



Made in Italy, Matricano (Univ. Vanvitelli): “Fare squadra tra Consorzio mozzarella campana Dop imprese e istituzioni”

## Descrizione

(Adnkronos) “Le imprese possono contribuire in modo decisivo a creare un ecosistema forte, capace di offrire servizi reali e un’offerta concreta per il mercato. Ma serve un gioco di squadra congiunto tra Consorzio della mozzarella, policy maker, stakeholder e aziende per costruire una sinergia vera, comunicabile e competitiva all’esterno”. Cos’ha detto Diego Matricano, docente di Innovazione e Startup Dipartimento di Economia dell’Università Vanvitelli, intervenendo nel corso dell’evento “Mozzarella di bufala campana Dop, la sfida europea”, svoltosi oggi alla Reggia di Caserta, nella sede del Consorzio di Tutela, dove sono stati presentati i risultati delle ricerche di Nomisma e Arcadia su percezione e comunicazione della Dop in Europa.

Matricano ha evidenziato come la costruzione di un modello di successo per il territorio passi dalla capacità di leggere il mercato e le sue trasformazioni, intercettando i bisogni reali dei consumatori e traducendoli in proposte concrete. “Bisogna partire”, ha spiegato, “da ciò che il mercato chiede e poi lavorare in un’ottica sinergica, combinando competenze e risorse diverse. Non tutti i player possiedono le stesse capacità o conoscenze, ma è proprio la loro integrazione a generare un’offerta sistemica di valore”.

In questo quadro, il ruolo del mondo accademico diventa cruciale. “L’università”, ha aggiunto, “può dare un contributo molto rilevante perché è fatta di giovani, e dunque esprime i bisogni futuri del mercato, i trend ancora nascosti. Inoltre, il legame con il territorio in cui opera consente di costruire relazioni forti, capaci di generare valore aggiunto e completare l’offerta in maniera più efficace”. Matricano ha poi ricordato come all’interno dell’Ateneo siano già attivi numerosi progetti di ricerca legati alla filiera della bufala campana, con l’obiettivo di migliorare la qualità del prodotto, ottimizzare la distribuzione e rafforzare il brand nel mercato globale. “Si tratta di iniziative ancora in fase embrionale”, ha concluso, “ma che rappresentano la direzione giusta per contribuire concretamente al successo di una delle eccellenze simbolo del Made in Italy, punto di forza della Campania e volano di attrattività per il territorio”.

”

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

**Categoria**

1. Comunicati

**Tag**

1. Ultimora

**Data di creazione**

Ottobre 22, 2025

**Autore**

redazione

*default watermark*