altri ricavi	5.047.408	4.633.446
A) Totale Valore della Produzione	78.515.033	65.503.364
B) Costi della Produzione		
B6) Materie prime, sussidiarie, consumo e merci	(2.086.574)	(1.844.985)
B7) Costi per servizi	(68.181.772)	(56.530.125)
B8) Costi per godimento beni di terzi	(5.857)	(5.784)
B9) Costo del personale	(5.554.572)	(5.078.196)
<i>Salari e stipendi</i>	(3.995.709)	(3.623.251)
<i>Oneri sociali</i>	(1.090.751)	(974.497)
<i>Trattamento di fine rapporto</i>	(301.747)	(286.971)
<i>Altri costi del personale</i>	(166.365)	(193.477)
B10) Ammortamenti e svalutazioni	(814.312)	(787.473)
<i>a) Ammortamento immobilizz. immateriali</i>	(138.751)	(143.880)
<i>b) Ammortamento immobilizz. materiali</i>	(675.561)	(623.592)
<i>d) Svalutazione crediti in attivo circolante</i>	-	(20.000)
B11) Variazione delle rimanenze materie prime, sussidiarie.e merci	128.817	217.219
B12) Accantonamenti per rischi ed oneri	-	(150.000)
B14) Oneri diversi di gestione	(1.642.464)	(988.584)
B) Totale costi della produzione	(78.156.734)	(65.207.926)
(A-B) Differenza Valore e Costi della produzione	358.299	295.439
C) Proventi e (Oneri) finanziari		
C16) Altri proventi finanziari	33.473	69.865
<i>d) Interessi attivi su depositi bancari</i>	33.473	69.865
C17) Interessi e altri oneri finanziari	(176.964)	(118.863)
C17 bis) Utili e (perdite) su cambi	3.038	(39.137)
C) Totale (Oneri) e Proventi Finanziari	(140.453)	(88.134)
D) Rettifiche di Valore di Attività Finanziarie	-	-
Risultato Prima delle Imposte	217.846	207.305
20) Imposte sul Reddito		
a) Imposte sul reddito d'esercizio	(178.080)	(86.513)
Risultato d'Esercizio	39.766	120.792

RENDICONTO FINANZIARIO

	Esercizio 2025	Esercizio 2024
A. Flussi finanziari derivanti dalla gestione reddituale		
Utile (Perdita) dell'Esercizio	39.766	120.792
Imposte sul reddito	178.080	86.513
Gestione finanziaria - passiva/(attiva)	140.453	88.134
(Plusvalenze)/minusvalenze derivanti dalla cessione di attività	(9.110)	11.741
1. Utile (Perdita) dell'Esercizio prima d'imposte sul reddito, Interessi, dividendi e plus/minusvalenze da cessione	349.189	307.180
<i>Rettifiche per elementi non monetari che non hanno avuto contropartita nel capitale circolante netto</i>	753.253	848.684
Accantonamenti ai fondi	(61.059)	61.211
Ammortamenti delle immobilizzazioni	814.312	767.473
Altre rettifiche per elementi non monetari	-	20.000
2. Flusso finanziario prima delle variazioni del CCN	1.102.442	1.155.864
<i>Variazioni del capitale circolante netto</i>	5.374.721	(1.140.917)
Decremento/(Incremento) delle rimanenze	(128.817)	(217.219)
Decremento/(Incremento) dei crediti vs clienti	728.331	836.813
Decremento/(Incremento) dei debiti verso fornitori	8.530.633	1.750.581
Decremento/(Incremento) dei ratei e risconti attivi	(2.581.766)	(582.368)
Decremento/(Incremento) dei ratei e risconti passivi	47.730	(11.341)
Altre variazioni del capitale circolante netto	(1.221.390)	(2.917.383)
3. Flusso finanziario dopo le variazioni del CCN	6.477.163	14.947
<i>Altre rettifiche</i>	(698.028)	(1.296.388)
Interessi incassati/(pagati)	(140.453)	(88.134)
(Imposte sul reddito pagate)	-	(573.541)
Plusvalenze/(Minusvalenze) da alienazioni	9.110	(11.741)
(Utilizzo dei fondi)	(566.685)	(622.972)
Flusso finanziario della gestione reddituale (A)	5.779.135	(1.281.442)
B. Flussi finanziari derivanti dall'attività d'investimento		
<i>Immobilizzazioni materiali</i>	(1.371.898)	(787.481)
(Investimenti)	(1.383.691)	(827.836)
Prezzo di realizzo disinvestimenti e svalutazioni	11.793	40.355
<i>Immobilizzazioni immateriali</i>	(264.129)	(104.676)
(Investimenti)	(264.129)	(104.676)
Flusso finanziario dell'attività di investimento (B)	(1.636.027)	(892.157)
Variazione di posizione finanziaria netta (A+B)	4.143.108	(2.173.598)
C. Flussi finanziari derivanti dall'attività di finanziamento		
<i>Mezzi di terzi</i>	(6.525)	(20.095)
Incremento/(Decremento) debiti a breve verso banche	(6.525)	(20.095)
Flusso finanziario dell'attività di finanziamento (C)	(6.525)	(20.095)
D. Incremento/(Decremento) delle disponibilità liquide (A+B+C)	4.136.583	(2.193.693)
E. Disponibilità Liquide Nette all'inizio dell'esercizio	6.067.545	8.261.238
F. Disponibilità Liquide Nette alla fine dell'esercizio (D+E)	10.204.128	6.067.545

NOTA INTEGRATIVA



INTRODUZIONE

Il bilancio dell'esercizio chiuso al 31 dicembre 2025 è stato redatto 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 di Tutela 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 se-

condo 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 eventuali svalutazioni.

Le immobilizzazioni immateriali sono ammortizzate sistematicamente sulla base della loro residua possibilità di utilizzazione.

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 utilizzo.

L'ammortamento è calcolato su base annua applicando le aliquote indicate nella tabella sottostante e invariate rispetto al precedente esercizio:

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	13%

IMMOBILIZZAZIONI MATERIALI

Le 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	3%
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	15% - 25%
Impianti FICO	16%
Attrezzature FICO	20%
Impianti vigneto	10%
Barbatelle vigneto	50%
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 euro) acquistati nell'esercizio sono stati ammortizzati integralmente nell'esercizio di acquisizione.

SVALUTAZIONE PER PERDITE DUREVOLI DI VALORE DELLE IMMOBILIZZAZIONI MATERIALI E IMMATERIALI

Le immobilizzazioni materiali e immateriali sono assoggettate, alla data di chiusura dell'esercizio, a verifica della sussistenza di eventuali perdite durevoli di valore, in conformità a quanto previsto dall'OIC 9.

Qualora il valore recuperabile di un'attività risulti inferiore al relativo valore contabile, quest'ultimo viene ridotto al valore recuperabile mediante imputazione di una svalutazione a conto economico.

Il valore recuperabile è determinato come il maggiore tra il valore d'uso e il valore equo al netto dei costi di dismissione, sulla base delle informazioni disponibili alla data di redazione del bilancio.

Le svalutazioni effettuate sono ripristinate negli esercizi successivi qualora vengano meno le condizioni che le hanno determinate, nei limiti del valore che l'attività avrebbe avuto in assenza di svalutazioni, fatta eccezione per l'avviamento.

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 RISCONTI

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 2024, 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.

Nel corso dell'esercizio 2025 non si sono verificati ulteriori cambiamenti né sono stati adottati nuovi principi contabili.

COMMENTO ALLE PRINCIPALI VOCI DELL'ATTIVO PATRIMONIALE

IMMOBILIZZAZIONI

B-I – IMMOBILIZZAZIONI IMMATERIALI

Le «Immobilizzazioni Immateriali» ammontano a Euro 788.402, in aumento di Euro 125.378 rispetto al 31 dicembre 2024.

	Saldo al 31 Dicembre 2024	Incrementi	Ammortamento	Saldo al 31 Dicembre 2025
Costi di impianto e di ampliamento	2.364	-	(788)	1.576
Diritti di brevetto industriale	5.399	-	(2.151)	3.248
Concessioni, licenze e marchi	651.513	64.129	(135.187)	580.455
Altre immobilizzazioni immateriali	3.748	-	(625)	3.123
Immobilizzazioni in corso e acconti	-	200.000	-	200.000
Immobilizzazioni immateriali	663.024	264.129	(138.751)	788.402

L'incremento della voce "Concessioni, licenze, marchi e diritti simili" è riconducibile agli oneri sostenuti per il rinnovo dei marchi in diversi Paesi, capitalizzati in quanto riferiti a diritti a utilità pluriennale.

