

## E' QUANDO ARRIVA NATALE CHE I "DURI" ENTRANO IN TAVOLA

**Assolatte**: come ingredienti delle ricette tipiche del menu delle Feste, come delizia gourmet da portare in tavola e anche come regalo deluxe per festeggiare il Natale: così, a fine anno, in Italia le vendite e i consumi di formaggi tipici stagionati crescono anche a doppia cifra. La maggior parte degli italiani li compra "last minute" e sempre più sul web.

(Milano, 05 dicembre 2018) Che feste di fine anno sarebbero senza un fumante piatto di ravioli o un raffinato arrosto ripieno, senza uno stuzzicante plateau di formaggi da degustare insieme a un buon calice di "bollicine" e senza un cesto regalo pieno di delizie e tesori gastronomici per intenditori da trovare sotto l'albero di Natale? E cosa sarebbero queste tradizioni senza i formaggi a lunga stagionatura tipici della tradizione italiana, realizzati con latte locale e lavorati con metodi artigianali di antica memoria, come Grana Padano, Parmigiano Reggiano e i tanti pecorini che vengono prodotti nel nostro Paese? **I dati sulle vendite confermano che, per gli italiani, non c'è Natale senza formaggi "duri", afferma Assolatte: in prossimità delle feste infatti, gli acquisti di formaggi a lunga stagionatura tendono ad aumentare, arrivando anche a crescere a doppia cifra. E sono sempre più importanti gli acquisti fatti sul web, approfittando dei servizi di e-commerce offerti da produttori caseari e retailer.**

**Il clou delle vendite si registra negli ultimi 15 giorni di dicembre, quando i sondaggi dicono che gli italiani concentrano circa il 20% dello shopping destinato ai menu delle feste e ai regali di Natale, aggiunge Assolatte.** In particolare, si lasciano "last minute" gli acquisti dei prodotti alimentari più pregiati e apprezzati, da offrire e condividere in cene e party, e da offrire in dono. Come i formaggi a lunga stagionatura, che sono tra i protagonisti immancabili della tavola festiva e sono uno dei regali natalizi più apprezzati.

La fotografia di questo trend di consumo arriva ad **Assolatte** direttamente dai principali consorzi che tutelano i formaggi Dop. Nelle settimane pre-natalizie il **Pecorino Toscano Dop** vive un'impennata delle vendite, che crescono del 20% rispetto ai mesi precedenti, e anche il **Grana Padano Dop** registra incrementi significativi delle vendite, che arrivano al +30% nel caso del Trentingrana.

**Gli italiani comprano i grandi formaggi tipici soprattutto nella distribuzione moderna, spiega Assolatte, ma in occasione delle feste affollano anche salumerie, gastronomie e botteghe di specialità alimentari,** anche per approfittare del servizio di preparazione e confezionamento dei pacchi regalo. In tutti questi punti vendita i consorzi di tutela dei formaggi Dop realizzano attività di comunicazione per aiutare il consumatore a "orientarsi" nell'ampia proposta di specialità casearie e a individuare l'acquisto giusto per le proprie esigenze ed aspettative, anche proponendo vere e proprie **nicchie e specialità: dal formaggio "prodotto di montagna" a quello biologico.**

**Anche l'e-commerce sta prendendo sempre più piede, sottolinea Assolatte, visto che è cresciuto del 24% rispetto al periodo natalizio del 2016.** Sicuramente la comodità (e talvolta anche la convenienza) sono fattori che spingono il ricorso agli acquisti online. Ma importante è anche il ruolo giocato da molti consorzi di tutela dei formaggi Dop, che

hanno investito su questo canale per favorirne lo sviluppo presso i loro associati, come ha fatto il Consorzio dell' **Asiago Dop**. Un caso emblematico è quello del **Parmigiano Reggiano Dop**, il cui consorzio ha puntato sulle vendite online realizzate direttamente dai caseifici associati, che oggi sono arrivate a pesare per il 10% sul totale.

I consorzi del **Gorgonzola Dop** e della **Mozzarella di bufala campana Dop** hanno intrapreso un percorso per destagionalizzare il consumo e non farli considerare solo una delizia da gustare in determinate occasioni o momenti dell'anno. Così oggi il Natale continua sì a concentrare buona parte delle vendite, ma ha perso la centralità che aveva solo alcuni anni fa grazie all' aumento delle vendite negli altri periodi dell'anno.

**IN CASO DI PUBBLICAZIONE SI PREGA DI CITARE LA FONTE ASSOLATTE**

Per maggiori informazioni: Carmen Besta – Assolatte Milano - mail: [besta@assolatte.it](mailto:besta@assolatte.it) . tel.02-72021817

**Chi siamo:** Nata nel 1945, **Assolatte rappresenta il primo settore del Made in Italy alimentare.** Riunisce oltre **200 aziende** (piccole, medie e grandi realtà nazionali, private e cooperative, grandi aziende internazionali) che rappresentano il **90% del fatturato complessivo del settore.** Assolatte raggruppa **tutti i prodotti lattiero caseari:** il latte da bere, in tutte le sue tipologie, lo yogurt e gli altri latti fermentati, il burro e tutti i formaggi. Dai tesori della grande tradizione casearia ai prodotti più moderni e innovativi. **I nostri numeri:** Con un fatturato che supera i **15,4 miliardi di euro** e un indotto che dà lavoro a oltre **100.000 persone**, quello della trasformazione del latte è il **settore più importante dell'agroalimentare italiano.** Un grande protagonista del panorama internazionale grazie alle **esportazioni, il cui valore supera i 2.4 miliardi di euro.** **La produzione:** **1.1 miliardo** di kg di formaggi, di cui 470 milioni di formaggi DOP • **2,5 miliardi** di litri di latte alimentare • **1,9 miliardi** di vasetti di yogurt • **160 milioni** di kg di burro.

20135 MILANO • via Adige 20 • tel: 02.72021817 • fax: 02.72021838 • mail: [assolatte@assolatte.it](mailto:assolatte@assolatte.it)  
00187 ROMA • via Boncompagni 16 • tel: 06.42885648 • fax: 06.42814790 • mail: [segreteria.rm@assolatte.it](mailto:segreteria.rm@assolatte.it)  
1000 BRUXELLES • avenue de la Joyeuse Entrée 1 • tel: 0032 22861248 • fax: 0032 22306908 • mail: [bruxelles@assolatte.it](mailto:bruxelles@assolatte.it)