



## La nuova collaborazione tra Consorzio Tutela Formaggio Asiago e McDonald's Italia mette al centro la valorizzazione del prodotto d'origine protetta.

L'eccellenza veneta, protagonista dell'azione di sistema per la valorizzazione dei prodotti DOP e IGP, entra nel menu dei 580 ristoranti della catena.

*Vicenza, 26 febbraio 2019* – **275 tonnellate di Asiago DOP acquistate e 6,7 milioni di prodotti venduti\***: sono questi i numeri della collaborazione tra McDonald's e il Consorzio Tutela Formaggio Asiago, avviata nel 2010, che vede ora l'introduzione, in tutti i 580 ristoranti della catena, di un nuovo prodotto ispirato alla tradizione del cibo di strada rivisitato in chiave contemporanea: le Pepite all'Asiago DOP.

Il sodalizio tra McDonald's e il Consorzio Tutela Formaggio Asiago si inserisce nel percorso che ha visto McDonald's Italia avviare, grazie al supporto della **Fondazione Qualivita**, un progetto di promozione delle produzioni italiane di qualità DOP e IGP all'interno del proprio menù, con attività di informazione e formazione rivolte ai consumatori. Una scelta che conferma e rafforza il ruolo di McDonald's come partner di rilievo per il comparto agroalimentare nazionale, visto che l'80% dei suoi fornitori sono aziende italiane e ogni anno l'azienda acquista **85.000 tonnellate** di materie prime nostrane.

Con l'inizio del 2019, e alle spalle una collaborazione che ha dato vita a due ricette, il "McItaly con Asiago DOP", nel 2010, e "il Veneto", nel 2012, il formaggio Asiago DOP torna nell'offerta McDonald's grazie a una novità: le **Pepite**, sfizioso finger food che vede l'eccellenza casearia veneto-trentina in combinazione allo Speck Alto Adige IGP. Ispirata alla tradizione del cibo di strada, oggi universalmente riconosciuto come patrimonio della cucina italiana, qui rivisitato in chiave contemporanea e in linea con le caratteristiche della ristorazione veloce e fuori casa, il prodotto ha incontrato subito i gusti dei clienti McDonald's tanto da registrare un successo al di sopra delle aspettative: in due mesi, a fronte delle 45 tonnellate previste, sono state oltre 1 milione le porzioni vendute, il 40% in più rispetto alle stime iniziali. E' stato quindi scelto di mantenere in assortimento il prodotto fino a fine ottobre, con una previsione finale di vendita di oltre **220 tonnellate di Asiago DOP Fresco**.

"La partnership del Consorzio Tutela Formaggio Asiago con McDonald's Italia, - afferma il Presidente **Fiorenzo Rigoni**, - risponde al preciso obiettivo di promuovere l'unicità del nostro prodotto declinandola in linguaggi contemporanei che avvicinino sempre più i consumatori a questa eccellenza. Unire la tradizione e il forte legame con il territorio d'origine dell'Asiago DOP all'immagine giovane e internazionale di McDonald's rappresenta una felice connubio nel quale il consumatore può scegliere la qualità di un prodotto d'origine anche nell'alimentazione fuori casa, sempre più diffusa tra gli under 30."

"La mia "idea folle" di tanti anni fa, la collaborazione fra produzioni italiane di qualità rappresentate dai Consorzi di tutela e McDonald's, lanciata inizialmente da Qualivita come una sorta di sfida – afferma il direttore generale **Mauro Rosati** – oggi è diventata una realtà concreta e importante e lo dimostrano appuntamenti come questo. Infatti siamo qui per festeggiare 9 anni di collaborazione con una delle produzioni di eccellenza di questo territorio, l'Asiago DOP, che in questi anni ha avuto più di una occasione di essere proposto nei menu McDonald's. L' "idea folle" di allora, in questi anni si è affermata come un modo concreto di favorire la conoscenza delle eccellenze agroalimentari italiane, grazie a campagne marketing mirate su tutto il territorio nazionale, che raggiungono un pubblico prevalentemente giovanile. Voglio ringraziare ancora una volta McDonald's di aver voluto accettare la sfida di allora, oggi è diventato un partner davvero importante per la promozione dell'agroalimentare italiano di qualità",

"Oggi siamo qui per celebrare la collaborazione con il Consorzio Tutela Formaggio Asiago, che ancora una volta ha dato vita a un prodotto apprezzatissimo dai nostri clienti che sta ottenendo un successo tale da farci decidere di tenerlo in assortimento per 7 mesi ulteriori" commenta **Tommaso Valle, Direttore della comunicazione di McDonald's Italia**. "Non solo siamo un partner concreto del settore agroalimentare italiano, nel quale investiamo ogni anno circa 200 milioni di euro, ma grazie ai nostri 580 ristoranti su tutto il territorio, visti da un milione di persone ogni giorno, rappresentiamo anche un efficace mezzo di promozione e valorizzazione delle eccellenze del Made in Italy".



McDonald's è presente in Veneto con **46 ristoranti** in cui lavorano oltre **1.800 dipendenti**.

*\*stima a fine ottobre 2019*

Contatti per la stampa:

Ufficio stampa McDonald's: MSL Italia

Giulia Colombo: [giulia.colombo@msslgroup.com](mailto:giulia.colombo@msslgroup.com) – 339 7345437

Edoardo Pastorino: [edoardo.pastorino@msslgroup.com](mailto:edoardo.pastorino@msslgroup.com) – 337 1248485

Ufficio Stampa Consorzio Tutela Formaggio Asiago: Traguardi Comunicazione

Roberta Zarpellon: [zarpellon@traguardiweb.it](mailto:zarpellon@traguardiweb.it) – 339 4187543