

Mozzarella regina di Francia crescono export e richieste

Il Consorzio di tutela ospite della tre giorni a Parigi nell'ambito del «Salon du Fromage» In aumento la quota di mercato, si rafforzano le prospettive della Dop Economy italiana

INTESE DI GUSTO

Nando Santonastaso

«Le coup de foudre» è diventato molto di più. Tra i francesi e la mozzarella di bufala campana Dop il colpo di fulmine, l'amore a prima vista si è ormai trasformato in una storia a tutti gli effetti, di quelle cioè destinate a durare a oltranza e con reciproca gratitudine. Perché Parigi vale il 33,6% del totale delle esportazioni del caratteristico formaggio (una mozzarella Dop su tre, in altre parole, che ha oltrepassato i confini dell'Italia è finita sulle tavole dei consumatori transalpini che così si confermano i primi "mozzarella-lovers" in assoluto). E anche perché se un tempo poteva bastare la partecipazione alle fiere di settore, in un Paese che ha tradizioni consolidate in fatto di formaggi e prodotti lattiero-caseari, ora la nuova frontiera del Consorzio di tutela è di irrobustire la comunicazione oltre confine con iniziative mirate, testimonial di forte impatto, messaggi sempre più coinvolgenti. Il "coup de foudre" diventa, insomma, una strategia di mercato ancora più capillare che al di là dei comprensibili aspetti commerciali può essere interpretata anche come la voglia di rispondere alle incognite economiche e distributive di questi tempi con idee e coraggio imprenditoriale. Di qui la partecipazione del Consorzio, presieduto da Domenico Raimondo, al «Salon du Fromage et des Produits Laitiers» (in collaborazione con Ice), che si svolge dal 7 al 9 giugno prossimi nel centro espositivo "Paris Expo Porte de Versailles" e rappresenta uno degli appuntamenti internazionali più prestigiosi del mondo lattiero-caseario, un punto di riferimento obbligato per produttori, distributori, buyer e professionisti provenienti da tutto il mondo. Nell'occasione, lunedì prossimo 8 giugno, l'ente di tutela, ospitato all'interno della Reggia di Caserta, interverrà alla tavola rotonda su «Les fromages italiens: entre cuisines, traditions et transmission», un focus sui gesti e sul saper fare della tradizione casearia italiana: è prevista anche una degustazione guidata di Mozzarella di Dop per un pubblico selezionato di stakeholder.

MARKETING

La partecipazione al "Salon du fromage" è inoltre affiancata da una campagna di comunicazione nel metrò parigino e da una campagna di affissioni lungo le strade che portano al mercato di Rungis, il più grande al mondo di prodotti freschi all'ingrosso. «L'obiettivo informa una nota dell'ufficio stampa del Consorzio di tutela - è di

comunicare il territorio di origine della Bufala Dop, attraverso una rete di trasporti che copre tutte le principali aree urbane francesi, puntando su un target di pubblico giovane, urbano, composto da pendolari quotidiani». Il resto lo farà Serena Autieri, l'attrice napoletana apprezzata protagonista del nuovo spot realizzato dal Consorzio che sarà trasmesso anche in Francia attraverso una pianificazione che punta sulle connected tv. La campagna è stata realizzata con il contributo della Regione Campania, Complemento di Sviluppo Rurale 2023-2027. E non è finita qui perché in autunno il Consorzio è pronto a tornare in Francia in occasione del Sial, una delle più importanti fiere mondiali di settore, in programma a Parigi dal 17 al 21 ottobre. «La nostra presenza ancora una volta nella città della Tour Eiffel dice il presidente Raimondo è un'ulteriore conferma dell'impegno nella valorizzazione della mozzarella di bufala campana Dop sui mercati esteri e in particolare nella promozione di questa eccellenza del Made in Italy agroalimentare in un Paese che vanta una grande tradizione casearia e mostra di apprezzare sempre di più la qualità del nostro prodotto».

IL MERCATO

Lo dicono, come si accennava prima, i numeri. E non solo quelli dell'export o quelli, ancora forse più significativi, che raccontano come fa Mauro Rosati nel gran bel volume dedicato alla Dop Economy italiana di un prodotto che muove 50mila tonnellate certificate all'anno, genera un giro di affari intorno ai 500 milioni di euro e coinvolge 750 operatori e migliaia di addetti (ancorché sembra più difficile trovare oggi i futuri eredi di questo lavoro). Ci sono anche le percentuali del gradimento, che spiegano perché il "colpo di fulmine" è diventato una vera e propria tendenza. Una recente indagine condotta da Nomisma sui consumatori europei (almeno dei Paesi dove il prodotto Dop è più radicato) ha dimostrato infatti che per il 57 per cento dei francesi la presenza del logo del Consorzio di Tutela sulle confezioni di mozzarella di bufala campana DOP è garanzia di qualità e nei prossimi tre anni il 40 per cento dei giovani francesi under 30 dichiara che aumenterà i consumi del caratteristico formaggio fresco italiano. A scegliere questa eccellenza sono sempre più le donne tra i 30 e i 44 anni, che la amano perché è fresca e rappresenta un simbolo della cucina italiana. Lo rivela la survey di Nomisma dedicata al mercato francese della mozzarella Dop. Non è un caso che nel 2023, in occasione del Sial di quell'anno, fu presentata in Place de la Concorde uno dei simboli mondiali di Parigi - una ricetta speciale, creata dalla chef Carla Ferrari, finalista alla trasmissione televisiva "Top Chef Francia", un inedito maritozzo salato alla mozzarella di bufala Dop, con maionese alle alici di Cetara, pomodori del piennolo semi-confit e basilico. Un vero e proprio omaggio tricolore al Sud Italia con la MBCD protagonista assoluta.

© RIPRODUZIONE RISERVATA