

Il neonato osservatorio Nomisma-Unicredit rileva la crescita. In Francia il 33% dell'export

La bufala pesa 56 milioni di kg

Il valore della mozzarella campana ha raggiunto i 530 mln

DI EMANUELE SCARCI

La Mozzarella di bufala campana più forte dell'aumento dei prezzi. Nel 2022 la produzione e le vendite sono cresciute del 3,8% rispetto all'anno precedente; la produzione complessiva è di circa 56 mln di kg per un valore al caseificio di 530 mln di euro.

Ottimi i risultati anche sul fronte export (35% dei volumi), con un aumento in quantità del 9%. «Un quadro soddisfacente, ma purtroppo a causa dell'impennata dei prezzi dell'energia e delle materie prime i margini si sono erosi», ha osservato ieri il presidente del **Consorzio Mozzarella di bufala campana, Domenico Raimondo**, nel corso della presentazione, a Milano, del neonato Osservatorio economico sul prodotto di **Nomisma e Unicredit**. «Nella distribuzione moderna le nostre imprese sono in una tenaglia: da una parte, subiamo gli aumenti dei costi di produzione e, dall'altra, le catene commerciali ci impediscono di scaricarli a valle».

Secondo l'Osservatorio, nove italiani su dieci hanno consumato Mozzarella di bufala campana nell'ultimo anno, il 25% almeno una volta a settimana e il 20% è pronto a farlo anche a colazione. La filiera è composta da 1.201 allevamenti e 91 caseifici. Anche per il 2023 in cima alle preoccupazioni del comparto c'è proprio il calo della redditività del comparto. In particolare, lo sviluppo del comparto è messo a rischio da tre fattori: aumento dell'inflazione (+17% per la mozzarella Dop), incremento dei costi di produzione e perdita del potere di acquisto del consumatore. L'Osservatorio Nomi-

sma/Unicredit ha analizzato struttura, performance e mercati di consumo. È il Nord ovest dell'Italia dove si acquista più mozzarella Dop (il 34,9%), mentre all'estero la Francia si conferma il primo Paese tra i mozzarella-lover, assorbendo da sola il 33% dell'export.

Tra i mercati più promettenti per i prossimi anni spicca il continente asiatico con Emirati Arabi, Giappone, Cina e Corea del Sud. Nomisma ha tracciato anche l'identikit del consumatore della bufala campana: è maschio, appartiene alle Generazioni X (41-55 anni) e Millennials (26-40 anni), è un imprenditore con figli con un buon titolo di studio e reddito alto, abita in Centro Italia e conosce il valore aggiunto del marchio Dop.

In un contesto economico molto incerto, le famiglie italiane sono pronte a rendere più leggero il carrello della spesa, ma la mozzarella Dop è in fondo alla lista dei cibi da tagliare e lo farebbe solo il 10% dei consumatori.

Infine, all'evento di presentazione dell'Osservatorio, ha partecipato con un video messaggio il ministro dell'agricoltura **Francesco Lollobrigida**. «Stiamo lavorando», ha detto Lollobrigida, «contro l'*italian sounding* e anche contro il *Nutriscore* e le *health warning* sulle etichette europee di vino, birra e liquori. Il nostro impegno per proteggere la qualità delle produzioni italiane è massimo. Nella legge di bilancio abbiamo inserito misure che favoriscono l'innovazione, fattore necessario anche per contrastare quelle patologie che aggrediscono la zootecnia e l'agroalimentare in tutte le sue filiere».

— © Riproduzione riservata —



Domenico Raimondo

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 3041 - L.1721 - T.1721

