



MONTASIO: PESA SUL BILANCIO LA CRISI DEL CASEARIO REGIONALE, MA ALL'ESTERO LA DOP E' IN ESPANSIONE

Codroipo, 28 Maggio 2014 - **Il Consorzio Tutela Formaggio Montasio** ha presentato e **approvato** ieri a Codroipo **il suo bilancio** d'esercizio 2013.

La DOP nostrana si conferma al 6° posto nazionale tra i formaggi di latte vaccino, nonostante le produzioni e le vendite risultino stabili se non in decrescita rispetto lo scorso anno. La **produzione** globale di Montasio si attesta sulle **833 mila forme**, pari a circa 6 mila tonnellate di formaggio, con un **decremento dell'11,8%** rispetto lo scorso anno.

Nonostante ciò, il Montasio annuncia dati positivi per quanto riguarda i prezzi, che crescono del 3,5% per le due tipologie più commercializzate (fresco e mezzano), e per quanto riguarda le **vendite**. Queste ultime sfiorano le **877 mila forme** e superano la produzione per il secondo anno consecutivo di ben 44.000 forme, evidenziando quindi una mancanza di prodotto a magazzino.

A gravare sui risultati della DOP, i recenti fatti che hanno coinvolto il **comparto caseario regionale**. La crisi di Latterie Friulane ha infatti significato una produzione di **98.000 forme in meno** rispetto al 2012. A questa, in corso d'anno, si è sommata anche l'improvvisa cessata attività per due aziende che ha ridotto la produzione 2013 di ulteriori 15.000 forme.

"Senza questi due episodi eccezionali – commenta il Direttore del Consorzio Loris Pevere - non avremmo avuto nessun calo di produzione, contrariamente a quanto registrato nel modo dei formaggi DOP che evidenziano quasi tutti un saldo negativo".

Anche nel 2013 il dato più **significativo** rimane quello dell'**export**, con le vendite fuori confine che subiscono una netta impennata andando ad incidere per circa **l'8%** sul totale, grazie al programma "Legends From Europe", la triennale campagna di promozione avviata insieme ad altri quattro consorzi DOP italiani che ha portato, dal suo avvio, un **+215%** di vendite negli USA.

"Sulla promozione il Consorzio Montasio sta investendo molto - ha commentato il presidente del Consorzio, Franco Panciera -. Abbiamo negli scorsi anni tracciato un percorso strategico che voleva incrementare la conoscenza del nostro marchio all'estero e stiamo proseguendo su questa linea raccogliendo risultati importanti. Lo evidenziano i dati e lo evidenzia anche la Commissione Europea che ha avuto nei nostri riguardi parole di elogio per gli obiettivi raggiunti"

Rientra nella strategia di **promozione internazionale** perseguita dal Montasio l'annuncio, in assemblea, del rinnovo del progetto sviluppato negli Stati Uniti. Il triennio 2014-2017 vedrà il lancio di una nuova iniziativa di promozione sempre negli USA che avrà per protagoniste le eccellenze enogastronomiche italiane: formaggio Montasio, prosciutto di San Daniele, Grana Padano e prosciutto di Parma.