

DOSSIER /
FILIERA BUFALA

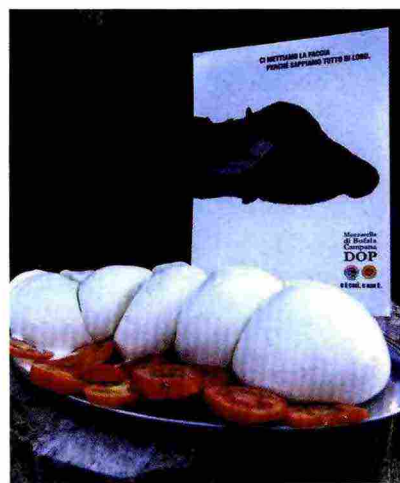
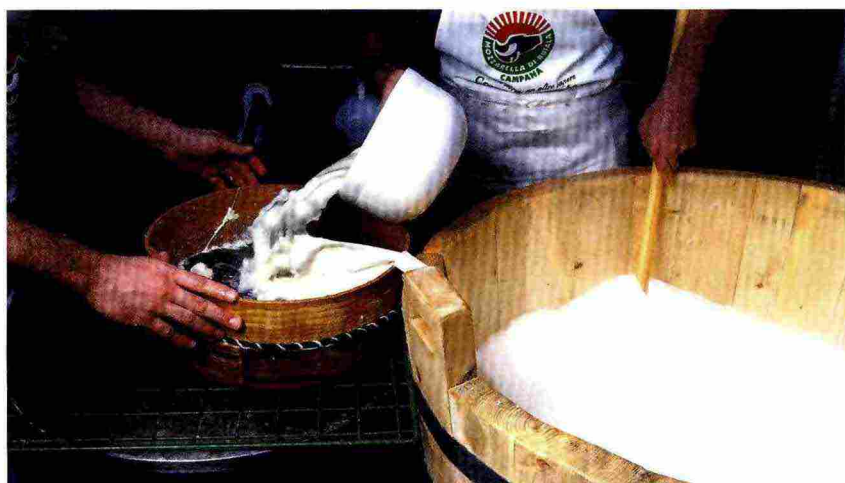
Per la mozzarella di bufala campana Export e giovani una doppia sfida

di Carlo Borrelli

Numerose iniziative del Consorzio dop per incentivare l'uso della mozzarella di bufala. Tra gli obiettivi prioritari formare le nuove leve e supportare l'internazionalizzazione delle imprese

Il 2018 si è aperto con i migliori auspici per la Mozzarella di bufala campana Dop. Dopo l'anno record del 2017, i dati sulla produzione a gennaio rilanciano l'ulteriore trend positivo di crescita con un +13,5%. L'anno scorso,

ci dice Domenico Raimondo, presidente del Consorzio della "Mozzarella di Bufala campana Dop", «sono state superate le 47mila tonnellate di mozzarella Dop prodotte (47.032), mentre nel 2016 furono 44.200 tonnellate. In due anni la bufala



Negli ultimi due anni la produzione di mozzarella di bufala campana è aumentata di quasi il 15%.

DOSSIER / FILIERA BUFALA



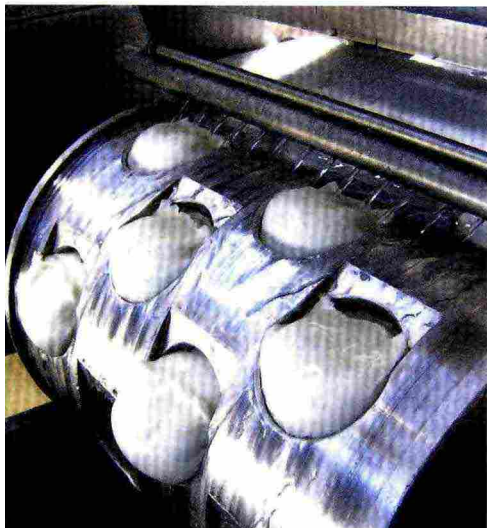
Le aree di produzione della mozzarella di bufala dop. Il valore al consumo supera i 720 milioni di euro (+7,9%) e l'export vola a +11,4%.

campana aumenta di quasi il 15% la sua produzione. Un risultato straordinario, frutto di un lavoro costante dei nostri associati».

