

Gorgonzola, sbarco in Asia via Dubai

L'ANNO SCORSO L'EXPORT È CRESCIUTO DEL 2,6%: LE 138 IMPRESE ADERENTI PERÒ VOGLIONO FARE DI PIÙ. I PRIMI TRE MESI 2015 HANNO REGISTRATO UN +14% E ORA SI SCOMMETTE SU CINA E OCEANIA. NEGLI USA RESTA IL PROBLEMA DEI FALSI

Giorgio Lonardi

Milano

È tutta centrata attorno a Expo 2015 la comunicazione del Consorzio per la Tutela del formaggio Gorgonzola Dop. Un organismo che raccoglie i 38 produttori certificati e autorizzati del Gorgonzola (500 milioni di ricavi complessivi nel 2014) per importanza il terzo formaggio Dop di latte vaccino nel panorama italiano. Lo stesso Consorzio che ha varato un piano di comunicazione di circa 2 milioni di euro per supportare l'immagine del prodotto sui mercati nazionale e internazionali. Riguardo a questi ultimi nei primi tre mesi del 2015 si registra un vero e proprio boom dell'export con un incremento del 14,4%.

“Abbiamo deciso di puntare su Expo 2015, il più grande evento mondiale dell'anno - dice Renato Invernizzi, presidente del Consorzio di Tutela - con una campagna di straordinaria visibilità per comunicare il Gorgonzola agli oltre 20 milioni di visitatori previsti, italiani e stranieri”. Lo confermano la presenza del Gorgonzola presso il padiglione di Federalimentare NE10, denominato “CIBUS è ITALIA” all'interno dell'area Anfidop (Associazione Formaggi Italiani a denominazione di origine protetta). E lo certifica il programma di degustazioni e promozioni che si svolgeranno nel corso di Expo.

In effetti la campagna del Consorzio non si limita ad Expo ma tracima un po' per tutta Milano: dai Jumbo tram decorati con l'immagine di Antonino Cannavacciuolo, lo chef stellato di Vico Equense, che fa da testimonial al formaggio “nordico” (si produce solo in alcune località della Lombardia e del Piemonte) alle pensiline della metro e ai manifesti retroilluminati piazzati in punti strategici della città. Insomma, ovunque si giri lo sguardo nel centro di Milano s'incontra la silhouette imponente e il sorriso ammiccante dello chef campano che invita a consumare pasti sfiziosi. La strategia, come sottolinea Invernizzi, è quella di puntare sul Gorgonzola come “crema” e ingrediente di

piatti di ogni tipo dal primo ai secondi fino al dolce facendo leva sulle caratteristiche organolettiche del prodotto.

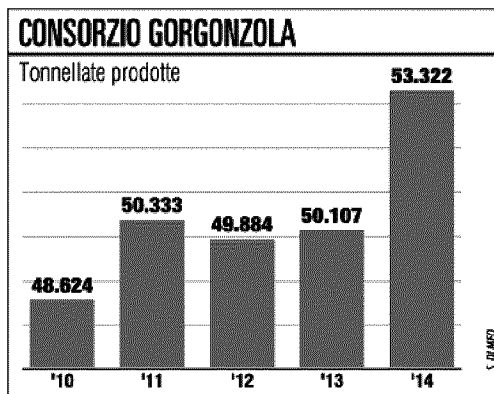
Il 2014 è stato un'ottima annata per le aziende aderenti al Consorzio di Tutela. La produzione infatti è cresciuta del 6,4%: le forme in più sul 2013 sono state quasi 268 mila segnando un vero e proprio record storico con oltre 4 milioni 443 mila forme prodotte. “Per quanto riguarda i consumi - ha sottolineato Invernizzi - il 2014 si chiude con un aumento dei volumi del 4,3% guidato da un incremento dell'acquisto medio di 200 grammi per famiglia. Si tratta di un dato ancor più positivo se lo confrontiamo con l'andamento dell'intero comparto dei formaggi che l'anno scorso è calato del 5,7%”.

A trainare la crescita del Gorgonzola è stato l'export che nel 2014 ha sfiorato il 31% delle vendite totali. Non è un caso, infatti, che buona parte delle risorse del Consorzio di Tutela siano indirizzate proprio sulla promozione dei mercati internazionali che nel 2014 sono cresciuti del 2,6%, con 1.650 tonnellate di Gorgonzola esportato. Quanto al futuro Invernizzi è ottimista e sottolinea come nei primi 3 mesi dell'anno le vendite estere siano aumentate di ben il 14,4%. “E questo rafforza - precisa il presidente del Consorzio - il posizionamento del Gorgonzola al terzo posto fra i formaggi Dop italiani”. Ancora sul fronte dell'export è l'Europa sicuramente il mercato più interessante. Basti pensare al caso della Germania, il principale mercato di sbocco, dove nel 2014 le vendite sono

aumentate del 12%. Buone le performance in Francia (+8,2%) mentre nei Paesi Bassi si registra un aumento di oltre il 25% e la Spagna fa boom (+36%). Male gli Usa (-13) dove il problema dei “falsi gorgonzola” appare di difficile soluzione. Si registra inoltre un inte-

resse crescente da paesi asiatici come il Giappone e la Corea. “La nostra partecipazione ad una Fiera Internazionale di settore a Dubai - conclude Invernizzi - ci sta schiudendo i mercati dell'Asia meridionale e dell'Oceania”.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Renato Invernizzi
presidente del Consorzio Gorgonzola

