



Il lancio di un nuovo mercato Stravecchio Oro del Tempo: una storia di successo

Nel 1998 Agriform ha lanciato il progetto "Oro del Tempo", una linea di formaggi DOP selezionati a lunga stagionatura, nata per soddisfare i consumatori più evoluti ed esigenti, alla ricerca di sapori autentici e tradizionali. Il prodotto principale di questa linea è il Grana Padano Stravecchio Oro del Tempo, un formaggio selezionato di alta qualità, stagionato per almeno 20 mesi (in media 24) e garantito forma per forma da un certificato di origine e garanzia che riporta il luogo e la data di produzione. Il prestigio del prodotto viene comunicato non solo nel packaging, ma anche nel materiale per il punto vendita e nelle iniziative promozionali. Il Grana Padano Stravecchio ha grandi tradizioni in Veneto e Agriform è riuscita a selezionarlo, garantirlo e valorizzarlo, proponendo al trade più attento

un prodotto con le seguenti interessanti caratteristiche:

- elevata qualità (eccellenza del Grana Padano, paragonabile ad un ottimo Parmigiano Reggiano)
- marchio ed immagine esclusiva, che consente di uscire dalla "bagarre" delle promozioni e conferisce prestigio all'offerta del punto vendita
- posizionamento di prezzo al pubblico intermedio tra Grana Padano e Parmigiano R., in un momento in cui il divario tra i due prezzi è notevole. Questo prodotto ha incontrato quindi un forte successo in particolare nella Grande Distribuzione, sempre alla ricerca di prodotti che garantiscono maggiori fatturati e maggiori margini. Per il 2001 è ormai assicurato il raggiungimento dell'obiettivo di fatturato di 4 miliardi di lire.

Per il 2002 gli obiettivi di

sviluppo dello Stravecchio Oro del Tempo sono legati in massima parte al previsto allargamento del mercato estero (Germania e USA principalmente).

In assenza di una diffusa conoscenza delle caratteristiche dei formaggi grana, per l'estero il canale privilegiato sarà invece quello delle gastronomie di alto livello; punti di vendita ideali per contattare i consumatori più esperti ed attenti alla qualità.



all'interno

■ **Quel che si credeva un gusto impareggiabile**

■ **Giornalisti a bocca aperta**

■ **Il formaggio del mese: Monte Veronese: così nuovo, così tipico**

■ **Agriform presenta Agriform**

■ **Brevi dal mondo dei formaggi**
Il Giuri dà ragione al Consorzio del Grana Padano

Nessun "Parmesan" per la Corte

Il punto sul mercato
di Nisio Paganin

Produzioni e Quotazioni

L'annata 2001 è stata all'insegna della relativa stabilità.

I Prezzi del grana Padano si sono mantenuti su valori mediamente al di sopra del 3 - 4% rispetto all'anno precedente, manifestando una minore stagionalità. In sostanza non si è realizzata l'impennata di prezzo della tarda estate/autunno, che ha

(servizio a pag. 2)

Come fare risultato con un pò di grana!



■ **Agriform è fra i supporter della migliore novità del calcio italiano: il Chievo Verona.**

I test sul consumatore confermano: impossibile esprimere una preferenza di gusto tra il miglior Parmigiano Reggiano e l'emergente Stravecchio Oro del Tempo.

Quel che si credeva un gusto impareggiabile

Incoraggiato dal successo ottenuto in soli 3 anni dalla sua apparizione sul mercato, il Grana Padano Stravecchio Oro del Tempo ha scelto ora di mettersi seriamente alla prova: il 31 luglio e il 1° agosto scorsi, rispettivamente a Marmirolo (MN) e a Thiene (VI), ha partecipato a un test di qualità per comparazione a coppie, "scontrandosi" con un

Parmigiano Reggiano di egual stagionatura. L'esame (UNI ISO 5495), condotto dall'Istituto Superiore Lattiero Caseario della Regione Lombardia e dall'Istituto per la Qualità e le Tecnologie Agroalimentari di Veneto Agricoltura, è stato effettuato complessivamente su 170 consumatori; invitati ad esprimere una preferenza tra i due campioni anonimi di

formaggio, gli assaggiatori, tra cui erano presenti anche tecnici del settore caseario, hanno scelto l'uno o l'altro in parti equamente distribuite a livello statistico. Non solo; le motivazioni legate alla preferenza di un formaggio rispetto all'altro sono state le medesime in entrambi i casi: più saporito, più friabile, più stagionato.