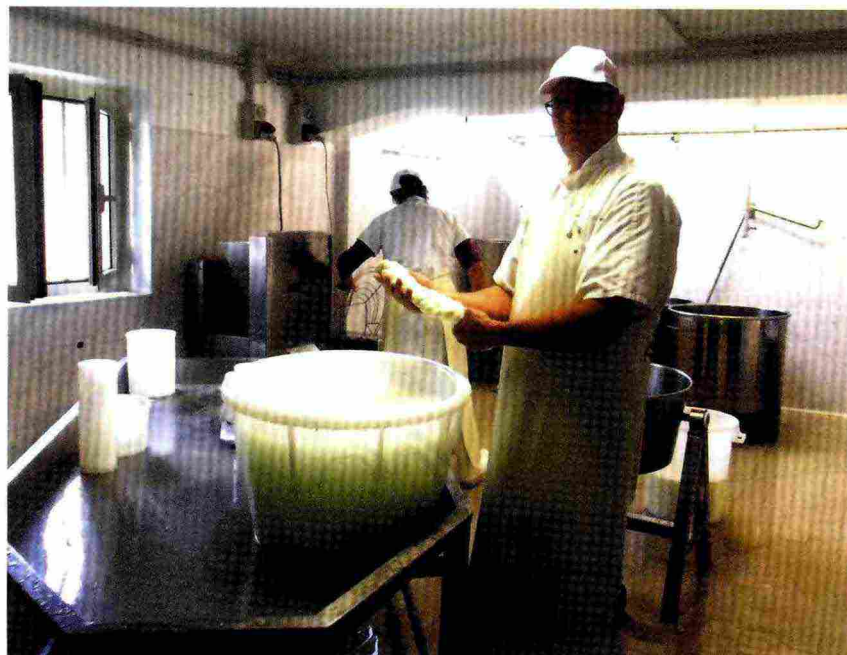
Il risvolto fondamentale è che le cifre del Consorzio di tutela si traducono in sviluppo. Infatti, in base all'ultimo rapporto Ismea-Qualivita, la mozzarella di bufala campana Dop si conferma la Ferrari del Sud: il valore al consumo supera i 720 milioni di euro (+7,9%) e l'export vola a +11,4%. E soprattutto la mozzarella di bufala Dop crea valore aggiunto nei territori di produzione, tanto che la Campania è la quarta regione del Paese per impatto economico dei prodotti a indicazione di origine. In particolare la provincia di Caserta e quella di Salerno sono le prime province del Sud nella classifica dell'impatto territoriale, rispettivamente al 10esimo e al 14esimo posto.

Di fronte a questo scenario, gli obiettivi prioritari del Consorzio sono sostanzialmente quattro, come ci spiega il presidente: «Far percepire meglio al mercato le importanti differenze qualitative fra il

DOSSIER / FILIERA BUFALA



Il 34% degli addetti nel comparto della lavorazione del latte di bufala (15mila in totale) sono under 30, mentre il 32% degli addetti sono donne.



prodotto certificato Dop, che subisce ogni anno decine di migliaia di controlli di conformità al disciplinare, e i tanti prodotti simili non certificati. Incentivare l'uso della Mozzarella di Bufala Campana Dop in gastronomia (pizzerie e ristorazione in genere), anche al fine di destagionalizzare i consumi, ancor oggi troppo sbilanciati verso i mesi più caldi. Supportare l'internazionalizzazione delle nostre imprese, la cui dimensione è spesso troppo piccola per affrontare il mercato globale, e migliorare la logistica abbattendo i costi di trasporto del prodotto. Infine, lavorare sulla formazione e sui giovani, che sono la nostra grande risorsa e scommessa».

Un corso per diventare casaro

Il Consorzio ha dato vita alla prima Scuola nazionale di formazione lattiero-casearia in Italia gestita da un Consorzio di Tutela, accreditata dalla Regione Campania. «Il primo corso per diventare casaro è andato subito esaurito e tra

gli studenti ci sono anche un giovane australiano e un americano. Il prossimo partirà in autunno e per l'occasione abbiamo lanciato il progetto di una borsa di studio per un ragazzo disagiato, che potrà frequentare gratis il corso. Puntare sui giovani vuol dire anche solidarietà e impegno sociale».

La finalità della Scuola è da un lato creare i casari del futuro, trasmettendo così alle

nuove generazioni una tradizione che risale al XII secolo, fatta di sapere, tecnica e artigianalità; dall'altro fornire supporto per l'aggiornamento dei dipendenti dei caseifici.

