

**- FORMAGGIO ASIAGO DOP -**  
***PIANO DI REGOLAZIONE***  
***DELL'OFFERTA***

**GENNAIO 2014 – DICEMBRE 2016**

---



SETTEMBRE 2013

## Sommario

1	<i>PREMESSE E ASPETTI NORMATIVI</i> .....	2
2	<i>ANALISI DI MERCATO</i> .....	2
2.1	IL CONTESTO LATTIERO-CASEARIO INTERNAZIONALE .....	2
2.2	TREND ECONOMICO E DI CONSUMO IN EUROPA .....	6
2.3	L'IMPATTO DELL'ABOLIZIONE DELLE QUOTE LATTE .....	7
2.4	IL SETTORE LATTIERO-CASEARIO IN ITALIA.....	8
2.5	IL MERCATO DELL'ASIAGO DOP.....	10
2.5.1	L'andamento delle vendite in Italia e all'estero .....	10
2.5.2	L'andamento dei prezzi del latte nell'area di riferimento .....	14
2.6	GLI IMPATTI DEL PIANO PRODUTTIVO SULLE DESTINAZIONI ALTERNATIVE DEL LATTE E SUL MERCATO DEL LATTE NELLA ZONA INTERESSATA.....	16
3	<i>IL PIANO DI REGOLAZIONE DELL'OFFERTA DELL'ASIAGO DOP</i> .....	18
3.1	OBIETTIVI.....	18
3.2	DURATA .....	19
3.3	PRESUPPOSTI E FUNZIONAMENTO .....	19
3.4	ASIAGO FRESCO: SCHEMA GENERALE.....	20
3.5	ASIAGO STAGIONATO: SCHEMA GENERALE .....	21
3.6	COMPENSAZIONE DELLE PRODUZIONI.....	23
3.7	CONTRIBUZIONE DIFFERENZIATA .....	24
3.8	INCENTIVI ALL'EXPORT .....	26
3.9	"PREMIO QUALITA" E LEGAME TRA PIANO PRODUTTIVO E VALORIZZAZIONE QUALITATIVA.....	28
3.10	RIASSEGNAZIONI PRODUTTIVE .....	29
3.11	MONITORAGGI E VERIFICHE .....	32
4	<i>REGOLAMENTO DI GESTIONE DEI PUNTI DI EQUILIBRIO</i> .....	34
4.1	CONTO LAVORAZIONE .....	34
4.2	AFFITTO E CESSIONE .....	34
4.3	ACQUISIZIONE DI STALLE GIA' IMMESSE NEL SISTEMA DI CONTROLLO DELLA DOP ASIAGO: EFFETTI SUL PUNTO DI EQUILIBRIO AZIENDALE.....	35
4.4	VERIFICA DEL PESO MEDIO DELLE FORME.....	35
5	<i>NUOVI PRODUTTORI</i> .....	36

## **1 PREMESSE E ASPETTI NORMATIVI.**

Il regolamento CE 261/2012 ha introdotto la possibilità di regolazione dell'offerta produttiva per i formaggi a denominazione di origine protetta, al fine di creare equilibrio rispetto alla domanda. Il Ministero delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali, in base al regolamento comunitario, con decreto ministeriale 15164 del 12.10.2012, ha emanato le "Linee guida per l'attuazione dei piani per la regolazione dell'offerta dei formaggi che beneficiano di una denominazione di origine protetta o di una indicazione geografica protetta."

Il Piano per il formaggio Asiago DOP contenuto in questo documento è redatto secondo le disposizioni del regolamento comunitario, al fine di allineare l'offerta produttiva alla effettiva domanda di mercato.

Tale Piano vale *erga omnes*, ossia per tutti i caseifici produttori, indipendentemente dal fatto che siano soci o meno del Consorzio.

## **2 ANALISI DI MERCATO.**

### **2.1 IL CONTESTO LATTIERO-CASEARIO INTERNAZIONALE.**

Nell'ultimo quinquennio, il settore lattiero-caseario internazionale ha conosciuto un periodo di notevoli turbolenze, dopo diversi anni di relativa tranquillità. La volatilità dei prezzi è aumentata in maniera significativa (figura 1) – mediamente oltre la volatilità media dei prodotti alimentari –, con il raggiungimento di livelli molto elevati tra la fine del 2007 e l'inizio del 2008 e un successivo repentino ripiegamento a livelli addirittura inferiori a quelli pre-boom all'inizio del 2009, per poi ricominciare a crescere nuovamente tra la seconda metà del 2009 e l'estate 2010. In tempi più recenti, i prezzi hanno continuato ad oscillare raggiungendo un nuovo punto di minimo ad aprile 2012 e ricominciando a salire nuovamente nei mesi successivi. Ad oggi, i prezzi si sono attestati su livelli sostenuti, pari approssimativamente al 60% in più rispetto a quelli medi riscontrati nel triennio 2002-04.