L'aumento della voce "Immobilizzazioni in corso" è riconducibile ai costi sostenuti nel corso del 2025 per l'avvio del progetto di implementazione del nuovo sistema informativo. In conformità a quanto previsto dal principio contabile OIC 24, tali costi, riferiti a progetti non ancora entrati in funzione alla data di chiusura dell'esercizio, sono stati iscritti tra le immobilizzazioni in corso e non sono stati assoggettati ad ammortamento. L'entrata in esercizio del sistema è prevista all'inizio del 2026, a decorrere da tale data i costi sostenuti saranno riclassificati tra le immobilizzazioni immateriali e ammortizzati in funzione della vita utile stimata.

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 ante rivalutazione	Fondo ammortamento ante rivalutazione	Valore netto ante rivalutazione	Rivalutazione L. 2/2009	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
Totale	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 L. 2/2009	Fondo ammortamento ante rivalutazione	Valore netto ante rivalutazione	Rivalutazione 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
Totale	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.

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

Di seguito si riporta la tabella di movimentazione delle immobilizzazioni materiali:

	Saldo al 31 Dicembre 2024	Incrementi	Ammortamenti	Decrementi	Saldo al 31 Dicembre 2025
Terreni e fabbricati Costo storico	10.938.056	-	-	-	10.938.056
Terreni e fabbricati Fondo ammortamento	(3.890.909)	-	(282.334)	-	(4.173.243)
Terreni e fabbricati	7.047.147	-	(282.334)	-	6.764.813
Impianti e macchinari Costo storico	1.128.357	50.791	-	-	1.179.148
Impianti e macchinari Fondo ammortamento	(917.947)	-	(44.247)	-	(962.194)
Impianti e macchinari	210.410	50.791	(44.247)	-	216.954
Altre immobilizzazioni materiali Costo storico	4.609.184	333.309	-	(182.257)	4.760.236
Altre immobilizzazioni materiali Fondo ammortamento	(3.787.594)	-	(348.980)	170.464	(3.966.110)
Altre immobilizzazioni materiali	821.590	333.309	(348.980)	(11.793)	794.126
Immobilizzazioni in corso	73.002	999.591	-	-	1.072.593
Immobilizzazioni Materiali Costo storico	16.748.599	1.383.691	-	(182.257)	17.950.033
Immobilizzazioni Materiali Fondo Ammortamento	(8.596.450)	-	(675.561)	170.464	(9.101.547)
Immobilizzazioni Materiali	8.152.149	1.383.691	(675.561)	(11.793)	8.848.486

Il costo storico rivalutato delle immobilizzazioni materiali al termine dell'esercizio ammonta complessivamente a euro 17.950.033, con un incremento netto rispetto al precedente esercizio pari a euro 1.201.434.

La voce "Impianti e macchinari" ha registrato nel corso dell'esercizio un incremento di euro 50.791, riconducibile all'acquisto di materiale destinato alle attività di marchiatura.

La voce "Altri beni" si è incrementata complessivamente di euro 333.309, prevalentemente per l'acquisto di nuovi automezzi aziendali per euro 229.557, nonché per l'acquisizione di strumenti e attrezzature per euro 67.268, attrezzature informatiche per euro 15.604 e mobili e arredi d'ufficio per euro 11.920; la restante parte è riferibile all'acquisto di altri beni di minor entità.

I decrementi della medesima voce sono imputabili alla cessione di autoveicoli aziendali.

La voce "Immobilizzazioni in corso" si è incre-

mentata di euro 999.591 ed è riconducibile prevalentemente agli interventi di ristrutturazione dei magazzini della sede consortile, non ancora entrati in funzione alla data di chiusura dell'esercizio, nonché alle attività di studio di fattibilità connesse al progetto Grana Padano Experience. Gli interventi relativi ai magazzini risultano in avanzata fase di realizzazione, la conclusione è stimata per il mese di settembre 2026. Fino a tale momento, i relativi costi restano iscritti tra le immobilizzazioni in corso e non sono oggetto di ammortamento.

I fondi ammortamento al 31 dicembre 2025 ammontano complessivamente a euro 9.101.547 e sono ritenuti adeguati a rappresentare l'effettivo deperimento dei cespiti cui 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 2025 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	4.207
Mantova Expo Srl in liquidazione	Mantova	1.549
La Faggiola Srl	Podenzano (PC)	13.500
Associazione italiana consorzi con indicazioni geografiche	Roma	3.000
GAL Oglio Po soc. cons. a.r.l.	Calvatone (CR)	3.000
Centro di Formazione, Sperimentazione e Innovazione "Vittorio Tadini" s.c.a.r.l.	Podenzano (PC)	1.500
Fondazione Istituto Tecnico Superiore per l'Agroalimentare Sostenibile Territorio Mantova	Mantova	3.000
Totale Partecipazioni		29.756

ATTIVO CIRCOLANTE

C-I – RIMANENZE

Le rimanenze al 31 dicembre 2025 ammontano ad euro 729.619, di cui euro 717.382 di materiale pubblicitario ed euro 12.237 di materiale per marcatura (nuove fascere).

L'incremento del materiale pubblicitario è ricon-

ducibile alla pianificazione delle attività di comunicazione programmate per l'inizio del 2026 correlate ai Giochi Olimpici e Paralimpici Invernali di Milano-Cortina, di cui il Consorzio è sponsor ufficiale.

	Saldo al 31 Dicembre 2024	Saldo al 31 Dicembre 2025	Variazione
Materiale pubblicitario	587.749	717.382	129.633
Materiale per marcatura	13.053	12.237	(816)
Totale Rimanenze	600.802	729.619	128.817

C-II 1 - CREDITI

L'ammontare complessivo dei «Crediti verso clienti», rettificato dal fondo svalutazione crediti, è di euro 19.153.803 in riduzione di euro 728.331 rispetto

al 31 dicembre 2024.

I crediti iscritti in bilancio risultano tutti esigibili entro l'esercizio successivo.

	Saldo al 31 Dicembre 2024	Saldo al 31 Dicembre 2025	Variazione
Crediti verso clienti (entro 12 mesi)	19.882.134	19.153.803	129.633
<i>di cui Presentati all'incasso</i>	<i>13.041.353</i>	<i>16.412.416</i>	<i>(816)</i>
Totale crediti verso clienti	19.882.134	19.153.803	128.817

I crediti rappresentati da Ricevute Bancarie presentate all'incasso con scadenza 31 dicembre 2025 e 31 gennaio 2026 sono risultati onorati nella misura del 99,2%. Il «Fondo Svalutazione Crediti» ammonta ad euro

1.720.916 ed è rimasto invariato rispetto all'esercizio precedente.

Il Fondo è ritenuto congruo e adeguato a copertura delle potenziali perdite su crediti.

C-II 5BIS - CREDITI TRIBUTARI

Nella tabella seguente è riportato il dettaglio dei «Crediti Tributari» al 31 dicembre 2025 e al 31 dicembre 2024.

	Saldo al 31 Dicembre 2024	Saldo al 31 Dicembre 2025	Variazione
Crediti Tributari Entro 12 mesi	3.518.388	4.471.811	(3.518.388)
<i>Credito IVA</i>	<i>2.914.864</i>	<i>4.021.805</i>	<i>1.106.941</i>
<i>Credito d'Imposta "Art Bonus"</i>	<i>93.383</i>	<i>93.383</i>	<i>-</i>
<i>Credito d'Imposta beni strumentali (L. 160/19 e 178/20)</i>	<i>4.813</i>	<i>4.813</i>	<i>-</i>
<i>Credito per detrazione ECOBONUS</i>	<i>542</i>	<i>1.084</i>	<i>542</i>
<i>Credito bonus sismico</i>	<i>-</i>	<i>3.456</i>	<i>3.456</i>
<i>Credito per saldo IRES</i>	<i>425.806</i>	<i>308.234</i>	<i>(117.572)</i>
<i>Credito per saldo IRAP</i>	<i>78.980</i>	<i>39.036</i>	<i>(39.944)</i>
Crediti Tributari Oltre 12 mesi	105.402	173.880	68.478
<i>Credito d'Imposta "Art Bonus"</i>	<i>91.434</i>	<i>30.434</i>	<i>39.000</i>
<i>Credito IVA verso falliti</i>	<i>3.673</i>	<i>3.673</i>	<i>-</i>
<i>Credito per detrazione ECOBONUS</i>	<i>10.295</i>	<i>8.669</i>	<i>(1.626)</i>
<i>Credito bonus sismico</i>	<i>-</i>	<i>31.104</i>	<i>31.104</i>
Totale Crediti Tributari	3.623.790	4.645.691	1.021.901

I crediti "Art Bonus" al 31 dicembre 2025 si originano dai contributi erogati tra il 2021 e il 2025 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.

I crediti "Bonus sismico" al 31 dicembre 2025 si riferiscono al bonus richiesto per l'adeguamento sismico del magazzino consortile attualmente in ristrutturazione la cui ultimazione è prevista per il mese di settembre 2026.

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

Di seguito si riporta il dettaglio degli «Altri crediti» al 31 dicembre 2025 e al 31 dicembre 2024.

