

La mortadella conquista l'estero

Germania e Giappone trainano l'export. Preoccupazione sui prezzi

Gabriele Mignardi
 ■ BOLOGNA

LA MORTADELLA Bologna convince tedeschi e svizzeri e conquista il Giappone. È stato un anno da incorniciare, il 2018, per la mortadella Bologna Igp. Il salume simbolo del capoluogo dell'Emilia Romagna in un anno ha registrato un quasi 9% di aumento delle vendite all'estero. Ed è vero che l'84% della mortadella prodotta viene ancora consumata in Italia, ma è anche vero che anno dopo anno la

FATTURATO ALL'ESTERO

Nel 2018 è cresciuto del 9%, boom in Germania: +33% col via libera ai pre affettati

percentuale sull'estero aumentata.

AL DI LÀ delle Alpi, entro l'unione europea restano i francesi, e soprattutto i tedeschi, i maggiori estimatori, tanto che in Germania in un anno le vendite sono cresciute del 33%. «Merito soprattutto delle confezioni da banco, i pre affettati che fino a poco tempo fa non si potevano esportare in questa forma – chiarisce il presidente del Consorzio Mortadella Bologna, Corradino Marconi – Grazie al lavoro fatto col Ministero, alla qualità del prodotto e campagne di promozione mirate, i risultati sono stati importanti», aggiunge il presidente dell'organismo di tutela e promozione che quest'anno ha raggiunto la maggiore età.

E CHE per i suoi 18 anni si ap-



presta ad apportare modifiche al disciplinare di produzione che nell'impasto dell'insaccato prevede l'eliminazione del glutammato e l'utilizzo di soli aromi naturali. Unica ombra sull'immediato futuro l'aumento dei prezzi della carne di maiale come effetto della diffusione della peste suina in Cina. «Usiamo carni na-



PRODOTTO SIMBOLO

A sinistra, un momento della cottura delle mortadelle; sotto, Corradino Marconi, presidente del Consorzio Mortadella Bologna

zionali e non c'è alcun rischio sanitario. I controlli sono rigorosi e costanti – chiarisce il presidente Marconi – però i prezzi della carne stanno salendo anche in Italia e questo potrà avere delle ripercussioni. In questo contesto è importante anche il ruolo del nostro consorzio, che da un'indagine di mercato su riconoscibilità e popolarità risulta in seconda posizione (dopo il Parmigiano Reggiano)».

OLTRE alla crescita nei paesi europei un margine di crescita importante la mortadella l'ha messa a segno in Giappone e a Hong Kong: «Sono paesi che apprezzano il cibo e la cultura italiana, e dove la concorrenza sleale dell'italian sounding non ha presa», commenta Marconi, che guarda a nuovi obiettivi per il prodotto e i suoi produttori. Con i suoi 33 milioni di chili venduti nel 2018, la Mortadella Igp vale 320 milioni di euro. «Continuiamo a lavorare con costanza per riuscire ad ottenere anche quest'anno ulteriori risultati di crescita di quantità e di valore aggiunto di un salume gustoso, ad alto valore nutrizionale con una composizione di proteine nobili, minerali e grassi insaturi perfettamente in linea con gli orientamenti della scienza dell'alimentazione», conclude il presidente.

© RIPRODUZIONE RISERVATA