



Comunicato Stampa

Asiago DOP in USA e Canada promuove l'autenticità del Made in Italy. Al 12° Annual Starchefs - International Chef's Congress di New York il Consorzio lancia la nuova campagna di valorizzazione del legame tra prodotto e territorio d'origine

Vicenza, 26 ottobre 2017 – Il Consorzio Tutela Formaggio Asiago apre una nuova stagione di comunicazione e promozione in Nord America (Usa e Canada) al 12° Annual Starchefs - International Chef's Congress di New York dedicato al tema "Cook your Culture" puntando su un articolato programma di valorizzazione del legame tra prodotto e territorio d'origine con iniziative dedicate ai consumatori interessati a scoprire i valori autentici della produzione Made in Italy.

Rafforzare la riconoscibilità delle caratteristiche distintive del prodotto rispondendo al crescente apprezzamento verso le proposte "geographically distinct" e valorizzando il legame con il territorio d'origine. Sono questi gli obiettivi della nuova stagione di attività che vede il Consorzio Tutela Formaggio Asiago protagonista in USA e Canada. Dopo un 2016, nel quale il Consorzio ha avviato, in territorio americano, una serie di azioni di comunicazione e formazione rivolte al trade, il 2017 ha visto ampliare le iniziative di promozione e valorizzazione del prodotto con due masterclass organizzate a Los Angeles e New Orleans e con l'avvio del progetto triennale da 2,5 milioni di euro dedicato a USA e Canada, "Uncommon Flavors of Europe", co-finanziato dalla UE nell'ambito di "Enjoy, it's from Europe", il nuovo programma dedicato a promuovere il consumo dei prodotti agricoli europei.

Formazione e informazione sono i passaggi fondamentali sui quali si basa l'attività del progetto triennale "Uncommon Flavors of Europe", dedicato a USA e Canada, promosso dal Consorzio di Tutela Formaggio Asiago con i consorzi Speck Alto Adige IGP e Pecorino Romano DOP. Il programma ha avuto il suo formale avvio nelle due conferenze stampa realizzate a Brooklyn, New York, il 23 ottobre e a Montréal, Canada, il 25 ottobre scorso, alla presenza dei principali importatori e media. A New York, in particolare, l'evento è stato inserito nel programma del 12° Annual Starchefs - International Chef's Congress, quest'anno dal titolo "Cook your Culture", a testimonianza del desiderio di scoprire i prodotti regionali che sempre più anima la ristorazione americana. Proprio qui, la presenza di Lou Di Palo, da generazioni riconosciuto e ascoltato divulgatore in USA del cibo autentico italiano, ha sancito l'importanza di saper raccontare e condividere, con i consumatori americani, gli elementi intangibili dei prodotti Made in Italy imparando a valorizzare il territorio anche attraverso le storie delle tante persone che rendono ogni giorno possibile il tramandarsi della tradizione.

Nel 2016, il consumo pro capite di formaggi in USA è stato di 16,26 Kg, in aumento del 3,2% rispetto all'anno precedente. Una crescita nella quale l'origine italiana del prodotto è considerata una garanzia di qualità e sicurezza alimentare e l'export di Asiago DOP, nei primi sette mesi del 2017, ha registrato un aumento a valore pari al 7%. "La cultura alimentare, negli Stati Uniti, sta crescendo - afferma il direttore del Consorzio di Tutela, Flavio Innocenzi. - Non solo i cosiddetti

Consorzio Tutela Formaggio Asiago

sede legale: Piazzale della Stazione 1 - 36012 Asiago (VI)

sede amministrativa: Corso Fogazzaro, 18 - 36100 Vicenza (VI)

Registro Imprese di Vicenza n. 00703580241 - C.F./P.I. 00703580241 - REA 148240

Tel: 0444 321758 - Fax: 0444 326212

info@formaggioasiago.it - www.formaggioasiago.it - PEC tutelasiago@legalmail.it



foodie, ma ormai anche il consumatore medio vuole conoscere la natura e l'origine di ciò che mangia. Sempre meno sono coloro che accettano di acquistare i prodotti fotocopia, maldestre imitazioni dei nostri. Questo fatto, insieme ad un apprezzamento in crescita per il Made in Italy, ci spinge ad essere ottimisti sulle prospettive di sviluppo nel mercato nordamericano per il formaggio Asiago DOP e per tutti i prodotti ad indicazione geografica in genere."

Proprio il concetto di cibo autentico è stato il punto focale delle due masterclass promosse a Los Angeles e New Orleans in collaborazione con Italy America Chamber of Commerce of Texas, nell'ambito della campagna TRUE ITALIAN TASTE istituita dal Ministero dello Sviluppo Economico per la promozione del prodotto agroalimentare autentico in USA e Canada. Gli incontri, svoltisi nel mese di ottobre, hanno coinvolto, a Los Angeles, una cinquantina di operatori di rinomate catene di supermercati, mentre a New Orleans, oltre trenta professionisti in rappresentanza dei principali importatori e insegne della grande distribuzione hanno assistito all'attività formativa.

L'impegno del Consorzio di Tutela proseguirà, per tutto il 2017, con un calendario di 350 giornate promozionali, su un totale di 1750 nel triennio, nei punti vendita delle maggiori catene di supermercati americani e canadesi per incontrare i consumatori, facendo conoscere da vicino il valore dell'autenticità Made in Italy.

Contatti per la stampa:

Roberta Zarpellon - TRAGUARDI - 0424523073 - 3394187543 zarpellon@traguardiweb.it

Consorzio Tutela Formaggio Asiago

sede legale: Piazzale della Stazione 1 - 36012 Asiago (VI)

sede amministrativa: Corso Fogazzaro, 18 - 36100 Vicenza (VI)

Registro Imprese di Vicenza n. 00703580241 - C.F./P.I. 00703580241 - REA 148240

Tel: 0444 321758 - Fax: 0444 326212

info@formaggioasiago.it - www.formaggioasiago.it - PEC tutelasiago@legalmail.it