■ *dalla prima pagina*

Produzioni e Quotazioni

caratterizzato l'annata 1999 e, in misura minore, il 2000. Da fine estate, in controtendenza rispetto alle aspettative, le quotazioni si sono raffreddate, segnando un arretramento del 3% circa; recepito dai listini ufficiali nel mese di Ottobre. Nell'arco dei primi otto mesi, il Parmigiano Reggiano aveva beneficiato di una spinta al rialzo più consistente, realizzando complessivamente incrementi fino al 20% rispetto ai minimi dell'anno

precedente. In conseguenza di ciò si è allargata notevolmente la forbice tra i due principali DOP italiani, a vantaggio del Parmigiano, che gode di una minore elasticità produttiva. Si ha la sensazione che il Grana Padano, in un contesto produttivo totalmente liberalizzato (l'antitrust ha smantellato il sistema delle quote nel '96), e con la disponibilità in esubero di impianti di trasformazione, non riesce a creare marginalità, essendo un mercato sostanzialmente privo di barriere di ingresso (si pensi ai c/lavorazione che permettono di dirottare enormi quantità

di latte alla lavorazione di Grana Padano senza un minimo investimento), appena il prodotto raggiunge la soglia della minima marginalità entrano in produzione nuovi competitori che creano immediatamente eccesso di offerta. Il perdurare di questa situazione sta collassando la struttura di trasformazione, che paradossalmente è spesso costretta ad approvvigionarsi di materia prima (latte) a costi superiori del valore di realizzo del prodotto trasformato, ostaggio dei costi fissi. Si profilano all'orizzonte segnali importanti, che potrebbero modificare sostanzialmente questo quadro macroeconomico. La chiarezza sul sistema delle quote latte sarà un elemento determinante nello sviluppo del mercato. Parimenti la ventilata volontà di smantellare il sistema di aiuti comunitari (ammasso privato) avrà effetti importanti in questo mercato. Sta affiorando anche l'ipotesi di riconsiderare legittimo e possibile il ripristino del contingentamento della produzione.



Autunno 2001: 25 annunci sulle testate di cucina

Copie totali: 5.111.506
Contatti lordi: 13.837.000
Contatti sul target responsabili acquisiti: 7.707.000

Giornalisti a bocca aperta

Preso coscienza del confortante esito del test, Agriform ha avviato sul tema un'impattante campagna autunnale, su riviste di cucina e gastronomia oltre che su testate specializzate. L'obiettivo della campagna è di informare il consumatore sull'esistenza di un'alternativa al Parmigiano. Un'alternativa, si intende, altrettanto buona. Conosciuto il parere dei consumatori in merito



al suddetto confronto tra Stravecchio e Parmigiano Reggiano, l'azienda ha coinvolto anche i giornalisti italiani specialisti nel food. L'11 Ottobre, al Circolo della Stampa di Milano, si è svolto l'incontro/degustazione "Cercasi palati fini"; in questa occasione più di 40 giornalisti hanno effettuato personalmente il test, confermando le qualità di Stravecchio Oro del tempo.

Un prelibato formaggio DOP in forte ascesa

Monte Veronese

In un clima di riesploro interesse per i prodotti Dop, anche per le recenti prese di posizione in sede comunitaria, si segnala lo sviluppo del Monte Veronese, formaggio tipico a Dop (dal 1997) che, pur ancora poco noto al consumatore italiano, vanta una diffusione in forte crescita.

Prodotto esclusivamente da 11 caseifici della Lessinia veronese, secondo metodi tradizionali, nel pieno rispetto delle più recenti normative igienico-sanitarie, questo formaggio è tradizionalmente conosciuto soprattutto nelle province di Verona, Brescia e Bergamo. Il Monte Veronese è presente sul mercato in due diverse versioni, denominate "a latte intero" e "d'allevato".

Il primo è un formaggio da tavola, ottenuto da latte intero

e con una stagionatura di almeno 25 giorni. L'allevato viene invece ottenuto da latte parzialmente scremato, ed è caratterizzato da una stagionatura variante tra un minimo di 3 mesi fino ad 1 o anche 2 anni di stagionatura, con possibilità di utilizzo anche per grattugia. Se il target più giovane dimostra di apprezzare maggiormente la tipologia a latte intero, in quanto fresca e leggera, dal sapore dolce e gradevole, i consumatori meno giovani, amano invece la versione d'allevato per la sua tipicità, per la pasta compatta, per quel gusto "quasi piccante, fragrante e leggermente amarognolo". Il prodotto viene commercializzato per il 50 % tramite grossisti e per il 42 % direttamente



dalle
aziende

produttrici agli operatori commerciali (Gdo, dettaglio specializzato e dettaglio tradizionale); il restante 8 % è destinato agli spacci interne alle aziende. Agriform produce direttamente nel suo caseificio di Boscochiesanuova un Monte Veronese Latte Intero con stagionatura di 60 giorni. Grazie ad Agriform, il Monte Veronese è ora conosciuto anche all'estero: principali paesi d'esportazione sono Olanda, Germania e Stati Uniti.

Agriform presenta Agriform

In questa rubrica presenteremo in ogni numero uno dei caseifici nostri soci. Per il primo numero pensiamo invece sia importante presentare la realtà Agriform nel suo complesso.