	Saldo al 31 Dicembre 2024	Saldo al 31 Dicembre 2025	Variazione
Crediti verso Enti Pubblici	2.222.029	3.154.126	932.097
Altri crediti	977.631	1.233.797	256.166
Totale Crediti verso Altri	3.199.660	4.387.923	1.188.263

Il totale dei crediti verso Enti pubblici al 31 dicembre 2025 ammonta ad euro 3.154.126 in aumento rispetto ad euro 2.222.029 al 31 dicembre 2024. La variazione più significativa è principalmente imputabile al nuovo progetto "Orient", relativo ad attività di promozione del Grana Padano DOP nei mercati di Giappone, Cina e Taiwan. Di seguito si riporta il dettaglio per progetto:

	Saldo al 31 Dicembre 2024	Saldo al 31 Dicembre 2025	Variazione
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	28.000	-	(28.000)
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	285.909	-	(285.909)
Finanziamenti MASAF approvato con decreto D.M. 0240397	26.327	-	(26.327)
Finanziamenti MASAF approvato con decreto D.M. 0301797	69.342	-	(69.342)
Regione Lombardia DDUO n. 19776 del 6/12/23 - Contributo in conto esercizio relativo al progetto di informazione e promozione dei prodotti di qualità.	280.000	-	(280.000)
Regione Veneto DGR 1597/2023 intervento SRG10 - Contributo in conto esercizio relativo al progetto di promozione dei prodotti di qualità	56.000	210.000	154.000
Regione Lombardia Progetto Resilient Grana Padano - PSR 2014-20. Contributo in conto esercizio relativo a progetti pilota di sviluppo di innovazione.	47.272	-	(47.272)
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. 101138281 - CC2EU Cheers and Cheese to EU	762.519	765.816	3.297
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. 101137689 - GRAN PRÒ DOP EU T.C.	666.660	788.473	121.813
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 - Azioni di informazione e di promozione concernenti i prodotti agricoli realizzate sul mercato interno e nei paesi terzi - Contratto n. 101015690 ORIENT T.C.	-	1.023.076	1.023.076
Regione Lombardia Intervento SRG10 "Informazione e promozione dei prodotti di qualità" approvato con DDUO n. 2830 del 04/03/2025 e successivo DDUO n. 5607 del 17/04/2025	-	202.723	202.723
Regione Emilia Romagna - Domanda d'aiuto per la promozione economica dei prodotti agroalimentari regionali. L.R. 16/95. Annualità 2025-2026	-	17.500	17.500
UNIONCAMERE - Decreto direttoriale per la concessione di agevolazioni per la promozione all'estero di marchi collettivi e di certificazione volontari italiani - Marchi Collettivi 2024" (Decreto direttoriale n. 0018380 del 10/12/2024, G.U.R.I. - Serie Generale n. 299 del 21/12/2024	-	146.538	146.538
Crediti verso Enti Pubblici	2.222.029	3.154.126	932.097

Gli «Altri Crediti» al 31 dicembre 2025 ammontano ad euro 1.233.797, sono composti da anticipi a fornitori per euro 1.213.468 prevalentemente legati a progetti comunitari e alle attività di marketing per le Olimpiadi e Paraolimpiadi di Milano-Cortina 2026, euro 11.886 per depositi cauzionali e la restante parte per altri crediti minori.

C-IV - DISPONIBILITÀ LIQUIDE

Le disponibilità liquide ammontano complessivamente a euro 10.204.128 e sono costituite da euro 10.201.097 di saldi attivi di conti correnti bancari, integralmente riconciliati con i rispettivi estratti conto, e da euro 3.031 di cassa contanti e valori diversi.

Nei saldi di conto corrente bancario sono inclusi euro 1.161.000 relativi a depositi vincolati di liquidità, prontamente smobilizzabili in caso di necessità, con rinuncia alla remunerazione.

	Saldo al 31 Dicembre 2024	Saldo al 31 Dicembre 2025	Variazione
Depositi bancari e postali	6.064.807	10.201.097	4.136.290
Denaro e valori in cassa	2.738	3.031	293
Totale Disponibilità Liquide	6.067.545	10.204.128	4.136.583

RATEI E RISCONTI

D- RATEI E RISCONTI ATTIVI

I «Risconti Attivi» rilevati al termine dell'esercizio 2025 si riferiscono a quote di costi di pubblicità, in particolare per costi di produzione del nuovo spot, diritti musicali, di immagine e a costi legati alle attività delle Olimpiadi e Paraolimpiadi di Milano-Cortina 2026, la cui manifestazione numeraria è avvenuta nel presente esercizio.

	Saldo al 31 Dicembre 2024	Saldo al 31 Dicembre 2025	Variazione
Risconti Attivi	1.659.666	4.241.432	2.581.766
Totale Ratei e Risconti Attivi	1.659.666	4.241.432	2.581.766

COMMENTO ALLE PRINCIPALI VOCI DEL PASSIVO PATRIMONIALE

PATRIMONIO NETTO

Il Patrimonio Netto al 31 dicembre 2025 risulta incrementato per effetto del risultato economico dell'esercizio.

	Fondo Consortile	Riserva ex L. 2/2009	Riserva ex L. 126/2020	Riserve di rivalutazione	Utile d'esercizio	Totale
Patrimonio Netto al 31 Dicembre 2023	3.901.164	4.221.329	4.221.329	6.161.329	56.670	10.119.163
Destinazione risultato esercizio precedente	56.670	-	-	-	(56.670)	-
Versamenti fondo consortile	1.000	-	-	-	-	1.000
Risultato d'esercizio	-	-	-	-	120.792	120.792
Patrimonio Netto al 31 Dicembre 2024	3.958.834	4.221.329	1.940.000	6.161.329	120.792	10.240.955
Destinazione risultato esercizio precedente	120.792	-	-	-	(120.792)	-
Versamenti fondo consortile	(1)	-	-	-	-	(1)
Risultato d'esercizio	-	-	-	-	39.766	39.766
Patrimonio Netto al 31 Dicembre 2025	4.079.625	4.221.329	1.940.000	6.161.329	39.766	10.280.720

Il «Fondo Consortile» si incrementa di euro 120.792 per la destinazione del risultato dell'esercizio 2024. La «Riserva ex Legge 2/2009» accoglie i valori di rivalutazione effettuata nel 2009 al netto dell'Imposta sostitutiva di euro 157.395. 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 euro 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 del Codice civile e nel rispetto delle precisazioni fornite dai principi contabili OIC.

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.

	Importo	Origine Natura	Possibilità di utilizzo	Quota disponibile	Utilizzi ultimi 3 esercizi	
					Copertura perdite	Altro
Fondo consortile	4.079.625	Apporti soci Utili	B	-	-	-
Riserve di rivalutazione	6.161.329	L. 2/2009 L. 126/2020	B	6.161.329	-	-
Totale	10.240.954			6.161.329	-	-
Quota non distribuibile				-	-	-
Quota distribuibile				6.161.329	-	-

FONDI RISCHI ED ONERI

Il «Fondo Rischi e Oneri» al 31 dicembre 2025 ammonta ad euro 256.975 e ha avuto la seguente movimentazione:

	Saldo al 31 Dicembre 2024	Accantonamenti (Rilasci)	Utilizzi	Saldo al 31 Dicembre 2025
Fondi rischi	540.000	(53.338)	(429.687)	56.975
Fondi oneri	350.000	(7.721)	(142.279)	200.000
Fondi per Rischi e Oneri	890.000	(61.059)	(571.966)	256.975

FONDI RISCHI

All'inizio dell'esercizio 2025 il Fondo Rischi ammontava complessivamente a euro 540.000 ed includeva accantonamenti riferiti a tre distinti procedimenti giudiziari, di cui due relativi a controversie inerenti all'utilizzo della denominazione "Grana" e uno relativo a un contenzioso promosso contro un'associazione animalista. Nel corso dell'esercizio, in funzione dell'evoluzione delle vertenze e degli esiti giudiziari intervenuti, il Fondo è stato oggetto di utilizzi e rilasci, come di seguito illustrato.

Con riferimento al procedimento definito in secondo grado nel corso del 2025, la Corte competente ha confermato le ragioni del Consorzio in ordine alla tutela della denominazione, escludendo tuttavia il riconoscimento del risarcimento precedentemente attribuito in primo grado. In applicazione della sentenza, l'importo già incassato è stato restituito alla controparte e il correlato accantonamento, pari a euro 387.892, è stato utilizzato per euro 384.554 e rilasciato per la restante parte.

Nel medesimo esercizio si è altresì conclusa positivamente un'ulteriore controversia relativa all'utilizzo improprio della denominazione, definita con sentenza favorevole al Consorzio e senza prospettive di ulteriori gradi di giudizio. Alla luce dell'esito definitivo del procedimento, il relativo accantonamento, precedentemente stanziato a titolo prudenziale, è stato integralmente rilasciato. Non residuano rischi ulteriori connessi a tale vertenza.

