



COMUNICATO STAMPA

Pecorino Romano DOP, 39 milioni di chili nell'ultima campagna: il Consorzio in assemblea tra situazione dei mercati e battaglia sui dazi USA

Trentanove milioni di chili di Pecorino Romano DOP prodotti nell'ultima campagna, quasi 9mila allevatori e 47 caseifici coinvolti nella filiera, un export che vale il 60% della produzione e il mercato interno fra luci e ombre: i dati della campagna 2024/2025 sono stati resi noti oggi nell'annuale assemblea dei soci del Consorzio di tutela del Pecorino Romano DOP. Durante i lavori, che si sono svolti oggi a Siamaggiore, il presidente Gianni Maoddi ha fatto il punto anche sulle attività di tutela, vigilanza e promozione svolte nel corso dell'anno, con particolare attenzione alla questione dei dazi Usa che continuano ad alimentare incertezza e creare instabilità.

La produzione

Nella campagna 2024/2025 sono stati realizzati poco più di 39 milioni di chili di Pecorino Romano DOP, come certificato dall'ente di controllo. I 47 caseifici della filiera hanno lavorato oltre 300 milioni di litri di latte, di cui il 76% destinato alla produzione della DOP. La Sardegna resta il cuore produttivo, con il 92% del totale, contro l'8% di Lazio e provincia di Grosseto; il sistema cooperativo realizza il 54% della produzione, l'industria privata il restante 46%. Nel sistema di controllo risultano oggi iscritti quasi 9mila allevatori, 47 caseifici, 15 stagionatori e 91 tra confezionatori e grattugiatori

Il mercato interno

Sul mercato italiano le vendite di Pecorino Romano DOP nella grande distribuzione crescono per il secondo anno consecutivo, raggiungendo quasi 48mila quintali, con un aumento del 4,3% rispetto al 2024. Un risultato in controtendenza rispetto al resto del comparto: considerando anche i volumi assorbiti da industria alimentare, canale horeca (ristoranti, bar e catering) e vendita al dettaglio, il consumo interno complessivo del Pecorino Romano DOP si stima in circa 123mila quintali.

I mercati esteri

Gli Stati Uniti, ha sottolineato ancora il presidente Maoddi, restano saldamente il primo mercato estero del Pecorino Romano, con circa 131mila quintali esportati nel 2025, in leggera crescita per quanto riguarda il volume ma in calo in termini di valore per effetto dei dazi. Subito dopo gli Usa segue l'Unione Europea, che assorbe quasi 55mila quintali, in aumento del 2,4%. A crescere con più forza sono però i mercati emergenti: il Regno Unito segna un +8,6%, il Canada un +16%, l'Australia un +19,6%, confermandosi una delle scommesse vincenti degli ultimi anni, confermata dalla partecipazione del Consorzio alla Fiera Fine Food di Sydney. Nel complesso, l'export 2025 sfiora i 218mila quintali, pari al 60% della produzione vendibile.



Il fronte dazi USA

Il tema dei dazi statunitensi ha caratterizzato i tre quarti del 2025 e li ha inevitabilmente e fortemente condizionati, anche se si è riusciti a mantenere gli stessi volumi esportati dell'anno precedente. Dopo le tariffe introdotte nel 2019 nell'ambito della disputa Airbus-Boeing e la loro sospensione nel 2021, il 2 aprile 2025 l'amministrazione Trump ha varato un nuovo schema di dazi reciproci, sfociato ad agosto in una tariffa minima del 15% sui prodotti europei. A febbraio 2026 questi dazi sono stati dichiarati illegittimi, ma gli Stati Uniti hanno immediatamente introdotto, attraverso la Section 122 del Trade Act del 1974, un nuovo dazio generale del 10%, tutt'ora in vigore. Per difendere la filiera, il Consorzio ha promosso nel 2025, in collaborazione con lo studio legale Gibbons di New York, una serie di incontri a Washington con i vertici di importanti componenti del Congresso americano, sia democratici che repubblicani, con l'obiettivo di costruire un consenso bipartisan per l'esenzione tariffaria del Pecorino Romano. In parallelo è proseguito il confronto con il ministero degli Esteri italiano, che da settembre 2025 ha inserito il Consorzio nella Task Force dedicata alla questione dazi. Una battaglia ancora lunga e complessa, che impegna quotidianamente la filiera nella difesa di un prodotto che resta fondamentale per l'economia in particolare della Sardegna.