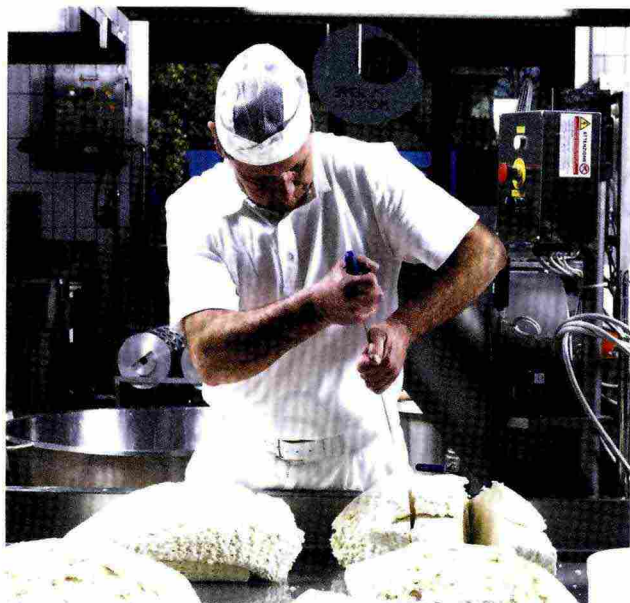
«I giovani sono il nostro pallino – aggiunge Raimondo – e noi garantiamo anche una sorta di ritorno dei cervelli, perché tanti di loro rientrano in Italia per impegnarsi nella filiera bufalina: il 34% degli addetti nel nostro comparto (15mila in totale) sono under 30, mentre il 32% degli addetti sono donne. Intanto alcuni allievi hanno già ricevuto proposte di lavoro da parte dei nostri associati, che guardano al corso come palestra per gli addetti del prossimo futuro. Saranno loro i piloti della nostra Ferrari».



Il Consorzio ha dato vita alla prima Scuola nazionale di formazione lattiero-casearia in Italia gestita da un consorzio di tutela, accreditata dalla Regione Campania.

Verso Parma

Nel mondo poi c'è una gran voglia di bufala campana, tanto che l'export è cresciuto di oltre il 100% negli ultimi dieci anni. E la prossima vetrina importante sarà il

DOSSIER / FILIERA BUFALA

La prossima vetrina importante per la mozzarella di bufala sarà la fiera Cibus di Parma, dal 7 al 10 maggio.

Cibus di Parma, dal 7 al 10 maggio. «Siamo pronti – riferisce il presidente – a “invadere” la città. Show cooking con grandi chef, alleanza del gusto con le altre eccellenze del Made in Italy agroalimentare e un programma “fuori salone” che coinvolgerà luoghi storici di Parma».

Alla rassegna internazionale il Consorzio di tutela ha promosso un intenso programma di attività promozionali, con un duplice obiettivo: da un lato rilanciare la versatilità dell'utilizzo della bufala Dop in cucina e dall'altro incrementare il profilo internazionale di un prodotto che è trainato proprio dall'export. In quest'ottica risulta strategico il ruolo di Cibus come piattaforma per l'esportazione. Un ruolo confermato dall'arrivo a Parma dei buyers delle più importanti catene di distribuzione mondiali. Il salone internazionale segnerà una grande tappa di promozione per il più importante marchio Dop del Centro-Sud Italia.

«La prima novità che abbiamo voluto è l'approdo nel centro storico di Parma con tre giorni di “off” tra aperitivi, degustazioni e lezioni dal vivo sulla mozzarella Dop. Le principali piazze saranno colorate del bianco porcellana della bufala campana». Inoltre, nell'anno del cibo italiano nel mondo, a Parma si alleano due formaggi simboli del Belpaese: la Mozzarella di Bufala e il Grana Padano Dop. «I nostri due Consorzi di tutela avranno uno stand comune, con una grafica condivisa e una serie di eventi alla scoperta di queste grandi realtà del food. Dalla pizza ai piatti d'autore, nomi di eccezione del panorama gastronomico si alterneranno negli spazi della fiera, dando vita a uno straordinario “tributo” allo stile di vita italiano. Presentarci insieme al Grana Padano a un evento di respiro internazionale testimonia la capacità del sistema Italia di fare rete. Solo se siamo uniti potremo vincere le nuove sfide dei mercati globali».