



PATTO FRA CONSORZI FORMAGGI DOP SARDI PER I MERCATI INTERNAZIONALI

12 Ottobre 2017 

CAGLIARI – Uniti nel nome del formaggio. Tre pecore, una con l’elmetto, una con la berritta e una con un fiore in bocca, per rappresentare i tre Consorzi Dop del Pecorino Romano, del Pecorino sardo e del Fiore sardo. Sullo sfondo, a seconda delle fasi della promozione, il Colosseo, un pascolo o un nuraghe.

È il marchio in fase di registrazione che sarà presto negli scaffali delle grandi catene in giro per il mondo. Tre in uno (ma rimarranno anche i singoli brand) per uno storico patto di ‘penetrazione’ anche dei mercati internazionali, Usa, Germania, Francia e Inghilterra.

L’investimento è di quattro milioni, tre della Regione e uno dei Consorzi.

Il progetto ribattezzato Rosafi durerà tre anni e, secondo i primi studi, dovrebbe far lievitare le vendite del 30-40% nel momento del lancio e delle degustazioni. Per poi stabilizzarsi sul +25%. Contratti per la nuova associazione già firmati.

Oggi mancavano alla conferenza stampa di presentazione dello storico patto, i rappresentanti di Pecorino e Fiore sardo.

“Soltanto un disguido tecnico – garantisce l’assessore regionale dell’agricoltura, **Pierluigi Caria** – per la convocazione dell’incontro i presidenti non sono potuti intervenire, ma li ho sentiti poco prima di iniziare e mi hanno confermato che è tutto a posto, non ci sono problemi”.

Insomma, si parte: “L’obiettivo – spiega Caria – è quello della aggregazione e della diversificazione. Ma è anche un intervento strutturale che punta a provocare effetti sul prezzo del latte”.

Previsioni ottimistiche: “Una fase di crescita importante – dice il presidente del Consorzio di tutela del Pecorino romano, **Salvatore Palitta** – attualmente l’impatto economico si aggira sui 250 milioni, ma con l’ingresso nella distribuzione organizzata e nelle catene, nella fase della degustazione è prevista subito un’impennata. È importante anche diffondere nel mercato nord americano il marchio Dop. Il pecorino romano, che ha già un mercato internazionale rilevante, può fungere da traino per gli altri prodotti”.