



COMUNICATO STAMPA

Pecorino Romano DOP, i dati ufficiali della campagna 2023-24: produzione in aumento del 7,1%, cresce il mercato Usa (+25%), quello italiano vola al 40%. Il presidente Maoddi: “La stabilità rassicura i mercati e fa crescere l’intero comparto, dal Consorzio massimo sforzo per continuare a valorizzare un prodotto amato in tutto il mondo”

Macomer, 18 settembre 2024 – I dati della campagna di produzione 2023-2024 del Pecorino Romano DOP registrano risultati ottimi, che restituiscono ai mercati un forte segnale di stabilità e fissano premesse incoraggianti per il futuro, sia in Italia che all’estero. Nell’ultima campagna sono stati raccolti 297 milioni di litri di latte ovino, in incremento rispetto all’anno precedente dell’11,56%. Di questi, 229 milioni di litri (il 77%) sono stati trasformati in Pecorino Romano DOP, per una quantità pari a 392mila quintali: un dato in crescita del 7,1% rispetto all’anno precedente, per un valore sul mercato di oltre 600 milioni di euro.

Più prodotto sui mercati: gli Usa fanno la differenza - “Nonostante l’aumento di produzione, il Pecorino Romano verrà assorbito senza problemi dal mercato, grazie anche a un aumento di richiesta da parte degli Stati Uniti, dove ci sono ancora spazi importanti di crescita e dove la domanda è cambiata rispetto al passato, in quanto la destinazione finale non è più solo quella industriale ma anche il retail: oggi non esiste catena di distribuzione che non proponga il Pecorino Romano e questo è un aspetto molto positivo, perché significa che il prodotto è riconosciuto e richiesto dal consumatore, che cerca la Dop e non si accontenta di alternative”, dice il presidente del Consorzio di tutela, Gianni Maoddi. “Si sono dunque rivelate infondate le preoccupazioni espresse da qualcuno a metà campagna, quando l’aumento di produzione poteva far pensare a un eccesso produttivo: non è stato così, e i numeri ufficiali lo certificano. Le produzioni e i mercati sono esposti a mille variabili, e dunque la nostra prudenza era e rimane giustificata”.



Sul mercato nazionale il Pecorino Romano spopola - Cresce anche il mercato nazionale, dove il Pecorino Romano viene distribuito per una quantità pari al 40% della produzione. “In Italia il nostro formaggio sta vivendo una stagione davvero molto felice, riscoperto come prodotto non solo irrinunciabile per i piatti tipici, dalla Carbonara alla Amatriciana, dalla Cacio e Pepe alla Gricia, ma anche come prodotto da gustare in purezza, protagonista di antipasti e aperitivi, fondamentale per il mercato di salse e condimenti, con una domanda in crescita anche da parte dei più giovani”.

La distribuzione della produzione - Se il mercato nazionale assorbe il 40% del prodotto, in quello americano ne viene distribuito il 35%, in Europa il 16% e nel resto del mondo il 9%.

La stabilità del prezzo protegge e fa crescere il comparto – Tornando agli Stati Uniti, da gennaio a luglio 2024 c'è stato un aumento di vendite del 25,6%, per una quantità totale di quasi ottantamila quintali (63mila nella campagna precedente), dunque con un incremento di circa 17mila quintali. “Questo risultato è dovuto alla stabilizzazione dei prezzi che si sono avuti durante questa campagna e da una maggiore disponibilità di prodotto”, analizza Maoddi. “Dopo i picchi registrati lo scorso anno fino a 14-15 euro al chilo, il prezzo di mercato si è attestato intorno ai 12,5 euro: cosa che ha favorito un aumento della domanda. Questo dimostra che, se i prezzi sono troppo alti, rischi di uscire dal mercato, in quanto il consumatore che non ha grandi disponibilità cerca subito alternative. Non solo: la stabilità riporta un messaggio rassicurante all'intero comparto e ai mercati, garantendo così risultati migliori: nei primi sei mesi del 2024 infatti, nonostante il prezzo più basso, il valore totale di cui ha goduto la filiera è stato maggiore rispetto alla campagna precedente, perché si è venduto di più”, spiega il presidente del Consorzio.

Il rischio dazi negli Stati Uniti e le contromisure del Consorzio -

Restando agli Usa, l'elemento al momento preoccupante è la possibilità di reintroduzione dei dazi, possibilità ventilata da entrambi gli schieramenti in campo per le elezioni presidenziali, come già successo in passato. “E' un rischio concreto, quindi è una ipotesi che dobbiamo purtroppo prendere in considerazione, anticipando eventuali strategie e attivandoci attraverso attività di lobbying sulla politica americana. Ovvio che i dazi portano disagi e mettono fortemente a rischio il comparto, basta pensare a quando, all'improvviso, non si è potuto più esportare in Russia, un mercato che cresceva ogni anno a doppia cifra e che aveva tutte le carte in regola per diventare il secondo mercato extra-europeo dopo gli Stati Uniti. Quindi –



sottolinea Maoddi – siamo già al lavoro per non farci trovare impreparati ed evitare danni a un comparto fondamentale per l'economia della Sardegna e delle altre zone di produzione, il Lazio e la provincia di Grosseto, tutelando un formaggio che è uno dei simboli dell'agroalimentare italiano nel mondo”.

La Cina: enormi potenzialità di un mercato a rischio - Stesso discorso per la Cina, dove al momento i numeri dell'export sono ancora bassi, 5.400 chili nel 2023 (nei primi sei mesi del 2024 +31% in quantità e +18% in valore) ma con un trend in crescita e dalle potenzialità praticamente sconfinite che sarebbe un peccato andassero vanificate dall'introduzione dei dazi.

I progetti internazionali: in 10 anni investiti 20 milioni di euro - Il Consorzio di tutela, per valorizzare al meglio il Pecorino Romano e per continuare a farlo conoscere e apprezzare sui mercati, investe incessantemente nelle campagne internazionali, grazie all'impegno di tutti i soci e a vantaggio dell'intera filiera: dal 2017 al 2027 sono stati programmati progetti per quasi 20 milioni di euro. “Colgo l'occasione per ringraziare ancora una volta i soci, perché solo grazie ai loro sforzi abbiamo messo in campo iniziative in tutto il mondo”, ricorda Maoddi. “Con le nostre campagne siamo al momento presenti negli Stati Uniti, in Giappone, in Italia e Germania, in Inghilterra e Svizzera e siamo in attesa dell'approvazione dell'ultimo progetto sul mercato canadese. L'impegno del Consorzio è massimo, i risultati ci incoraggiano a proseguire in questa direzione per dare all'intero comparto il futuro radioso che merita”, conclude il presidente del Consorzio.