



Pantini (Nomisma): «Mozzarella di bufala campana Dop conquista i consumatori Ue».

Descrizione

(Adnkronos) «Abbiamo chiesto ai consumatori le sensazioni che la mozzarella di bufala campana Dop esprime al morso e i risultati sono davvero significativi».

Così Denis Pantini, responsabile Agrifood di Nomisma che ha realizzato una ricerca presentata nel corso dell'evento «Mozzarella di bufala campana Dop-La sfida europea», nella sede del Consorzio di Tutela nella Reggia di Caserta. «Si parla di felicità, bontà e tradizione: tutti quegli aspetti che rendono la Dop campana un prodotto capace di intercettare le esigenze gustative dei consumatori europei».

L'indagine, condotta su 5.000 consumatori in Austria, Paesi Bassi, Belgio, Regno Unito e Svizzera, ha analizzato non solo la frequenza di consumo e il gradimento, ma anche le percezioni emotive legate al prodotto. Così, la Mozzarella di Bufala Campana Dop emerge non solo come eccellenza gastronomica, ma anche come simbolo culturale e identitario, capace di trasmettere emozioni positive e rafforzare il legame tra consumatore e marca.

«Il mercato europeo afferma il principale riferimento per l'export della Dop campana», continua Pantini. Avere un posizionamento positivo tra i consumatori di questi Paesi significa garantire continuità futura e consolidare la reputazione del prodotto. La ricerca mette in luce un dato interessante: il consumo associato alla denominazione completa e certificata, emergono percezioni di qualità, autenticità e tradizione; viceversa, chi utilizza termini generici come «mozzarella» tende a mostrare un legame superficiale con il prodotto. Questo conferma l'importanza di comunicare la Dop non solo come alimento, ma come esperienza sensoriale ed emotiva».

«Sul fronte della tutela dei marchi aggiunge Pantini l'Europa offre un vantaggio competitivo: i prodotti Dop e Igp godono di protezione automatica, strumento essenziale per i consorzi di tutela. Nei mercati extraeuropei, invece, la protezione va negoziata caso per caso, soprattutto in presenza di accordi di libero scambio, rendendo necessario un impegno strategico da parte dell'Unione Europea. Negli ultimi anni, pur rimanendo fortemente legata al mercato europeo per

motivi di conservazione, la mozzarella di bufala campana Dop ha iniziato a conquistare anche mercati extraeuropei come Stati Uniti ed Emirati Arabi Uniti, a dimostrazione della crescente appetibilità internazionale•.

••Per proteggere e valorizzare il Made in Italy agroalimentare fuori dall'Europa " fondamentale che l'Unione negozi accordi efficaci di libero scambio, a tutela dei prodotti Dop e Igp", conclude Pantini.

L'indagine Nomisma conferma quindi come la Mozzarella di bufala campana Dop non sia soltanto un'eccellenza del gusto, ma anche un marchio identitario e conversazionale, capace di unire tradizione, qualità certificata ed emozioni positive, consolidando il proprio ruolo nei consumatori europei e aprendo nuove opportunità sui mercati internazionali.

••

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione

Ottobre 22, 2025

Autore

redazione