Rimane in essere il procedimento promosso dal Consorzio a seguito della diffusione di contenuti ritenuti diffamatori da parte di un'associazione animalista, per il quale la controparte ha proposto appello avverso la sentenza di primo grado favorevole al Consorzio. Nel corso dell'esercizio 2025 il Fondo Rischi è

stato parzialmente utilizzato a copertura delle spese legali sostenute; alla data di chiusura dell'esercizio residua un accantonamento pari a euro 56.975, ritenuto congruo e adeguato in relazione allo stato del giudizio e alle valutazioni espresse dai legali incaricati. L'udienza di secondo grado è attualmente prevista per marzo 2028.

Alla data di chiusura dell'esercizio il Fondo Rischi residuo è riferito esclusivamente al contenzioso ancora in corso ed è ritenuto congruo in relazione agli utilizzi effettuati e ai rischi residui stimati.

FONDI ONERI

Alla data di inizio dell'esercizio il Fondo per oneri includeva accantonamenti riferiti a due distinte fattispecie.

In particolare, l'accantonamento pari a euro 200.000 relativo alla cessazione della presenza del Consorzio presso il sito di FICO Bologna, destinato a coprire i costi stimati di smantellamento del caseificio e di ripristino e bonifica del sito, è rimasto invariato nel corso dell'esercizio 2025.

Per quanto concerne, invece, il fondo stanziato a fronte degli oneri connessi alla procedura di cambio di destinazione d'uso di terreni e fabbricati della sede consortile, avviata a seguito della modifica del piano regolatore del Comune di Desenzano del Garda, nel corso dell'esercizio 2025 il fondo è stato utilizzato per circa euro 142.000 a fronte degli oneri effettivamente sostenuti; la quota residua è stata conseguentemente rilasciata, non risultando più necessaria alla luce dell'evoluzione della procedura.

Il Fondo per oneri residuo alla fine dell'esercizio è ritenuto congruo e adeguato a copertura delle obbligazioni future ad esso riferibili.

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 ad euro 2.250.726. Il prospetto evidenzia la movimentazione del Fondo nel corso dell'esercizio.

L'imposta sostitutiva sulla rivalutazione del TFR è esposta separatamente dagli altri movimenti del Fondo.

Il personale, al 31 dicembre 2025, era composto da 72 unità tutte a tempo indeterminato.

	Saldo al 31 Dicembre 2024	Acc.to	Imposta Rivalutazione TFR	Utilizzi	Saldo al 31 Dicembre 2025
Fondo Trattamento di Fine Rapporto	2.245.445	254.868	(12.266)	(237.321)	2.250.726
Fondo Trattamento di Fine Rapporto	2.245.445	254.868	(12.266)	(237.321)	2.250.726

DEBITI

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

D 4) DEBITI VERSO BANCHE

Al termine dell'esercizio 2025 il Consorzio non presentava esposizione verso il sistema bancario, se non per il saldo al 31 dicembre 2025 delle

carte di credito in uso ai dipendenti ed agli uffici amministrativi ed acquisti per le forniture gestite online.

	Saldo al 31 Dicembre 2024	Saldo al 31 Dicembre 2025	Variazione
Debiti verso banche	61.524	54.999	(6.525)
Totale Debiti verso banche	61.524	54.999	(6.525)

D 6) ACCONTI

La tabella sottostante riepiloga gli «Acconti» iscritti in bilancio al 31 dicembre 2025 e al 31 dicembre 2024.

	Saldo al 31 Dicembre 2024	Saldo al 31 Dicembre 2025	Variazione
Acconti	1.160.497	2.102.863	942.366
Totale Acconti	1.160.497	2.102.863	942.366

Gli acconti percepiti sono sostanzialmente riferibili ai programmi di promozione iniziati nel 2024 e 2025 e si riferiscono principalmente a:

	Saldo al 31 Dicembre 2024	Saldo al 31 Dicembre 2025	Variazione
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. 101138281 - CC2EU Cheers and Cheese to EU	600.497	600.497	-
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. 101137689 - GRAN PRO DOP EU T.C.	560.000	560.000	-
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 - Azioni di informazione e di promozione concernenti i prodotti agricoli realizzate sul mercato interno e nei paesi terzi - Contratto n. 101015690 ORIENT T.C.	-	942.366	942.366
Acconti	1.160.497	2.102.863	942.366

D 7) DEBITI VERSO FORNITORI

I «Debiti verso Fornitori» al termine dell'esercizio ammontano ad euro 36.255.785, in aumento rispetto all'esercizio precedente, principalmente per effetto dei maggiori acquisti di servizi esterni,

con particolare riferimento alle attività di marketing legate alle Olimpiadi e Paraolimpiadi di Milano-Cortina 2026. Tutti i debiti verso fornitori risultano esigibili entro i 12 mesi.

	Saldo al 31 Dicembre 2024	Saldo al 31 Dicembre 2025	Variazione
Debiti verso Fornitori	27.725.151	36.255.785	8.530.634
- entro 12 mesi	27.725.151	36.255.785	8.530.634
Totale Debiti verso Fornitori	27.725.151	36.255.785	8.530.634

D 12) DEBITI TRIBUTARI

Il saldo dei «Debiti Tributari» al 31 dicembre 2025 ammonta ad euro 343.012 in aumento di euro 20.244 rispetto all'esercizio precedente.

Tra i «Debiti Tributari Diversi» sono ricompresi l'Imposta Sostitutiva sulla rivalutazione del TFR e le ritenute d'acconto relative a professionisti.

	Saldo al 31 Dicembre 2024	Saldo al 31 Dicembre 2025	Variazione
Ritenute su redditi da lavoro dipendente	226.197	310.095	83.898
Ritenute su redditi da lavoro autonomo	70.388	24.638	(45.750)
Debiti tributari diversi	26.183	8.279	(17.904)
Totale Debiti Tributari	322.768	343.012	20.244

D 13) DEBITI VERSO ENTI PREVIDENZIALI

I «Debiti verso enti previdenziali» al 31 dicembre 2025 ammontano ad euro 401.513, in aumento rispetto all'esercizio precedente. L'incremento è riconducibile principalmente all'erogazione una

tantum al personale con competenza 2025, liquidata nel mese di gennaio dell'esercizio successivo, e ai correlati oneri previdenziali.

	Saldo al 31 Dicembre 2024	Saldo al 31 Dicembre 2025	Variazione
Debiti verso INPS per contribuiti	156.780	214.414	57.634
Debiti verso Previdai dirigenti	676	676	-
Debiti verso INAIL impiegati/dirigenti	1.054	2.824	1.770
Debiti verso INPS L. 335/95	43.386	53.726	10.340
Debiti previdenziali ratei ferie/mensilità suppl.	90.275	105.449	15.174
Debiti verso fondi previdenza complementare	21.033	24.424	3.391
Fondo Assistenza Sanitaria Alimentaristi	48	-	(48)
Totale Debiti verso Enti Previdenziali	313.252	401.513	88.261

D 14) DEBITI VERSO ALTRI

Gli «Altri Debiti» al termine dell'esercizio ammontano complessivamente a euro 905.247, in aumento di euro 115.982 rispetto all'esercizio precedente. L'incremento è riconducibile principalmente alla rilevazione di un'erogazione una tantum al personale, con competenza economica 2025 e liquidazione nel mese di gennaio dell'esercizio successivo.

I Debiti verso dipendenti si riferiscono a quote della mensilità di dicembre liquidata all'inizio di gennaio

dell'esercizio successivo, nonché a ferie, permessi e quote di mensilità aggiuntive maturate e non ancora liquidate.

I Debiti verso amministratori riguardano compensi maturati nell'esercizio e liquidati nel mese di gennaio successivo.

La voce Altri debiti include, infine, importi dovuti a collaboratori esterni per prestazioni rese nel corso dell'esercizio.

	Saldo al 31 Dicembre 2024	Saldo al 31 Dicembre 2025	Variazione
Debiti verso dipendenti	588.899	716.770	127.871
Debiti verso amministratori	75.693	109.149	33.456
Altri debiti	124.673	79.328	(45.345)
Totale Altri Debiti	789.265	905.247	115.982

RATEI E RISCONTI

	Saldo al 31 Dicembre 2024	Saldo al 31 Dicembre 2025	Variazione
Ratei passivi	18.467	54.738	36.271
Risconti passivi	111.203	122.662	11.459
Totale Ratei e Risconti Passivi	129.670	177.400	47.730

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 per euro 69.169.

La restante parte dei Risconti, pari ad euro 9.717, quale rinvio per competenza agli esercizi successivi del credito d'imposta per beni strumentali legge 160/19 e legge 178/20, euro 9.211 relativi all'ECOBONUS ed euro 34.560 relativi al bonus sismico.

