

IL CONSORZIO VICENTINO DI TUTELA. I risultati delle azioni all'estero

Asiago, boom negli Usa e crescita in Sudamerica

In Brasile è stata ottenuta l'Indicazione geografica, i dazi sono calati e il consumo di formaggio triplicherà

Tutti guardano alla sterlina, ma intanto il super-dollaro mette le ali all'Asiago Dop che, nei primi tre mesi del 2016, ha venduto negli Usa 143 tonnellate di prodotto, +44% rispetto allo stesso trimestre dell'anno 2015. Lo segnala in una nota il Consorzio tutela formaggio Asiago di Vicenza. «Un successo non solo americano - rimarca - visto che Asiago Dop mette a segno una crescita mondiale del +16%, unita ad interessanti scenari di sviluppo nei mercati del Sud America: Brasile e Messico. Lì l'azione del Consorzio ha permesso di ottenere il pieno riconosci-

mento della denominazione Asiago come Indicazione geografica in base all'Accordo di Lisbona sulla protezione delle indicazioni d'origine garantendo, di fatto, un maggior livello di protezione della denominazione in quel paese».

MERCATO USA. Nel triennio 2013-2015 Asiago Dop «ha continuato a rafforzare la sua presenza sul mercato americano e chiuso il 2015 con la vendita di 450 tonnellate di prodotto, con un aumento del 12,8% rispetto all'anno 2014». A fare la differenza sono stati due fattori: l'andamento del dollaro, come detto, soprattutto nel 2015, che ha aperto nuove occasioni di acquisto, ma anche le azioni intensificate del Consorzio. «Nell'anno appena trascorso e soprattutto nel primo trime-



L'Asiago punta sull'export

stre 2016 - sottolinea il direttore, Flavio Innocenzi - abbiamo cofinanziato attività di promozione rivolte al trade su numerosi punti vendita, rafforzando la presenza nelle principali catene e premiano l'inserimento in nuove, azioni queste che si svilupperanno per tutto il 2016 e che già danno i loro primi frutti. Un impegno che intende consolidare questo importante mercato facendo conoscere

sempre di più e meglio le caratteristiche distintive del prodotto».

BRASILE: MENO DAZI. Nei primi mesi del 2016 poi l'Asiago Dop è presente «nei mercati del Sud America, soprattutto in Brasile, uno dei paesi più attivi per il mercato dei formaggi, con un consumo che, secondo gli analisti, potrà triplicare in meno di un decennio». Il brasiliano medio consumava solo 3,4 chili di formaggio nel 2009, ma ora il consumo pro capite è aumentato a 5,4 kg nel 2014, ed è destinato a crescere fino a 8,6 kg nel 2019. «Il Consorzio ha avviato da tempo una serie di contatti in tutta l'America del Sud, con particolare riguardo al mercato brasiliano e messicano dove, dal 1° gennaio, si è riusciti a far ridurre i vincoli doganali dal 120% al 45%, e, ancor più importante, a ottenere il pieno riconoscimento della denominazione Asiago come Indicazione geografica aprendo alla commercializzazione dell'Asiago Dop in quel paese. ●