Tutela e vigilanza

Il 2025 si è aperto con un riconoscimento storico: l'ufficio statunitense dei marchi e brevetti (USPTO) ha dichiarato incontestabile il marchio tridimensionale di certificazione del Pecorino Romano, rafforzandone in modo significativo la protezione giuridica negli Stati Uniti in un momento negoziale particolarmente delicato. Prosegue intanto il servizio di sorveglianza web attivo da un decennio, mentre in centro America si moltiplicano le azioni di opposizione contro tentativi di registrazione di marchi simili al toponimo "Romano", con il sostegno delle ambasciate italiane in Ecuador, Guatemala e Cile. Il Consorzio ha inoltre dotato il laboratorio Laore di una nuova tecnologia di analisi rapida, a disposizione di tutti i soci, per il controllo di lattici estranei, sporigeni e Listeria.

Promozione

Prosegue il piano di promozione internazionale sostenuto dai fondi europei. Si è concluso **PR ON TOP**, il progetto triennale dedicato al mercato statunitense, con un evento finale a New York che ha riunito importatori e distributori americani. Vanno avanti **TASK EU** su Regno Unito e Svizzera, realizzato insieme ai Consorzi Vini Alto Adige e Vini Etna, **EMPIR EU** su Italia e Germania, con la presenza alle fiere Cibus, Tuttofood e Anuga, e **KYOI** sul mercato giapponese. In Australia il progetto **Marchi Collettivi**, finanziato da MIMIT e Unioncamere, ha portato il Pecorino Romano a Sydney con una cena evento nel ristorante dello chef stellato Giovanni Pilu e una masterclass dedicata. È inoltre in attesa di avvio la **Misura SRG 10** della Regione Lazio, che finanzierà il nuovo sito istituzionale del Consorzio e attività didattiche nelle scuole. Nel corso dell'anno il Consorzio ha inoltre partecipato a nove fiere internazionali di settore, tra cui Summer Fancy Food a New York, Anuga a Colonia e Fine Food Australia a Sydney. "Investire nella promozione internazionale significa rafforzare il valore del Pecorino Romano sui mercati esteri e raccontare al mondo la storia, la qualità e il legame profondo di questo prodotto con i



territori di origine”, dice **il direttore del Consorzio Riccardo Pastore**. “I progetti di promozione rappresentano uno strumento fondamentale per aumentare la conoscenza del nostro formaggio, sostenere le imprese della filiera e creare nuove opportunità di crescita. Attraverso queste iniziative possiamo valorizzare non solo un’eccellenza agroalimentare, ma anche il patrimonio di tradizioni, competenze e cultura che il Pecorino Romano porta con sé”.

La dichiarazione del presidente del Consorzio Gianni Maoddi

“I dati presentati oggi in assemblea confermano la solidità di una filiera che continua a crescere nonostante le difficoltà in un contesto internazionale complesso, ne siamo orgogliosi e siamo consapevoli che è il risultato di un anno di duro lavoro da parte di tutti”, dice il presidente del Consorzio Gianni Maoddi. “Purtroppo, il mercato interno nel 2025 è stato caratterizzato sì da una tenuta in termini di volumi di vendita, ma da una progressiva seppur ingiustificata diminuzione in termini di valore. Per quanto riguarda i mercati esteri, registriamo una crescita interessante su mercati come il Canada e l’Australia, sui quali continueremo a puntare esplorando allo stesso tempo nuove opportunità commerciali. Ma il 2025 – sottolinea Maoddi - sarà ricordato soprattutto per l’intenso lavoro diplomatico svolto negli Stati Uniti: abbiamo portato le ragioni della nostra filiera fino al Congresso americano, costruendo un dialogo bipartisan che oggi ci consente di guardare al futuro con maggiore fiducia anche se sicuramente gli ostacoli da affrontare sono tanti e la situazione resta molto incerta, cosa che naturalmente non fa bene ai mercati che invece chiedono stabilità. Dunque siamo in un momento che richiede grande impegno e determinazione da parte dell’intera filiera e il supporto delle istituzioni regionali e nazionali, a cui chiediamo di mettere in campo ogni azione utile per affiancare il nostro lavoro. Noi, come Consorzio, continueremo a difendere con determinazione il valore del Pecorino Romano DOP, la sua origine e il lavoro di migliaia di allevatori e produttori che ogni giorno rendono grande questa denominazione”, conclude il presidente Maoddi.