

Il terzo mandato

Consorzio ricotta bufala dop La Vecchia resta presidente



Emanuele Tirelli a pag. 24



IL PROFILO
Benito La Vecchia ha 37 anni, è laureato in Economia e commercio, guida l'azienda casearia di famiglia ad Alvignano. Oltre a essere al vertice del Consorzio della Ricotta Dop dalla sua nascita, fa parte anche del Cda di quello della **Mozzarella** di bufala campana Dop

La nuova frontiera dell'eccellenza

La ricotta di bufala dop da prodotto «povero» alla ricchezza del gusto

Il Consorzio ha eletto per la terza volta presidente il giovane Benito La Vecchia «Chiusa la stagione della pandemia torniamo a investire in Italia e all'estero»

LA SCELTA, IL RILANCIO

Emanuele Tirelli

Terzo mandato consecutivo a dispetto della giovane età, che nel Consorzio di Tutela della Ricotta di Bufala Campana Dop non sembra essere affatto un problema. Così Benito La Vecchia è stato rieletto presidente all'unanimità da parte del nuovo consiglio di amministrazione che comprende pure Sara Consalvo, Alessandro Cossia, Giuseppe Cuttillo, Giuseppe della Valle, Marco Nobis e Gaetano Sorrentino. Anzi, Consalvo e Nobis sono stati riconfermati vicepresidenti in un team con un'età media under 40.

La Vecchia invece di anni ne ha 37, è laureato in Economia e guida l'azienda di famiglia. Oltre a essere al vertice del Consorzio della Ricotta Dop dalla sua nascita, fa parte anche del Cda di quello della **Mozzarella**. Realizzare un packaging ecocompatibile è il primo tra gli obiettivi di quest'anno, che va ad aggiungersi a quello sempreverde della promo-

zione e della diffusione del prodotto. I dati del 2021 fanno ben sperare: 139.494 chilogrammi di prodotto certificato che si traducono in un rigenerante +62,6% rispetto al 2020. E poi c'è la crescita del Consorzio stesso, partito con 6 soci e oggi arrivato a 23.

«Ci sono già le richieste di nuovi ingressi», dice La Vecchia. «Siamo un consorzio giovane, quindi è più facile ottenere dei grandi volumi nei primi anni di crescita. Allo stesso tempo bisogna dire che abbiamo ottenuto questi risultati in due anni complicati. Nel 2020 non abbiamo potuto fare nessun tipo di promozione e le persone stesse sono rimaste in casa. Anche il 2021 è stato vissuto all'insegna delle numerose restrizioni anti-Covid, così la promozione è passata quasi solo attraverso i social, ma il consumatore vuole anche un contatto dal vivo per apprezzare le caratteristiche del prodotto. Quindi i risultati ci inorgogliscono ancora di più, e il 2022 sembra essere partito con dei numeri che vanno nella stessa direzione».

In caseifici storici, le nuove generazioni stanno portando la

bontà dei prodotti a un pubblico sempre più ampio. «Fino a dieci anni fa, magari un'azienda produceva **mozzarella** e ricotta ma vendeva solo la prima. Adesso le vende entrambe e questo permette di stare sul mercato in maniera più competitiva, dando maggiore dignità alla ricotta che prima veniva regalata. Il mio nuovo mandato sarà ancora all'insegna del gioco di squadra che tanti risultati sta portando al nostro Consorzio, nato solo nel 2016. Abbiamo affrontato e superato insieme la prova durissima del Covid grazie alla forza di un prodotto di eccellenza e di un gruppo che lavora sempre all'insegna della collaborazione. Ora guardiamo al futuro per la programmazione e il consolidamento sui mercati, in particolare sul canale horeca.

Puntiamo su precisi elementi distintivi. La Ricotta di Bufala Campana Dop è un alleato della salute e dello sport, ma è anche un prodotto versatile in cucina sia per le ricette dei grandi chef sia per il consumo a casa. Da qui si svilupperanno le nostre attività di promozione sia in Italia che

all'estero, in collaborazione soprattutto con i colleghi del Consorzio di Tutela **Mozzarella** di Bufala Campana Dop ma anche con le altre realtà di eccellenza italiane. Dopo l'estate inizieremo con la promozione e speriamo di arrivarci pure con le nuove idee per il packaging ecosostenibile. Stiamo cercando delle soluzioni altamente biodegradabili da proporre ai soci per lavorare sempre di più sul rispetto dell'ambiente». Altra nota positiva registrata da La Vecchia è la prosecuzione delle vendite nonostante le proteste e le discussioni su vaccinazioni.

«È un chiaro segnale che il consumatore si fida della Dop. La Regione ha organizzato un tavolo tecnico per capire come affrontare al meglio questa situazione e per non danneggiare allevatori e caseifici. La bufala è un animale davvero prezioso e bisogna essere attenti nel curarlo al meglio».

© RIPRODUZIONE RISERVATA