



COMUNICATO STAMPA

Il Pecorino Romano DOP a Tuttofood di Milano, Maoddi: “I consumatori cercano autenticità e qualità, la nostra filiera è sempre più solida in un mercato internazionale incerto”

Il Pecorino Romano DOP si conferma tra i protagonisti assoluti di Tuttofood, a Milano: nel padiglione 1 (stand R01) degustazioni, incontri business e momenti di valorizzazione culturale dedicati a uno dei simboli più riconoscibili dell'agroalimentare italiano. Un flusso continuo di visitatori attraversa durante l'intera giornata lo spazio espositivo, tra operatori internazionali, buyer e un pubblico sempre più giovane e curioso, attratto dalla storia e dall'identità del prodotto. Lo stand è un vero punto di incontro tra tradizione e contemporaneità: da un lato la narrazione della lunga storia del Pecorino Romano DOP, dall'altro l'interpretazione gastronomica dello chef Matteo Barbarossa, che ha proposto piatti d'autore capaci di raccontare il formaggio in chiave moderna e creativa.

“Partecipare a TuttoFood, in una fase così delicata e instabile per gli equilibri economici internazionali, significa ribadire con forza il valore di una filiera solida, riconoscibile e profondamente legata ai territori. In un mercato globale attraversato da incertezze, il consumatore cerca autenticità, sicurezza e qualità garantita: nel Pecorino Romano Dop trova tutto questo”, dice il presidente del Consorzio di tutela Gianni Maoddi. “Il nostro formaggio rappresenta un prodotto unico, con una storia secolare, standard produttivi rigorosi e un'identità che nessuna imitazione può replicare. Il riscontro che stiamo ottenendo a Milano, con uno degli stand più visitati della manifestazione, conferma la forza di questa eccellenza”, ha aggiunto, sottolineando come la partecipazione a una delle più importanti fiere europee del settore rafforza la visibilità del Pecorino Romano sui mercati esteri e consolida la crescita dell'export.

Accanto alla dimensione internazionale, il Consorzio ha registrato un dato significativo: la forte presenza di giovani tra i visitatori dello stand. Studenti, neolaureati e professionisti emergenti del settore agroalimentare ed economico hanno mostrato grande interesse per la filiera, segnalando una crescente attenzione verso le professioni legate alla produzione e alla trasformazione lattiero-casearia. “L'esperienza a TuttoFood ha confermato il forte interesse che il Pecorino Romano Dop continua a suscitare non solo tra operatori e buyer internazionali, ma anche tra le nuove generazioni”, sottolinea il direttore del Consorzio, Riccardo Pastore. “Un segnale importante, che ci incoraggia a guardare al futuro con una visione di lungo periodo, ancora di più in questo momento in cui abbiamo investito oltre 70mila euro per tre borse di studio destinate agli universitari per sostenere la formazione altamente specializzata e il ricambio generazionale nella filiera”.



In un mercato agroalimentare in continua evoluzione, il Pecorino Romano DOP si conferma così non solo un'eccellenza storica del Made in Italy, ma anche un prodotto capace di dialogare con il presente: competitivo all'estero, riconosciuto dai consumatori e sempre più vicino alle nuove generazioni.

I dati aggiornati alla campagna casearia 2024/2025 confermano infatti una filiera solida e dinamica: più di 230 milioni di litri di latte trasformati e oltre 1,39 milioni di forme prodotte, 44 produttori attivi tra Sardegna, Lazio e Grosseto, e 25.000 addetti impiegati lungo l'intera catena del valore.

Il 64% del Pecorino Romano DOP prodotto viene esportato: di questa quota, il 61% negli Stati Uniti, dove si registra una leggera crescita (+0,4% su base annua – dati Censis Bureau - nonostante l'incertezza legata ai dazi doganali), il 25% nell'Unione Europea e il 14% nel resto del mondo. In Italia, le vendite nella distribuzione moderna restano robuste, registrando nell'anno 2025 circa il +4,3% a volumi.