



Consorzio Asiago, la diversificazione piace in Italia e all'estero

Il 2017 s'è concluso con un triplice risultato positivo per il [Consorzio Tutela Formaggio Asiago](#): aumento delle quotazioni di entrambe le tipologie Fresco e Stagionato, dei consumi e dell'export. Risultati che sono il frutto di un approccio proattivo, puntato su una produzione di alta qualità unita alla valorizzazione degli elementi unici e identitari del formaggio. Lo scorso anno [Asiago Fresco](#) ha incrementato le quotazioni del +7,5%, mentre [l'Asiago Stagionato](#) (2-3 mesi) ha raggiunto il massimo dell'ultimo decennio, con +8 per cento. **Nel complesso sono state prodotte**



212 FOOD - DOSSIER FORMAGGI Giugno 2018

1.571.365 forme di Asiago Dop, delle quali 1.338.829 di Asiago Fresco e 232.536 forme di Asiago Stagionato: tipologia, quest'ultima, che ha visto un aumento produttivo del +4,8% rispetto al 2016 e ha segnato un aumento record delle vendite del +19 per cento. L'azione del piano di regolazione dell'offerta ha permesso d'immettere sul mercato una quantità di prodotto adeguata alla domanda. In Italia, [Asiago Dop](#) ha messo a segno un aumento dei consumi a volume del +1% (rilevazioni GfK-Eurisko) e significativa è stata anche la crescita del +8,1% delle famiglie acquirenti e del +4,4% dell'indice di penetrazione di mercato, che raggiunge il 60,3% (dati GfK-Eurisko). Nell'export, [Asiago Dop](#) ha registrato un incremento dei volumi esportati pari a +2,2%, per un totale di 1.777 tonnellate, il massimo storico per questo formaggio. "Nel 2018 – spiega **Fiorenzo Rigoni, Presidente del Consorzio** – contiamo di proseguire su tre direzioni: rafforzamento dell'export, diversificazione

dell'offerta e valorizzazione del legame col territorio. Nell'export, in tutto il mondo, il [Consorzio](#) intende confermare l'intensa attività di tutela e protezione del marchio. Quest'azione richiede molte energie ma, allo stesso tempo, rappresenta, a nostro avviso, la sola strada da percorrere per offrire ai nostri formaggi e, direi, a tutto il comparto caseario italiano, l'opportunità di crescere in mercati dove, spesso, ci troviamo a confrontare con competitori molto aggressivi. Allo stesso tempo, **il 2018 vede rafforzarsi l'impegno nel comunicare** e far apprezzare le caratteristiche distintive e l'ecletticità di questo formaggio mettendo in evidenza come, all'interno della tipologia [Asiago Dop](#), vi si possano trovare proposte diversificate che vanno [dall'Asiago Fresco all'Asiago Stagionato, dall'Asiago bio all'Asiago](#) prodotto della montagna. Questa strada, intrapresa con grande entusiasmo dai soci, valorizza la qualità del prodotto e il legame identitario col territorio d'origine, rispondendo allo stesso tempo a una precisa esigenza dei consumatori italiani".