



COMUNICATO STAMPA

Mozzarella di Bufala Campana Dop aumentano i consumi al Centro e Nord Est Via a campagna di promozione all'estero

31 gennaio 2025 – Sono le regioni del Centro e del Nord Est le aree geografiche “mozzarella lover” in Italia. Dal Lazio fino al Friuli, passando per l’Emilia Romagna, ecco i territori che hanno trainato i consumi di mozzarella di bufala campana Dop nel 2024. L’anno appena trascorso ha visto un aumento dei consumi interni e una leggera flessione dell’export di Bufala Campana. È quanto emerge dal report sulla filiera elaborato dal Consorzio di Tutela e presentato oggi nell’ambito della giornata di studio “**Mozzarella di Bufala Campana DOP: direzione Futuro**”, tenutasi alla Camera di Commercio di Caserta.

I NUMERI

L’analisi dei **dati 2024** ha evidenziato una **produzione di 55 milioni 718mila chilogrammi di mozzarella di bufala campana Dop**, pari a + 0,23% sul 2023, con uno sprint nell’ultimo trimestre che ha consentito di recuperare un’annata segnata da una serie di congiunture, a partire dalle difficoltà dell’export, passato dal 38,3% del 2023 al 36,8% del 2024 sul totale della produzione. I Paesi al vertice della classifica sono la Francia (che sale dal 29% al 31,8%, assorbendo da sola un terzo dell’export), la Germania (con una quota passata dal 15,7% del 2023 al 18,1% dello scorso anno) e la Spagna (cresciuta dal 5,1% all’8,1%).

Si affacciano anche **new entry tra i mercati di destinazione**, come la Norvegia e la Thailandia, censiti per la prima volta. Tra **i Paesi ritenuti più interessanti per il futuro** figurano invece l’Europa dell’Est, il Messico e poi il continente asiatico, dagli Emirati Arabi fino a Singapore e Malesia.

E per il 2025 il Consorzio è pronto a lanciare una campagna di promozione in Europa da oltre 1 milione di euro, concentrando le risorse in mercati strategici come Francia, Germania, Inghilterra e Paesi Bassi.



Sul versante interno, aumentano i consumi in Italia, saliti al 63,2% rispetto al 61,7% del 2023. A dare il maggior contributo sono il Nord Est del Paese (consumi aumentati dal 16,6% al 24,5%) e il Centro (dal 17,9% al 23,5%), mentre le vendite nel Nord Ovest passano dal 39,6% al 32,3% e al Sud dal 26% al 19,7%.

I COMMENTI

*“Abbiamo vissuto un anno in chiaroscuro”, commenta il presidente del Consorzio di Tutela, **Domenico Raimondo**, e aggiunge: “Di fronte alle difficoltà, dettate dal contesto internazionale e dalla crisi dei consumi, la filiera però è riuscita a reggere, con risultati sostanzialmente in linea con il 2023. Questo deve spingerci a programmare bene il futuro, a delineare strategie efficaci per affrontare i rapidi cambiamenti in atto. Tutti gli attori della filiera devono impegnarsi a guardare nella stessa direzione di sviluppo, lavorando insieme”.*

A elencare le priorità d’azione è il direttore del Consorzio, **Pier Maria Saccani**: *“Occorre risolvere alcuni nodi fondamentali, in particolare il ripristino di un equilibrio perduto in merito alla destagionalizzazione della produzione di latte. I dati ci dicono che si continua a produrre più latte nei mesi invernali, quando la domanda cala, e meno latte in primavera-estate, quando invece aumenta la richiesta di mozzarella Dop. Questo squilibrio ha portato ad avere un eccessivo quantitativo di latte congelato, che non può essere utilizzato per la Dop, e dunque va frenato anche con meccanismi premiali nei confronti degli allevatori virtuosi. Un contratto tipo è la via per uniformare e regolamentare l’intera filiera, ma non nei prezzi, che vengono decisi dal mercato e da nessun altro. Inoltre, dobbiamo sfruttare al meglio le moderne tecnologie per rafforzare il nostro sistema di tracciabilità. Infine, dobbiamo puntare sempre più sulla qualità del nostro prodotto, comunicando al consumatore cosa rappresenta e le caratteristiche che lo legano al territorio di origine”.*

