

TIMORE DAZI ALLEANZA TRA CONSORZI

Mozzarella di Bufala: obiettivo Europa in alternativa agli Usa

G.d.O.

Obiettivo: l'export "di prossimità". I progetti a medio termine di un'eccellenza dell'agroalimentare italiano come la Mozzarella di Bufala Campana Dop potrebbero anche anticipare scenari futuri per l'intero made in Italy all'indomani dei nuovi Dazi di Trump: riduzione della proiezione internazionale e obiettivo puntato sui mercati vicini a corto raggio se non sul mercato interno. D'altro canto, il settore lattiero caseario italiano già finì nel mirino dell'ondata di barriere tariffarie che il presidente Usa varò nel 2018.

La Mozzarella di Bufala Campana Dop ha presentato ieri i propri dati produttivi (55.700 tonnellate, +0,23%) e di mercato (con un arretramento dell'export la cui quota sulla produzione è scesa dal 38,3 al 36,8%). La flessione delle vendite all'estero è stata determinata in particolare dal calo della Germania (dove i rincari dei prezzi dell'energia hanno impattato negativamente sui costi di trasporti e logistica) mentre hanno tenuto Francia e Spagna.

Si è rafforzato invece il mercato interno, trainato in particolare dalle regioni del Centro (la cui quota sugli acquisti è passata dal 17,9 al 23,5%) e del Nord-Est (la cui quota è salita dal 16,6 al 24,5% del totale).

Per questi motivi il Consorzio della Mozzarella di Bufala Campana ha annunciato ieri, per il 2025, un importante piano di promozione all'estero centrato su Francia, Germania, Inghilterra e Paesi Bassi. Questo perché, al di là della congiuntura, i mercati di prossimità come quelli europei hanno sempre rivestito un ruolo strategico per un prodotto dalla bassa *shelf life* come la Mozzarella di Bufala Dop. Il piano, del valore di un milione di euro sarà condiviso con Ricotta di Bufala Campana Dop e Prosciutto di San Daniele Dop.

«Di fronte alle difficoltà, dettate dal contesto internazionale e dalla crisi dei consumi – ha commentato il presidente del Consorzio, Domenico Raimondo – la filiera è riuscita a reggere, con risultati in linea con il 2023. Questo deve spingerci a programmare bene il futuro e a delineare strategie efficaci per affrontare i cambiamenti in atto».

«Tra i nostri obiettivi – ha aggiunto il direttore del Consorzio, Piermaria Saccani – c'è il ripristino dell'equilibrio nella produzione di latte. Continuiamo a produrre meno latte in primavera ed estate quando la domanda di mozzarella cresce e più latte in inverno con una domanda più debole. L'idea è di cercare il riequilibrio mediante un meccanismo premiale che in grado di favorire gli allevatori virtuosi».