COMMENTO ALLE 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 2024	Esercizio 2025	Variazione
Contributi connessi alla produzione	40.643.384	35.900.124	(4.743.260)
<i>Contributo produzione</i>	21.639.265	12.109.398	(9.529.867)
<i>Contributo stagionatura</i>	2.930.280	3.147.919	217.639
<i>Contributi marchiatura Riserva</i>	177.835	203.633	25.798
<i>Contribuzione differenziata</i>	12.536.746	16.480.811	3.944.065
<i>Contributi a fasce</i>	2.755.258	3.352.363	597.105
<i>Contributi e licenze confezionamento/grattugia/CET</i>	604.000	606.000	2.000
Altri contributi da consorziati	20.011.480	37.345.650	17.334.170
<i>Contributo aggiuntivo</i>	19.177.750	37.255.200	18.077.450
<i>Contributo nuovi ingressi</i>	743.550	-	(743.550)
<i>Contributo associativo</i>	90.180	90.450	270
Vendita prodotti	215.054	221.851	6.797
<i>Formaggio e materiale promozionale</i>	215.054	221.851	6.797
Totale Ricavi delle Vendite e Prestazioni	60.869.918	73.467.625	12.597.707

Il Contributo di produzione rappresenta l'importo dovuto da ciascun produttore per ogni forma di Grana Padano realizzata, mentre il Contributo di stagionatura, pari a 0,5 euro per forma, è destinato alle attività di monitoraggio del processo di stagionatura del prodotto.

L'andamento complessivo di tali voci è direttamente correlato all'evoluzione dei volumi produttivi, che sono passati da 5.635.139 forme nel 2024 a 6.053.690 forme nel 2025, con un incremento pari al 7,4%, nonché all'applicazione dello sconto unitario di 2,85 euro deliberato dal Consiglio di Amministrazione nel mese di gennaio 2025.

I Contributi per la marchiatura "Riserva" sono corrisposti in relazione all'apposizione, su richiesta, del marchio "Riserva" alle forme che hanno raggiunto i

livelli di stagionatura previsti dal Disciplinare di produzione. La Contribuzione differenziata e la Contribuzione a fasce derivano invece dall'applicazione del Piano Produttivo, mentre le licenze sono versate dai confezionatori, grattugiatori e dagli operatori che immettono in commercio prodotti recanti il marchio Grana Padano, a copertura delle attività di controllo e verifica svolte dal Consorzio.

Il Contributo aggiuntivo, deliberato dall'Assemblea dei Consorziati nel dicembre 2024, ha consentito ai caseifici che ne hanno fatto richiesta l'assegnazione di una quota aggiuntiva pari al 2,9% del proprio riferimento produttivo valido per l'anno 2025, a fronte del versamento di un contributo associativo straordinario una tantum, pari a 250 euro per ogni forma assegnata.

A-5) ALTRI RICAVI E PROVENTI

	Esercizio 2024	Esercizio 2025	Variazione
Altri ricavi e proventi	2.513.530	1.672.503	(841.027)
<i>Sopravvenienze attive</i>	396.428	427.287	30.859
<i>Plusvalenze da alienazione beni</i>	16.904	14.929	(1.975)
<i>Risarcimento danni</i>	565.465	29.857	(535.608)
<i>Proventi da penalità</i>	26.496	16.870	(9.626)
<i>Quota progetti GDO a carico consorziati</i>	712.304	689.514	(22.790)
<i>Altri</i>	795.933	494.046	(301.887)
Contributi in conto esercizio	2.119.916	3.374.905	1.254.989
<i>Ministeri</i>	28.199	146.538	118.339
<i>Regioni</i>	417.283	512.233	94.950
<i>Altri Enti</i>	1.674.434	2.716.134	1.041.700
Totale Altri Ricavi e Proventi	4.633.446	5.047.408	413.962

Le “Sopravvenienze attive” dell’esercizio derivano principalmente dal rilascio di stanziamenti per fatture da ricevere di esercizi precedenti, effettuato all’esito delle ordinarie attività di verifica e riconciliazione, in assenza di obbligazioni ancora in essere. Tra gli “Altri” sono ricompresi euro 130.742 quale rifatturazione della quota di competenza al partner di progetto del contributo CC2EU Cheers and Cheese to EU, euro 98.559

quale quota di rifatturazione al partners di progetto del contributo GRAN PRO DOP, euro 39.000 di proventi per credito d’imposta “Art Bonus” ed euro 9.899 per i crediti d’imposta per SER4. 0, per i beni strumentali Legge 160/19 e 178/20 ed Ecobonus.

I «Contributi in Conto Esercizio» ammontano ad euro 3.374.905, con un aumento di euro 1.254.989 rispetto all’esercizio precedente.



La tabella seguente ne riporta il dettaglio.

Soggetto Erogante - Progetto	Esercizio 2024	Esercizio 2025	Variazione
Da Ministeri	28.199	146.538	118.339
MASAF 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 2024.	10.351	-	(10.351)
MASAF D.M. 0087373 - Contributo in conto esercizio per la realizzazione di un programma di interventi e iniziative volte a sviluppare azioni di valorizzazione, incentivare lo scambio di conoscenze ed azioni di informazione, sostenere la formazione professionale e l'acquisizione di competenze, nonché i progetti di ricerca e sviluppo e la salvaguardia dei prodotti agricoli contraddistinti da denominazioni di origine protette (DOP) e indicazioni geografiche protette (IGP) ai sensi dei regolamenti (UE) n. 1151/2012 e (UE) n. 1308/2013 e successive modifiche ed integrazioni.	17.847	-	(17.847)
UNIONCAMERE - Decreto direttoriale per la concessione di agevolazioni per la promozione all'estero di marchi collettivi e di certificazione volontari italiani - Marchi Collettivi 2024" (Decreto direttoriale n. 0018380 del 10/12/2024, G.U.R.I. - Serie Generale n. 299 del 21/12/2024.	-	146.538	146.538
Da Regioni	417.283	512.233	94.950
Regione Lombardia Reg. CE n. 951/97 - Quota di competenza del contributo in conto impianti ricevuto dalla Regione Lombardia.	13.201	13.201	-
Regione Lombardia DDUO n. 19776 del 6/12/23 - Contributo in conto esercizio relativo al progetto di informazione e promozione dei prodotti di qualità.	280.000	-	280.000
Regione Lombardia Intervento SRG10 "Informazione e promozione dei prodotti di qualità" approvato con DDUO n. 2830 del 04/03/2025 e successivo DDUO n. 5607 del 17/04/2025.	-	202.722	202.722
Regione Lombardia Progetto Resilient Grana Padano - PSR 2014-20 - Contributo in conto esercizio relativo a progetti pilota di sviluppo di innovazione.	68.082	7.672	(60.410)
Regione Emilia Romagna - Domanda d'aiuto per la promozione economica dei prodotti agroalimentari regionali. L.R. 16/95. Annualità 2025-2026.	-	17.500	17.500
Regione Veneto DGR 1597/2023 intervento SRG10 - Contributo in conto esercizio relativo al progetto di promozione dei prodotti di qualità.	56.000	154.000	98.000
Regione Lombardia "Monitoraggio di fattori di resilienza nelle aziende agro-zootecniche del GRANA Padano (acronimo MOREGRANA)" presentato ai sensi dell'operazione 16.1.01 del Programma di Sviluppo Rurale 2014-2020.	-	117.138	117.138
Da Altri Enti	1.674.434	2.716.134	1.041.700
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.	245.256	-	(245.256)
Reg. UE 1144/2014 e Reg. UE della Commissione n. 1829/2015 del 23 aprile 2015 Atto Delegato e 015 del 07 ottobre 2015 Atto Esecutivo n. 1831/2 - Contributo in conto esercizio per azioni di informazione e di promozione concernenti i prodotti agricoli realizzate sul mercato interno e nei paesi terzi - Gran Bretagna e Svizzera - Contratto N. 101138281 - CC2EU Cheers and Cheese to EU.	762.518	896.713	134.195
Reg. UE 1144/2014 e Reg. UE della Commissione n. 1829/2015 del 23 aprile 2015 Atto Delegato e 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 - Stati Uniti e Canada - Contratto N. 101137689 - GRAN PRO DOP.	666.660	923.421	256.761
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 - Azioni di informazione e di promozione concernenti i prodotti agricoli realizzate sul mercato interno e nei paesi terzi - Contratto N. 101015690 ORIENT T.C.	-	896.000	896.000
Totale Contributi in Conto Esercizio	2.119.916	3.374.905	1.254.989

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 2024	Esercizio 2025	Variazione
Materiale pubblicitario	1.497.642	1.833.321	335.679
Materiale per marchiatura	357.300	237.073	(120.227)
Materiale per analisi	4.578	2.900	(1.678)
Cancelleria e stampati	25.464	13.280	(12.184)
Totale Materie Prime	1.884.985	2.086.574	201.589

B-7) SERVIZI

I «Costi per Servizi» ammontano ad euro 68.181.772, con un incremento di 11,6 milioni di euro rispetto al precedente esercizio principalmente imputabile all'incremento, pari a euro 10,3 milioni, dell'attività promozionale decisa dal Consorzio con l'approvazione del Piano di Marketing 2025-2027. I costi per servizi non imputabili all'attività di marketing hanno subito un aumento complessivo di euro 1,3 milioni legati in particolare ai costi di vigilanza, consulenze (tecniche, amministrative e organizzative), manutenzioni e ricerca parzialmente compensati dalla riduzione per costi di telefonia, IT e analisi.

