

NUOVA STRATEGIA PROMOZIONALE

Il Montasio punta a rilanciarsi con 1,5 milioni nell'arco di 3 anni

di Maura Delle Case

► UDINE

Dopo anni di "sonnolenza" sul fronte della promozione il Consorzio del Montasio si è dotato di un piano per garantire ai produttori nuove fette di mercato e maggiore redditività. Lo ha presentato ieri in Regione, che di questa partita è l'altra protagonista avendo messo a disposizione - nella legge di Stabilità che andrà in aula a breve - 700 mila euro. Circa la metà del milione e mezzo di risorse che il Consorzio stima di mettere sul piatto nel corso del triennio 2017-2019 per dar corpo al piano promozionale, sostenuto dal pubblico sì - «con l'auspicio che faccia la sua parte anche la Regione Veneto» ha detto il presidente Terenzio Borga -, ma anche dai produttori. «Abbiamo proposto loro un aumento della quota associativa, che passa da 0,7 a 0,9 centesimi a forma, un sacrificio che durante l'ultima assemblea hanno accolto con voto unanime comprendendo che qui si gioca il nostro futuro, perché se il Montasio viene rilanciato, se le forme prodotte tornano ad essere in Fvg un milione anziché le attuali 900 mila, se aumenta il reddito delle imprese, ci saranno benefici per tutto il territorio» ha spiegato il presidente passando poi la parola a

Pietro Vitali, che il progetto lo ha coordinato, e al presidente dell'agenzia Aipem, Molinaro, che ha ideato la campagna promozionale. «Negli ultimi anni abbiamo assistito a un calo generalizzato dei prezzi al consumo di formaggio» ha ricordato Vitale sottolineando come oggi, all'ingrosso, un chilo di Montasio fresco arrivi a costare nel migliore dei casi 5 euro. Poco per la qualità dell'unica Dop del settore lattiero-caseario regionale che il progetto promozionale punta ora a rilanciare. Con uno slogan che vorrebbe diventare un tormentone: "Momenti Montasio". «Vogliamo far passare il messaggio che questo formaggio può accompagnare ogni tempo della giornata e non solo quello del pasto» ha spiegato dal canto suo Molinaro presentando una strategia di comunicazione e marketing che si svilupperà su quattro assi: digitale, media tradizionali, eventi e ufficio stampa. "Battezzata" ieri, la campagna prenderà il via nella primavera del 2017, con soddisfazione dell'assessore regionale all'agricoltura Cristiano Shaurli che un anno fa aveva chiesto al Consorzio Montasio di lavorare a un progetto di promozione. A distanza di 12 mesi quel progetto finalmente c'è e dà una prospettiva di sviluppo al prodotto.