Attività

Agriform rappresenta la più importante realtà del Veneto nel settore del Grana Padano e degli altri formaggi tipici regionali (Asiago, Montasio, Monte Veronese). Agriform è una cooperativa di 2° grado, nata nel 1980 per gestire in forma associata la produzione, la stagionatura e la commercializzazione dei formaggi tipici prodotti dai caseifici sociali soci. Oltre alle produzioni dei caseifici soci, Agriform acquista e commercializza Grana Padano e altri formaggi tipici proveniente da caseifici terzi.

Dimensioni

Nel 2000 Agriform ha fatturato oltre 140 miliardi di lire (70 milioni di Euro). L'export rappresenta il 15% circa del fatturato. Principali paesi di esportazione sono: Germania, Usa, Australia, Canada, Francia, Inghilterra. L'85% del fatturato è rappresentato da Grana Padano, con un volume di vendite 2000 di oltre 10.000 tonnellate, pari a 280.000 forme.



Stand Agriform alla fiera Anuga di Colonia 2001

Brevi

Il Giurì dà ragione al Consorzio del Grana Padano

Il Consorzio per la tutela del Grana Padano è risultato vincente contro Biraghi: il Giurì dell'istituto di autodisciplina pubblicitaria si è infatti espresso a favore del Consorzio in merito agli annunci pubblicati su molteplici testate dall'azienda piemontese negli scorsi mesi.

Nessun "Parmesan" per la Corte

Non può esistere un Parmesan al di fuori del Parmigiano Reggiano: a tali conclusioni è giunta a Lussemburgo, lo scorso 10 Ottobre, la Corte di Giustizia Ue, che ha dato ragione all'Italia nel processo contro il Parmigiano "copiato".

Sta nascendo il più importante centro operativo e logistico del settore

Lo sviluppo della sede di Sommacampagna

La sede Agriform si trova a Sommacampagna (VR), in una posizione ideale: a 200 m dal casello di Sommacampagna dell'A4 (TO-MI-VE) e a 2 km dall'incrocio dell'A4 con l'Autostrada A22 (Modena Brennero). L'importanza strategica dell'area di Sommacampagna, è confermata dallo sviluppo del più grande centro logistico nazionale (Quadrante Europa). Forte di questa posizione, Agriform

ha concentrato sulla sede di Sommacampagna una serie di investimenti che lo renderanno il più importante centro operativo e logistico del settore:

- Gennaio 2000: completamento della nuova ala del magazzino di stagionatura, con capacità di 55.000 forme di Grana Padano. La capacità totale del magazzino di stagionatura arriva a 150.000 forme.
- Maggio 2001: ristrutturazione

dell'area spedizioni (nuove celle frigorifere e porte di carico)

- Dicembre 2001: Completamento del centro di confezionamento specializzato nella lavorazione dei formaggi duri. Il nuovo centro, dotato delle tecnologie più recenti, produrrà grattugiato fresco, spicchi e porzioni in buste sottovuoto e

in film termoretraibile in atmosfera protettiva.

- 2003: Nuovo magazzino di stagionatura per ulteriori n. 120.000 forme.



Agriform presenta Agriform

(continua da pag. 3)

Il Grana Padano Agriform

I caseifici soci di Agriform sono prevalentemente produttori di Grana Padano. I soci sono tenuti al conferimento totalitario della loro produzione di Grana

Un altro magazzino di stagionatura Grana per 30.000 forme è situato a Grisignano di Zocco (VI). A Boscochiesanuova (VR) ha sede il casei-



ificio di proprietà, in cui Agriform produce direttamente Grana Padano e Monte Veronese. La produzione complessiva (propria e di soci) è di circa 210.000 forme/anno, con le seguenti matricole: PD 702, PD 704, RO 808, VI 612, VI 615, VI 616, VI 625, VI 640, VR 903, VR 926.

Strutture di proprietà Agriform

La sede di Sommacampagna (VR) è il centro di spedizione delle merci e dispone di un magazzino di stagionatura Grana per 150.000 forme.

Qualità

E' infine importante evidenziare l'attenzione prestata da Agriform alla qualità dei prodotti e dei servizi offerti ai propri clienti. In questa direzione la società ha conseguito tra le prime la certificazione UNI EN ISO 9002 nell'Aprile 1998 (certificato CSQA n.033).

www.agriform.it



Visita il sito internet www.agriform.it. All'interno del sito potrai così consultare la sezione espressamente dedicata agli operatori, dove trovi utili informazioni sul mercato, quotazioni, prezzi, volumi produttivi. Inoltre il sito contiene numerose notizie sul ciclo produttivo, i prodotti, le ricette e link utili anche per il consumatore.

Agriform Scarl Via Rezzola, 21
37066 Sommacampagna (VR) Italy
Tel. +39 (0)45 515244 • Fax +39 (0)45 8978627
e-mail: agriform@agriform.it
direzione generale: n.paganin@agriform.it
marketing-GD Italia: a.zevio@agriform.it
commerciale agenti Italia: a.freddi@agriform.it
commerciale estero: c.giussani@agriform.it

Periodico a cura dell'ufficio stampa Agriform:
Prima&Goodwill Tel. 045 8204222 Fax 045 8204348
e-mail: prima@goodwill.it