

IMPORT RECORD Data Stampa 6901

Data Stampa 6901-Data Stampa 6901

Dallo yogurt alla feta, il successo dei prodotti greci in Italia e nel mondo

Quanto piace la Grecia agli italiani (e non solo). Non solo come meta turistica ma anche a tavola. Tra yogurt, feta, olive, moussaka, gyros, olio e kiwi, i prodotti alimentari ellenici stanno registrando un crescente successo sia nella distribuzione moderna che nella ristorazione. Se al supermercato si fanno strada yogurt, Feta, olive Kalamata, baklava, tzatziki e dessert di stile greco, fuoricasa si sviluppano le prime catene di taverne greche, come Milos, che punta a superare i 12 locali diretti entro il 2026, per poi aprire anche al franchising. Il capofila di questa tendenza è lo yogurt greco: nell'ultimo anno le vendite in Gdo sono salite del 30% a volume e del 26% a valore, raggiungendo i 413 milioni di euro, stima Circana. È arrivato dalla Grecia il 42,5% delle 205mila tonnellate di yogurt importate nel 2025 in Italia (+11% annuo, stima Assolatte). In meno di un decennio il greco ha conquistato quasi un quarto del mercato italiano dello yogurt, nonché il carrello della spesa del 58% delle famiglie, che lo acquistano in media 27 volte l'anno (fonte YouGov). Passa dai fornelli anche la crescita della Feta, tutelata dalla Dop da oltre 20 anni. Gli italiani non la usano più solo in insalate e piatti freddi ma anche cucinata e la preferiscono in formati pratici (come i cubetti) o in versione senza lattosio. Così se prima si comprava solo d'estate, oggi il 42% degli acquisti avviene nelle altre tre stagioni, facendone il formaggio a maggior crescita in Gdo, per un valore di 120 milioni e 8,3 milioni di kg, a dispetto del prezzo medio superiore allo standard dei formaggi freschi.

Le esportazioni agroalimentari elleniche sono passate in un decennio da 3,3 a 11,5 miliardi (18,6% dell'export totale nazionale), con un aumento del 7,8% nel solo 2025 2025. L'Italia è il primo mercato (20%) davanti alla Germania (sotto al 15%). E se ortofrutta, latticini, olive e olio continuano a fare il grosso delle spedizioni (65% di incidenza), altri prodotti stanno crescendo, come vini, birre, ouzo e

prodotti di acquacoltura, su cui il governo sta puntando molto e a cui ha appena destinato 131 milioni di euro a supporto di nuovi allevamenti.

Ma il successo globale del greek food ha un sapore agrodolce per i greci, perché l'esplosione del mercato ha accentuato lo storico squilibrio tra il mercato potenziale globale e la capacità reale di Atene di soddisfarlo. Perlomeno con prodotti autenticamente ellenici. Il caso emblematico è quello del cosiddetto "yogurt alla greca" (greek style), che mutua la tecnica di produzione dello yogurt ellenico e la riproduce ovunque (e soprattutto negli Usa, primo mercato per questo prodotto). E che si è ormai "mangiato" lo yogurt greco poiché rappresenta la fetta maggiore del fiorente mercato globale, che cresce del 9% l'anno e si stima toccherà i 30,2 miliardi di dollari entro il 2031. Anche la Feta sta vivendo una situazione di stress da troppo successo: a fronte a un export cresciuto del 700% in 20 anni, c'è una filiera dalle dimensioni limitate (140mila tonnellate di produzione annua) oltretutto ora indebolita dall'epidemia di vaiolo delle pecore e delle capre, che sta riducendo in modo significativo la disponibilità di latte (circa del 10%). Con inevitabili ripercussioni su prezzi ed export, in un mercato mondiale già dominato per oltre due terzi da produzioni non elleniche.

—Ma.So

© RIPRODUZIONE RISERVATA