	Esercizio 2024	Esercizio 2025	Variazione
Costi per Servizi Marketing/Promo Pubblicitari	47.090.392	57.411.136	10.320.744
Spese ricercatori	907.076	1.060.808	153.732
Costi di Vigilanza, Grattugia e Certificazione Qualità	4.017.133	4.327.641	310.508
Costi per analisi	427.044	368.245	(58.799)
Viaggi e Automezzi	977.622	1.009.535	31.913
Manutenzione e gestione uffici	423.138	702.932	279.794
Compensi e oneri Organi Statutari	565.970	622.530	56.560
Servizi informatici e telefonici	406.420	290.892	(115.528)
Spese legali e assicurative	411.833	631.986	220.153
Spese e consulenze amministrative e organizzative	261.270	405.758	144.488
Consulenze Tecniche	699.849	979.367	279.518
Costi di trasporto	166.211	208.404	42.193
Altri costi per servizi	176.166	162.538	(13.628)
Totale Costi per Servizi	56.530.125	68.181.772	11.651.647

La tabella seguente illustra nel dettaglio i principali costi sostenuti per i servizi di marketing suddivise tra Italia ed Estero.

	2024 Italia	2024 Estero	2024 Totale	2025 Italia	2025 Estero	2025 Totale
TV, Radio, Web e Cinema	15.110.538	12.347.943	27.458.482	18.732.360	13.818.764	32.551.124
Pubblicità Stampa	1.068.169	113.858	1.182.027	898.159	253.450	1.151.609
Cartellonistica	1.757.497	458.000	2.215.497	2.791.068	1.149.944	3.941.012
Sponsorizzazioni	3.005.443	1.049.115	4.054.558	3.837.992	1.222.008	5.060.000
Fiere	443.114	693.475	1.136.589	421.582	720.012	1.141.594
Diritti, Agenzie, Costi di realizzazione	1.657.310	1.533.720	3.191.030	2.476.567	1.293.782	3.770.349
Attività Trade e altre attività promozionali	3.194.150	4.658.059	7.852.209	3.887.128	5.908.320	9.795.448
Totale Costi per Servizi Marketing/Promo Pubblicitari	26.236.222	20.854.170	47.090.392	33.044.856	24.366.280	57.411.136

Di seguito si riportano, 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 2025 (escluso il costo del personale).

	Esercizio 2024	Esercizio 2025	Variazione
Autocontrollo, Certificazioni e Marchiatura	2.203.149	2.586.897	383.748
Vigilanza (inclusa vigilanza alla grattugia)	3.291.289	3.255.973	(35.316)
Tutela Legale	209.554	368.709	159.155
Ricerca	1.104.367	1.210.519	106.152

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 2024	Esercizio 2025	Variazione
Salari e Stipendi	3.623.251	3.995.709	372.458
Oneri Sociali	974.497	1.090.751	116.254
Trattamento di Fine Rapporto	286.971	301.747	14.776
Altri Costi del Personale	193.477	166.365	(27.112)
Totale Costi del Personale	5.078.196	5.554.572	476.376

B-10) AMMORTAMENTI E SVALUTAZIONI

Gli ammortamenti imputati a Conto Economico riflettono l'applicazione delle aliquote di ammortamento indicate nella sezione dedicata ai criteri di redazione del bilancio.

	Esercizio 2024	Esercizio 2025	Variazione
Ammortamento immobilizzazioni immateriali	143.880	138.751	(5.129)
Ammortamento immobilizzazioni materiali	623.592	675.561	51.969
Accantonamento Fondo Svalutazione Crediti	20.000	-	(20.000)
Totale Ammortamenti e Svalutazioni	787.473	814.312	26.839

B-11) VARIAZIONE DELLE RIMANENZE

	Esercizio 2024	Esercizio 2025	Variazione
Variazione Rimanenze Materiale Marchiatura	(218.466)	(129.634)	88.832
Variazione Rimanenze Materiale Pubblicitario	1.247	817	(430)
Totale Variazione Rimanenze	(217.219)	(128.817)	88.402

B-12) ACCANTONAMENTO PER RISCHI ED ONERI

Nel corso dell'esercizio non sono stati effettuati nuovi accantonamenti per rischi ed oneri; per il dettaglio della movimentazione del Fondo si rinvia al relativo commento.

	Esercizio 2024	Esercizio 2025	Variazione
Accantonamento fondo rischi e oneri	150.000	-	(150.000)
Totale Accantonamenti per Rischi e Oneri	150.000	-	(150.000)

B-14) ONERI DIVERSI DI GESTIONE

Gli «Oneri Diversi di Gestione» ammontano ad euro 1.642.464 in aumento di euro 653.880 rispetto all'esercizio precedente.

	Esercizio 2024	Esercizio 2025	Variazioni
Sopravvenienze passive	38.487	331.309	292.822
Imposte e Tasse	189.823	259.359	69.536
Contributi Associativi	155.337	150.486	(4.851)
Spese Assembleari	139.057	151.015	11.958
Spese Rappresentanza	41.728	112.171	70.443
Donazione di formaggio ai bisognosi	160.144	13.594	(146.550)
Altre attività di Charity e Liberalità	122.800	392.254	269.454
Altri Oneri	141.208	232.276	91.068
Totale Oneri Diversi di Gestione	988.584	1.642.464	653.880

Le sopravvenienze passive dell'esercizio derivano prevalentemente dalla contabilizzazione di contributi GDO riferiti a esercizi precedenti, definiti a seguito delle ordinarie attività di verifica e riconciliazione.

La variazione delle voci di charity e liberalità riflette una diversa allocazione organizzativa delle iniziative solidali, con il trasferimento di alcune attività in capo alla Fondazione Grana Padano ETS, nell'ambito di un progressivo rafforzamento del ruolo della Fondazione nelle iniziative di carattere sociale.

La voce "Altre attività di Charity e Liberalità" comprende euro 250.000 alla Fondazione Grana Padano ETS. ed euro 60.000 alla Fondazione Arena (Art Bonus per l'intervento "67 colonne per l'Arena di

PROVENTI ED ONERI FINANZIARI

I proventi finanziari sono costituiti prevalentemente dagli interessi attivi maturati sui conti correnti bancari e sugli impieghi temporanei di liquidità in strumenti a breve termine (time deposit e strumenti assimilabili). La riduzione rispetto all'esercizio precedente è riconducibile a una diversa allocazione delle disponibilità liquide nel corso dell'anno.

Gli oneri finanziari derivano principalmente dal ricorso ad anticipazioni di portafoglio autoliquidanti. L'incremento registrato nell'esercizio è imputabile a un maggiore volume medio di utilizzo delle linee di credito, solo parzialmente compensato dall'andamento decrescente dei tassi di interesse nel corso dell'anno.

I proventi e le perdite su cambi sono generati dai differenziali di cambio tra il momento di rilevazione contabile delle operazioni in valuta e il momento della loro regolazione finanziaria; il saldo positivo rilevato nel 2025 riflette l'andamento dei cambi rispetto all'esercizio precedente.

	Esercizio 2024	Esercizio 2025	Variazioni
Interessi attivi bancari	69.865	33.473	(36.392)
Interessi passivi bancari	(118.863)	(176.964)	(58.102)
Proventi e perdite su cambi	(39.137)	3.038	42.175
Totale (Oneri)/Proventi Finanziari	(88.134)	(140.453)	(52.319)

IMPOSTE SUL REDDITO

Le imposte dell'esercizio sono riportate nella tabella seguente:

	Esercizio 2024	Esercizio 2025	Variazioni
IRES	(48.610)	(138.136)	(89.526)
IRAP	(37.903)	(39.944)	(2.041)
Totale Imposte sul Reddito	(86.513)	(178.080)	(91.567)

La tabella che segue riporta la riconciliazione tra l'onere fiscale teorico e quello effettivo per gli esercizi chiusi al 31 dicembre 2025 e 2024.