L’IMPEGNO PER LA TRASPARENZA E LA TRACCIABILITÀ

Proprio sul fronte della tracciabilità, **Michele Blasi** del Dipartimento Qualità Agroalimentare (Dqa, l’ente terzo incaricato dal 2013 di svolgere i controlli e la certificazione della filiera della mozzarella di bufala campana Dop) fotografa fotografia i primi 10 anni di attività di una piattaforma unica, che non esiste in nessun altro comparto agroalimentare: *“Oltre 1 milione di dati controllati, circa 10mila visite ispettive che in un decennio hanno contribuito a garantire trasparenza e tracciabilità di uno dei prodotti simbolo del made in Italy agroalimentare, la mozzarella di bufala campana Dop”,* sottolinea, spiegando come funziona il sistema: *“Il Dqa trasmette alla piattaforma tracciabilità della filiera bufalina i dati dei caseifici e dei raccoglitori del latte iscritti al piano dei controlli della mozzarella di bufala campana Dop. I dati vengono inviati alla piattaforma implementata dal Sistema informativo agricolo nazionale (Sian) e dall’Istituto zooprofilattico*



sperimentale del mezzogiorno. Il latte acquistato, la mozzarella di bufala campana Dop e non Dop prodotta, le altre tipologie di trasformati e il latte congelato: queste sono le informazioni che, come previsto per legge, il Dqa gestisce e che da sempre sono a disposizione delle autorità di controllo, come gli uffici della Repressione frodi, le Asl, i carabinieri Forestali e quelli dei Nuclei antisofisticazioni. Ad oggi, il Dqa ha rilasciato più di 400 credenziali per l'accesso diretto ai dati, sul proprio portale, ai pubblici ufficiali addetti ai controlli”.

Il futuro della tracciabilità è indicato da **Antonio Limone**, direttore generale dell'Istituto Zooprofilattico Sperimentale del Mezzogiorno (Izsm): *“L'applicazione dell'innovazione tecnologica al sistema di tracciabilità è l'elemento fondamentale per garantire trasparenza e integrità all'intera filiera bufalina. Stiamo lavorando all'impiego dei migliori strumenti informatici, quelli più innovativi ed efficienti per dare a questo comparto sempre maggior risalto. Non sfuggirà ai consumatori che la trasparenza e l'immediata ricezione dei dati, nelle sedi istituzionali, può garantire sempre di più i produttori e gli allevatori, nell'interesse della tutela delle produzioni”*. A rimarcare l'importanza e la capillarità dei controlli che avvengono sui vari anelli della filiera è stato anche **Salvatore Schiavone**, direttore dell'Ispettorato Centrale Tutela della Qualità e Repressione Frodi dei prodotti agroalimentari (Icqrf) per la Campania e il Molise. Sul tema del credito è invece intervenuto **Emanuele Fontana** di Crédit Agricole.

I PROGETTI 2025

Gli scenari che si delineano per la filiera nel 2025 guardano innanzitutto all'estero, per diffondere la conoscenza e l'unicità della mozzarella di bufala Dop, insieme al Consorzio di Tutela della Ricotta di Bufala Campana Dop e in sinergia con il Consorzio del Prosciutto di San Daniele. Sono previsti da un lato seminari esteri con il coinvolgimento di ambasciate, consolati e uffici Ice e dall'altro iniziative con operatori del settore, portando la Bufala Dop nei luoghi di tendenza per i giovani europei, con l'obiettivo di conquistare questa fascia di consumatori. Le iniziative partiranno in primavera e dureranno per tutto il 2025, affiancate da una campagna di comunicazione e da studi di mercato condotti da Nomisma per conoscere e interpretare correttamente le abitudini del consumatore. Oltre ai progetti mirati, nel 2025 sarà incrementata la partecipazione alle fiere di settore all'estero con due tappe negli Stati Uniti per Pizza Expo a Las Vegas e per il Fancy Food a New York.



A concludere i lavori è stato l'assessore regionale all'Agricoltura, **Nicola Caputo**, che ha annunciato nuovi fondi a sostegno della promozione della mozzarella di bufala campana Dop nel mondo: *“Stiamo studiando con il Consorzio di Tutela le iniziative migliori da mettere in campo – ha dichiarato – con risorse importanti da destinare solo alla diffusione dell'unicità della Bufala Dop, prodotto simbolo della nostra terra”*.