

## La polemica

# Il presidente Raimondo: il Consorzio è vigile un marchio da tutelare, non temiamo confronti



# Bufala come la Ferrari sono numeri da record

**Santa Di Salvo**

**L**a nuova sede nelle Cavallerizze della Reggia di Caserta conferma la vocazione a un primato "regale", tanto più importante in questo 2018 dedicato al Cibo e all'Agroalimentare. Il Consorzio Mozzarella di Bufala Campana Dop è «la Ferrari del Sud», come l'ha definita qualcuno per i suoi numeri da record: export più 11,4%, valore al consumo sopra i 720 milioni di euro. La bufala campana è il terzo formaggio Dop in Italia dopo Grana Padano e Parmigiano Reggiano. Lo ha confermato il rapporto Ismea e Qualivita presentato a Roma qualche giorno fa, con la Campania al quarto posto per impatto economico dei prodotti a indicazione d'origine. Il presidente Domenico Raimondo, al suo terzo mandato, snocciola i numeri impressionanti della Dop: 104 caseifici, 1371 allevamenti, 15mila addetti, 44mila tonnellate di produzione annua. «Siamo i più grandi del Centro-Sud Italia, abbiamo la prima scuola di formazione lattiero-casearia, lavoriamo per incrementare la forza e il ruolo del Consorzio».

**Ma qualcuno insidia i nostri primati. La Puglia lancia la sfida con la sua mozzarella di Gioia del Colle, benedetta dal ministero**

**delle Politiche Agricole.**

«Non è in atto nessuna guerra e non saremo certo noi a dire no ad altre Dop che possono fare solo del bene al Mezzogiorno. Rivendichiamo però la massima chiarezza di un disciplinare partito nel 2011 come "Treccia della Murgia" e diventato poi "Mozzarella di Latte Vaccino". Creare confusione non si può, per il bene di tutti. Così abbiamo chiesto che nella denominazione fosse inserita con gli stessi caratteri la fondamentale dicitura "di latte vaccino". Così non è stato, perché il carattere usato nel disegno presentato dal comitato promotore è scritto troppo piccolo rispetto al resto. Non ci piacciono questi giochetti del vedo-non vedo che possono trarre in inganno il consumatore. Il quale, sia chiaro, è libero di scegliersi il suo prodotto. Ma bisogna informarlo. Il nostro ricorso al Tar è stato fatto nel nome della trasparenza».

**Il ruolo del Consorzio, del resto, è quello di vigilare...**

«E crediamo di farlo piuttosto bene. Il consumatore cerca il prodotto Dop proprio perché sa che dietro la denominazione c'è un controllo, una provenienza di territorio, una tracciabilità della materia prima, un'attenzione particolare alla qualità. Le notizie negative che

fanno clamore, i titoli altisonanti relativi a sequestri paradossalmente sono la migliore garanzia dell'efficacia del nostro lavoro».

**C'è polemica sulla proposta di modifica del disciplinare che consentirebbe alla mozzarella di venire congelata, soprattutto per poter raggiungere i mercati d'oltreoceano. Frozen è una opportunità o un insulto?**

«Quando gustiamo al ristorante i gamberi rossi di Mazara abbattuti facciamo i puristi? Perché allora la mozzarella no? È questione di pregiudizio più che di sostanza. A chi si indigna a priori ricordo che il trasporto aereo di mozzarella costa 10 dollari al chilo e che diventa praticamente impossibile fornire al pizzeriaio di New York la bufala campana a meno di 30/35 dollari. Se non affrontiamo la questione dei costi proibitivi in maniera razionale non riusciremo mai a espandere il nostro grande mercato potenziale. Questo vogliamo farlo nel rispetto del nostro straordinario prodotto. Stiamo lavorando con università e enti di ricerca proprio per definire i parametri di controllo della catena del freddo».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**I dati**

# Terzo consorzio per l'export 18mila addetti 600 milioni

**Locomotiva**

**L**a mozzarella di bufala campana dop si conferma la Ferrari del Sud, con numeri da record: il valore al consumo supera i 720 milioni di euro (+7,9%) e l'export vola a +11,4%. La bufala campana si conferma il terzo formaggio Dop in Italia per produzione certificata e valore, subito dopo Grana Padano e Parmigiano Reggiano. La mozzarella crea valore

aggiunto nei territori di produzione, tanto che la Campania è la quarta regione del Paese per impatto economico dei prodotti a indicazione di origine. In particolare la provincia di Caserta e quella di Salerno sono le prime province del Sud nella classifica dell'impatto territoriale, rispettivamente all'11esimo e al 13esimo posto. Insomma, da sola la mozzarella di bufala si conferma essere il vero oro bianco della Campania per un settore che sfiora i 18mila addetti e i 600 milioni di fatturato, in continua e costante crescita.