	Esercizio 2024	Esercizio 2025
Risultato prima delle imposte	207.305	217.846
Aliquota IRES in vigore per l'esercizio	24,0%	24,0%
Oneri fiscale teorico	49.753	52.283
Differenze permanenti in aumento	262.612	322.163
Differenze permanenti in diminuzione	(245.562)	(236.310)
Altre imposte sul reddito (IRAP)	37.903	39.944
Imposte correnti sul reddito	86.513	178.080
<i>Aliquota Fiscale Effettiva %</i>	<i>41,7%</i>	<i>81,7%</i>

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:

	31 Dicembre 2025
Fidejussioni Bancarie accese a garanzia di contributi da enti pubblici e contratti privati	2.188.284
Garanzie Prestate	2.188.284
Fidejussioni ricevute a garanzia da confezionatori di grattugiato, come da convenzione	1.261.000
Fidejussioni ricevute a garanzia da confezionatori di porzioni, come da convenzione	2.827.000
Garanzie Ricevute	4.088.000

ALTRE INFORMAZIONI

INFORMAZIONI CIRCA I LAVORATORI DIPENDENTI

Il numero medio dei dipendenti in forza al Consorzio nel corso del 2025 è stato di 70,8 unità, in aumento di 1 unità. I dipendenti in forza al 31 dicembre 2025 ammontavano a 72 unità.

Numero Medio Lavoratori Dipendenti	Esercizio 2024	Esercizio 2025	Variazione
Dirigenti	1,9	2,0	0,1
Quadri	5,0	5,0	0,0
Impiegati	61,8	62,8	1,0
Operai	1,0	1,0	0,0
Totale	69,7	70,8	1,1

Numero Lavoratori Dipendenti al	31 Dicembre 2024	31 Dicembre 2025	Variazione
Dirigenti	2	2	-
Quadri	5	5	-
Impiegati	63	64	1
Operai	1	1	-
Totale	71	72	1

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

Amministratori in carica: 27

Sindaci effettivi: 3

Sindaci supplenti: 2

	Esercizio 2024	Esercizio 2025	Variazione
Amministratori in carica	482.682	527.691	45.009
Sindaci Effettivi e Supplenti	83.288	94.569	11.281
Totale	565.970	622.260	56.290

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 2025, in complessivi euro 26.000.

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'anti-riciclaggio - 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 201, 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 dicembre 2025, 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 euro 3.063.243:

- 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: Euro 285.180;
- 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 - Azioni di informazione e di promozione concernenti i prodotti agricoli realizzate sul mercato interno e nei paesi terzi – Cina, Giappone, Taiwan - Contratto N. 101015690 ORIENT T.C: Euro 841.617;
- Regione Lombardia Progetto Resilient Grana Padano - PSR 2014-20 - Contributo in conto esercizio relativo a progetti pilota di sviluppo di innovazione Euro 54.944;
- Reg. UE 1144/2014 e Reg. UE della Commissione n. 1829/2015 del 23 aprile 2015 Atto Delegato e 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 - Stati Uniti e Canada - Contratto N. 101137689 - GRAN PRO DOP EU T.C. Euro 801.609;
- Reg. UE 1144/2014 e Reg. UE della Commissione n. 1829/2015 del 23 aprile 2015 Atto Delegato e 015 del 07 ottobre 2015 Atto Esecutivo n. 1831/2 - Contributo in conto esercizio per azioni di informazione e di promozione concernenti i prodotti agricoli realizzate sul mercato interno e nei paesi terzi – Gran Bretagna e Svizzera - Contratto N. 101138281 - CC2EU Cheers and Cheese to EU. Euro 893.415;
- MASAF 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 2024: Euro 69.340;
- Regione Lombardia "Monitoraggio di fattori di resilienza nelle aziende agro-zootecniche del GRANA Padano (acronimo MOREGRANA)" presentato ai sensi dell'operazione 16.1.01 del Programma di Sviluppo Rurale 20142020: Euro 117.138.

ADEMPIMENTI CONNESSI AL D.LGS. 231/2001

Il Consorzio di Tutela 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 2025, costituito dallo Stato Patrimoniale, dal Conto Economico, dalla Nota Integrativa, presenta un Utile d'esercizio, pari ad euro 39.766, ed è conforme a verità. Il Consiglio di Amministrazione propone l'approvazione del bilancio e di destinare l'utile d'esercizio, pari a euro 39.766, ad integrazione del fondo consortile.

Desenzano del Garda (BS), li 26 marzo 2026

Il Presidente
Renato Zaghini



Sede legale: Via XXIV Giugno n. 8 – Fraz. S. Martino della Battaglia – 25015 Desenzano del Garda (BS)
Ufficio del Registro delle Imprese di Brescia e Codice Fiscale 02184450159
Camera di Commercio di Brescia – REA n. 390431 – Partita I.V.A.: 01933250985

CONSORZIO TUTELA GRANA PADANO



RELAZIONE DEL COLLEGIO SINDACALE AL BILANCIO AL 31 DICEMBRE 2025

San Martino della Battaglia di Desenzano del Garda (Brescia), 1 aprile 2026

Spettabili Imprese Consorziato,

Nella seduta del 26 febbraio 2026 il Consiglio di Amministrazione del Consorzio ha approvato la Situazione Patrimoniale relativa all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2025, provvedendo al tempestivo deposito della stessa presso il Registro delle Imprese di Brescia nel rispetto del termine bimestrale stabilito dall'art. 2615 c.c. e dalle disposizioni dello Statuto Consortile.

Si rammenta, in proposito:

- che, ai sensi del combinato disposto degli artt. 32 e 26 dello Statuto Consortile, il Consiglio di Amministrazione è tenuto a redigere il Progetto di Bilancio d'esercizio e a sottoporlo alla deliberazione dell'Assemblea dei Consorziati;
- che tale obbligo si configura come adempimento distinto e autonomo rispetto a quello codicistico, trovando la propria fonte esclusivamente nelle previsioni statutarie.

* * *

Nel corso dell'esercizio 2025, il Collegio Sindacale ha esercitato le proprie funzioni di vigilanza e controllo di legittimità. A tale scopo:

- ha curato i necessari raccordi con il Tesoriere, con l'Organismo di Vigilanza costituito ai sensi del D.Lgs. 231/2001 e con la Società di Revisione EY S.p.a., alla quale è stato affidato l'incarico di revisione volontaria del Bilancio; dagli scambi informativi intercorsi non sono emersi elementi degni di specifica segnalazione;
- ha mantenuto rapporti sistematici e continuativi con il Direttore Generale e con i responsabili delle principali funzioni consortili;
- ha potuto avvalersi della collaborazione del personale del Consorzio nello svolgimento delle verifiche.

I componenti del Collegio, anche a titolo individuale, hanno intrattenuto contatti regolari con l'Organo Amministrativo 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 va il nostro più sincero ringraziamento.

* * *

Nell'esercizio in esame il Collegio Sindacale ha vigilato sull'osservanza della legge e dello Statuto Consortile. In particolare:

- ha partecipato alle Assemblee dei Consorziati e alle riunioni del Consiglio di Amministrazione, accertando che le deliberazioni assunte fossero orientate al perseguimento delle finalità consortili e conformi al quadro normativo e statutario di riferimento;
- ha tenuto sette riunioni con i responsabili delle funzioni amministrative e, ove ritenuto opportuno, con il Direttore Generale, acquisendo le informazioni necessarie a valutare l'andamento della gestione consortile; ha inoltre effettuato una verifica contabile nel corso dell'esercizio.

L'insieme di tali attività ha consentito al Collegio di monitorare con continuità l'andamento economico e finanziario del Consorzio, nonché di valutare l'adeguatezza della struttura organizzativa e le modifiche apportate alla stessa in risposta alle mutevoli esigenze gestionali.

Sulla base delle verifiche condotte nel corso dell'esercizio 2025 e delle informazioni acquisite, il Collegio è in condizione di affermare quanto segue:

- a) le deliberazioni adottate dall'Organo Amministrativo appaiono conformi alla legge e allo Statuto Consortile e non risultano connotate da palese imprudenza, da potenziali conflitti di interessi o da profili idonei a pregiudicare l'integrità del Patrimonio Consortile;

- b] gli Amministratori hanno fornito un'informativa ritenuta adeguata in ordine all'andamento complessivo della gestione, alla sua prevedibile evoluzione e alle operazioni di maggiore rilievo per dimensioni e caratteristiche;
- c] non si formulano osservazioni sull'adeguatezza dell'assetto organizzativo né sulla sua capacità di rappresentare correttamente i fatti gestionali;
- d] nel corso dell'attività di vigilanza non sono emersi fatti significativi non già portati a conoscenza dei Consorziati o dell'Organo Amministrativo, né tali da richiedere menzione nella presente Relazione;
- e] non si è reso necessario alcun intervento suppletivo per omissioni degli Amministratori;
- f] non sono pervenute denunce ai sensi dell'art. 2408 c.c.;
- g] non sono state presentate denunce al Tribunale ai sensi dell'art. 2409, comma 7, c.c.;
- h] al Collegio non è stato richiesto di rendere pareri motivati;
- i] l'Organismo di Vigilanza ex D.Lgs. 231/2001 ha presentato al Consiglio di Amministrazione la propria relazione annuale sull'attività svolta, con allegata proposta di aggiornamento del Modello Organizzativo in relazione alle novità normative sopravvenute.

