Asiago DOP: cresce la produzione, vola l’export

insieme-asiago-new-pelure-01-bassa-f8568ef7

A un anno dalla sua introduzione, i numeri danno conferma della validità del piano di crescita programmata promosso dal Consorzio Tutela Formaggio Asiago. Il bilancio 2014, approvato dall’assemblea annuale dei soci riunitasi ad Asiago il 20 marzo, ha infatti consegnato una fotografia positiva: l’anno si è chiuso con una leggera crescita nelle produzioni totali passate dalle 1.620.136 forme del 2013 alle 1.626.198 forme del 2014, con un aumento pari a +0,37%.

L’attività di programmazione e la ricerca di una qualità distintiva hanno permesso di garantire quotazioni stabili per tutto il 2014. I dati di mercato confermano il crescente apprezzamento del livello qualitativo della DOP veneto-trentina, frutto di lavorazioni che rispecchiano metodi tradizionali e imbattibile sul fronte della sicurezza e della genuinità.

Il 2014 segna inoltre una parziale staffetta tra le due principali tipologie di formaggio, con la riduzione del 3,16% della produzione di Asiago DOP Fresco e l’aumento del 22,86% rispetto al 2013 della produzione di Asiago DOP Stagionato. In dettaglio, la produzione di Asiago Fresco è stata di 1.356.132 forme (-44.191 forme), mentre quella dell’Asiago Stagionato di 270.066 forme (+50.253). A fare la differenza, dal 1° marzo 2014, l’avvio del Piano di crescita programmata, che ha consentito di individuare il livello annuo di produzione ottimale dalla filiera della DOP veneto-trentina, composta da 1.595 aziende di allevamento e 46 caseifici.

E i soci non hanno mancato di esprimere la propria soddisfazione per la quotazione media del prodotto: l’opportunità di regolare l'offerta ha permesso non solo di garantire una diversa redditività rispetto al passato ma, anche e soprattutto, di concentrare le energie sul miglioramento continuo della qualità, a tutto vantaggio dell’immagine complessiva del prodotto e della sicurezza del consumatore.

«Lascio un Consorzio in ottima salute - commenta il Presidente del Consorzio, Roberto Gasparini, che il 20 marzo è giunto alla conclusione del suo incarico consortile -. I dati dimostrano che negli ultimi

anni il marchio Asiago DOP è cresciuto in valore e notorietà, in Italia così come all'estero. L'incremento del numero di consumatori registrato in questi anni premia infatti il lavoro intrapreso, nel segno del continuo miglioramento, anche grazie ai severi controlli introdotti dal Consorzio sugli aspetti organolettici e sensoriali».

Per quanto poi riguarda i mercati esteri, le esportazioni di Asiago DOP negli ultimi cinque anni sono cresciute a volume del 40,9% e a valore del 64%, con un 2014 che vede oltre 1.600 tonnellate esportate e un +7,6% del fatturato export rispetto all'anno precedente. Da segnalare il trend positivo nelle aree in cui il Consorzio ha messo in atto azioni promozionali. Tra questi, la Germania, dove l'export - in precedenza stabilmente ancorato alle 100 tonnellate annue - è raddoppiato nell'arco degli ultimi due anni, sfiorando le 200 tonnellate esportate nel 2014 ed avviandosi ad ulteriori incrementi nel corso del 2015. A fine 2014, la classifica dei Paesi di destinazione delle vendite estere conferma al primo posto la Svizzera, seguita dagli Stati Uniti e dalla Germania. Buone anche le performance in Francia e Austria, mentre crescono le occasioni di consumo in Croazia, Canada e Australia.

Nel 2014, il mercato italiano ha chiuso in sostanziale tenuta con un + 0,8% a valore (dati GfK-Eurisko) e un -0,8% a volume, a conferma del valore riconosciuto alla DOP veneto-trentina e dell'efficacia delle attività di promozione che, anche nel 2014, hanno visto Asiago DOP presente in format televisivi di successo come MasterChef oltre che protagonista di eventi e iniziative dedicati ad incontrare i giovani consumatori e il mondo della ristorazione.