

Corriere del Mezzogiorno - Campania - Giovedì 23 Ottobre 2025

Mozzarella Dop«regina dei social»

In 24 mesi un'audience di 37 milioni di utenti

La Mozzarella di Bufala Campana Dop è considerata il cibo romantico per eccellenza dai consumatori europei, capace di renderli felici al primo morso. La sua audience digitale raggiunge 37 milioni di utenti, secondo le ricerche di Nomisma e Arcadia presentate ieri al Consorzio di Tutela, nella Reggia di Caserta.

«Al centro della nostra analisi — dice Denis Pantini, Responsabile Agrifood Nomisma — abbiamo inserito tre macro-temi: notorietà, percezione e comportamenti di consumo. Sono stati coinvolti Austria, Belgio, Paesi Bassi, Regno Unito e Svizzera. Proprio inglesi e svizzeri sono stati nell'ultimo anno i maggiori consumatori di mozzarella Dop, con circa il 30% della popolazione». Per Nomisma consumatore tipo della Mozzarella di Bufala Campana Dop è giovane, spesso appartenente alla generazione dei Millennial, vive in città e appartiene a una fascia medio-alta. È attento alla sostenibilità, pratica uno stile di vita attivo e mostra un legame affettivo con l'Italia, avendo visitato il Paese o avendo familiari italiani. Sul piano emozionale, la Mozzarella di Bufala Campana evoca soprattutto piacere (29% degli utenti), benessere (24%), felicità (15%) e innamoramento (10%). A tavola, la Mozzarella di Bufala Campana è considerata perfetta per cene "italiane" (30% dei consumatori), per incontri con amici (19%) e per cene romantiche (16% anche se ben il 20% degli austriaci).

E sebbene lo studio di Nomisma riveli anche abbinamenti curiosi tra mozzarella Dop e piatti tipici locali — dallo strudel fino al fish and chips — la ricerca di Arcadia mostra quanto la sua influenza si estenda al mondo digitale. «Il brand/topic Mozzarella di Bufala Campana Dop ha prodotto negli ultimi 24 mesi un parlato capace di raggiungere un'audience complessiva di 37 milioni di utenti», sottolinea Domenico Giordano, data analyst e Ceo di Arcadia rimarcando come il cosiddetto "sentiment" sia molto positivo per 2/3 degli utenti. «I due studi mostrano le infinite potenzialità di crescita della mozzarella — osserva Domenico Raimondo, presidente del Consorzio di Tutela — Complice anche il momento d'oro che la Campania sta vivendo un momento dal punto di vista del turismo. Serve però una strategia fatta di ricerca e innovazione per fare sempre meglio. I due studi dimostrano che le potenzialità di crescita sono ancora molto alte».

I dati «presentati ci dimostrano con chiarezza che bisogna continuare a puntare sulla qualità come elemento distintivo del nostro prodotto e del Made in Italy all'estero — sottolinea Pier Maria Sacconi, direttore del Consorzio di Tutela Mozzarella di Bufala Dop — Ma va rimarcato come la mozzarella Dop sia ormai un vero e proprio asset economico e non solo un cibo buono da gustare».

La mozzarella Dop «è un ottimo driver per il territorio — conferma Diego Matricano, docente del Dipartimento di Economia dell'Università Vanvitelli — in quanto è in grado di attrarre turisti, ma le potenzialità vanno sfruttate in modo strategico».

«Il nostro impegno per la Dop economy — conclude Emanuele Fontana, coordinatore Agricoltura di Crédit Agricole Italia — è da sempre basato sulla valorizzazione dell'intera filiera, con prodotti dedicati ai territori ricchi di tradizione come quello che dà origine alla Mozzarella di Bufala Campana, autentica eccellenza del Made in Italy».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Paola Cacace