Bilancio d'esercizio al 31 dicembre 2025 e rendicontazione integrata

Il Bilancio e la documentazione allegata sono stati trasmessi dall'Organo Amministrativo al Collegio Sindacale previo consenso di quest'ultimo a derogare al termine di cui all'art. 2429 c.c.

Si ricorda che al Collegio Sindacale lo Statuto consortile assegna i compiti previsti dall'articolo 2403 c.c. quando non gli è attribuita anche la revisione legale e che, con l'Assemblea del 18 aprile 2024, alla Società di Revisione EY S.p.a. è stato attribuito l'incarico di revisione del Bilancio ai sensi dell'art. 32 dello Statuto Consortile.

Il Collegio evidenzia che il Bilancio d'esercizio al 31 dicembre 2025 costituisce parte integrante di un più ampio documento di rendicontazione integrata, che unifica in un unico documento le informazioni economico-finanziarie e quelle relative agli impatti ambientali, sociali e di governance, in coerenza con il percorso evolutivo avviato negli esercizi precedenti.

Si precisa che tale modello di rendicontazione non è stato assoggettato a procedure di revisione da parte della Società EY S.p.a. e che la sua verifica e valutazione esulano dalle attribuzioni statutarie del Collegio Sindacale. Le considerazioni che seguono si riferiscono pertanto esclusivamente al Bilancio d'esercizio.

Tuttavia si evidenzia che la rendicontazione di sostenibilità è stata predisposta secondo un'impostazione metodologica progressivamente allineata agli European Sustainability Reporting Standards (ESRS), con l'obiettivo di rafforzare l'integrazione tra strategia, governance e risultati.

Il Collegio rileva che il Consorzio ha sviluppato un processo strutturato di analisi di materialità, volto a individuare i principali impatti, rischi e opportunità connessi alle proprie attività, orientando conseguentemente le priorità strategiche e il dialogo con gli stakeholder.

Dal documento emerge una particolare rilevanza delle tematiche sociali e di governance, in considerazione della natura istituzionale del Consorzio, con specifico riferimento a profili quali etica, trasparenza, integrità, gestione delle risorse umane e relazioni con il territorio.

La dimensione ambientale, pur risultando maggiormente circoscritta alle attività operative dirette, è oggetto di monitoraggio con riferimento, tra gli altri, ai temi dell'energia e della gestione dei rifiuti, in un'ottica di miglioramento progressivo e responsabilità organizzativa.

Il Collegio prende inoltre atto dell'impegno del Consorzio nel mantenere un dialogo strutturato con i propri stakeholder e nel rafforzare nel tempo il perimetro e la qualità delle informazioni rendicontate, anche attraverso un progressivo ampliamento della prospettiva di analisi alla filiera.

Il Collegio ha esaminato la relazione di revisione emessa da EY S.p.a. sul Bilancio al 31 dicembre 2025, dalla quale non emergono rilievi. In conformità a quanto attestato dal soggetto incaricato della revisione, il Bilancio d'esercizio rappresenta in modo veritiero e corretto la situazione patrimoniale e finanziaria, il risultato economico e i flussi di cassa del Consorzio, in aderenza alla normativa che ne disciplina la redazione.

Il Collegio ha vigilato sull'impostazione generale del Bilancio e sulla sua conformità alla legge con riguardo alla formazione e alla struttura, senza riscontrare elementi da portare alla vostra attenzione. Il Collegio ha altresì accertato, per il tramite di verifiche periodiche e di incontri con la Società di Revisione, il rispetto delle norme di legge e statutarie che disciplinano la predisposizione del Bilancio d'esercizio consortile.

Il Collegio ha esaminato i criteri di valutazione applicati nella formazione del Bilancio, verificandone la conformità alle prescrizioni di legge e la coerenza con le condizioni economico-consortili; tali criteri risultano omogenei con quelli adottati per la Situazione Patrimoniale approvata il 26 febbraio 2026. In particolare si rileva che:

- il progetto di Bilancio è stato redatto in continuità con i criteri di valutazione degli esercizi precedenti, ai sensi dell'art. 2423-bis, n. 6), c.c.; gli Amministratori non hanno parimenti fatto ricorso alla deroga prevista dal n. 4) del medesimo articolo;
- la Nota Integrativa fornisce le indicazioni necessarie a garantire sufficiente completamento dell'informativa;
- nel corso dell'esercizio non si sono verificate circostanze eccezionali che abbiano reso necessario il ricorso alle deroghe di cui all'art. 2423, comma 4, c.c.;
- è stato redatto il Rendiconto Finanziario ed è indicata la Posizione Finanziaria Netta al 31 dicembre 2025.

Il Collegio prende atto che gli immobili consortili sono stati oggetto di rivalutazione in esercizi precedenti ai sensi dell'art. 15, commi 16 e seguenti, del D.L. n. 185/2008 (conv. con mod. dalla L. n. 2/2009) e, limitatamente ai soli fabbricati, dell'art. 110, commi 1-7, della L. 13 ottobre 2020, n. 126, di conversione con modificazioni del D.L. 14 agosto 2020, n. 104.

Non vi sono ulteriori osservazioni da aggiungere rispetto a quanto già esposto dall'Organo Amministrativo nei documenti che compongono il Bilancio e nella Relazione sulla Gestione.

* * *

Egredi Consorziati,

il progetto di Bilancio relativo all'esercizio 2025, assoggettato a revisione dalla Società EY S.p.a., viene di seguito sinteticamente rappresentato nei suoi dati essenziali, così come predisposto dal Consiglio di Amministrazione:

Stato Patrimoniale	2024	2025
ATTIVO	43.878.526	53.029.240
Passività	33.637.572	42.748.520
Patrimonio Netto		
Utile dell'Esercizio	120.792	39.766
Riserve di rivalutazione	6.161.329	6.161.329
Fondo Consortile	3.958.833	4.079.625
Totale Patrimonio Netto	10.240.954	10.280.720
Totale PASSIVO	43.878.526	53.029.240
Conto Economico	2024	2025

Totale valore della produzione	65.506.364	78.515.033
Totale costi della produzione	65.207.926	78.156.734
Differenza tra valore e costi della produzione	295.439	358.299
Differenza proventi – oneri finanziari	-88.134	-140.453
Rettifiche valore di attività finanziarie		
Imposte sul reddito d'esercizio correnti, differite e anticipate	-86.513	-178.080
Risultato dell'esercizio	120.792	39.766

Valutate le risultanze dell'attività di vigilanza svolta e preso atto del giudizio senza rilievi contenuto nella relazione della Società di Revisione, il Collegio Sindacale non riscontra motivi ostativi all'approvazione, da parte dei Consorziati:

- del Bilancio d'esercizio chiuso al 31 dicembre 2025, così come redatto dagli Amministratori;
- della proposta del Consiglio di Amministrazione di destinare l'avanzo d'esercizio, pari ad euro 39.766, ad incremento del Fondo Consortile.

* * *

San Martino della Battaglia di Desenzano del Garda (Brescia), lì 1 aprile 2026

IL COLLEGIO SINDACALE

F.to Dott. Francesco Landriscina – Presidente del Collegio Sindacale

F.to Dott. Lucio Leoni – Sindaco Effettivo

F.to Dott. Marco Bianchi – Sindaco Effettivo



Shape the future
with confidence

Consorzio Per La Tutela Del Formaggio Grana Padano

Bilancio d'esercizio al 31 dicembre 2025

Relazione della società di revisione indipendente



Shape the future
with confidence

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 del
Consorzio Per La Tutela Del Formaggio Grana Padano

Giudizio

Abbiamo svolto la revisione contabile del bilancio d'esercizio di Società Consorzio Per La Tutela Del Formaggio Grana Padano (il Consorzio), costituito dallo stato patrimoniale al 31 dicembre 2025, 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 2025, 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 2025, non era obbligata 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.



Shape the future
with confidence

Il collegio sindacale ha la responsabilità della vigilanza, nei termini previsti dalla legge, sul processo di predisposizione dell'informativa finanziaria del Consorzio.

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 la Società 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



Shape the future
with confidence

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, 31 marzo 2026

EY/S.p.A.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Andrea Barchi', written over the printed name.

Andrea Barchi
(Revisore Legale)



Un'emozione italiana.



OLIMPIC AND PARALIMPIC
SPONSOR OF MILANO CORTINA 2026



CONSORZIO TUTELA GRANA PADANO
Via XXIV Giugno n. 8
25015 Desenzano del Garda (Brescia)
tel. +39 030-9109811
www.granapadano.it





Un'emozione italiana.



CONSORZIO TUTELA GRANA PADANO
Via XXIV Giugno n. 8
25015 Desenzano del Garda (Brescia)
tel. +39 030-9109811
www.granapadano.it