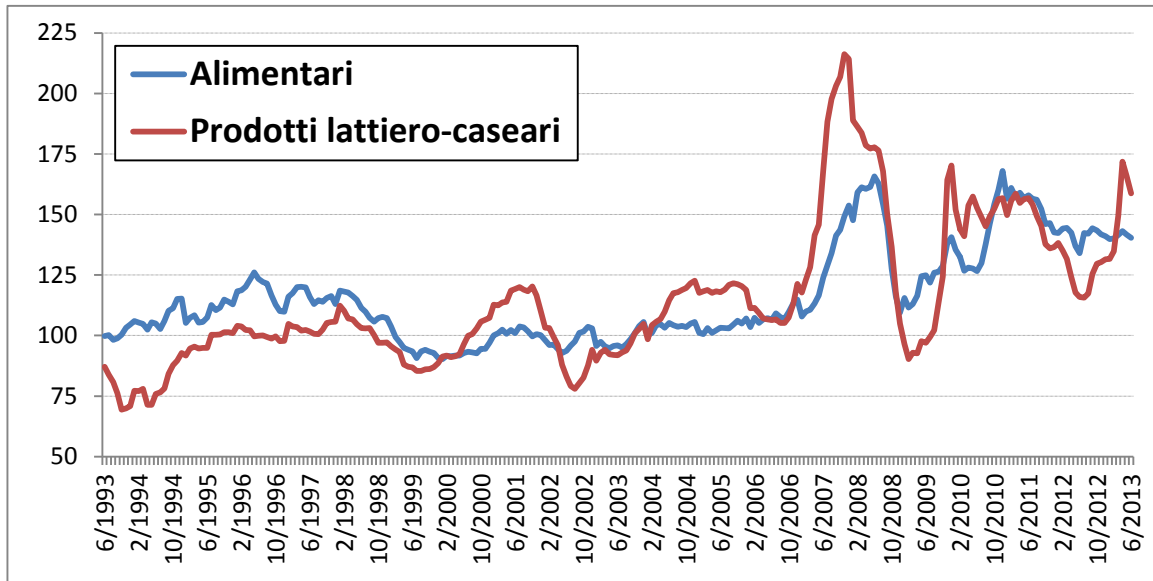
I principali istituti internazionali<sup>1</sup> di previsione si attendono, per il prossimo decennio, un livello dei prezzi dei prodotti lattiero-caseari analogo a quello attuale, con un tendenziale aumento della volatilità. La crescente domanda dei paesi emergenti, unitamente a costi maggiori per le materie prime agricole e per l'energia, sosterrà tale nuova situazione. Tuttavia, è lecito attendersi ancora

---

<sup>1</sup> Oecd-Fao, Fapri.

un'elevata variabilità dei prezzi, derivante sia dagli inevitabili aggiustamenti susseguenti a questo nuovo scenario, sia dalla profonda incertezza in cui versa ancora l'economia mondiale, in particolare nei paesi industrializzati, dove si concentra e si concentrerà ancora per diversi anni la maggior parte dei consumi mondiali di latte e formaggi.

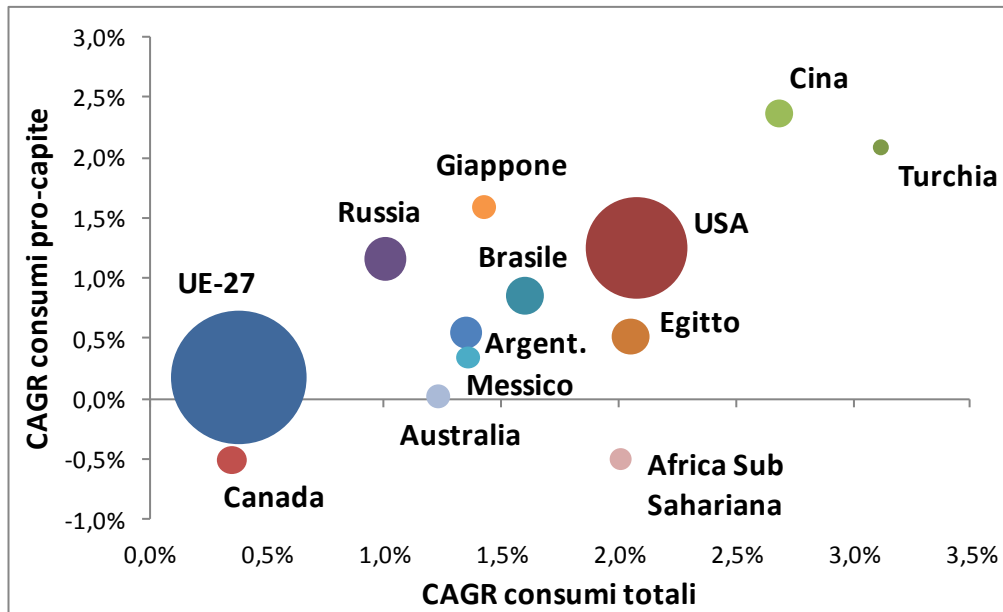
**Figura 1 – Andamento dell'indice FAO dei prezzi dei prodotti alimentari e lattiero-caseari (indice deflazionato, giu-1993 – giu-2013, media 2002-2004 = 100)**



Fonte: elaborazioni Nomisma su dati FAO.

L'incremento della domanda e dell'offerta di prodotti lattiero-caseari a livello globale riguarderà sia le economie sviluppate che i Paesi emergenti, anche se i tassi di crescita saranno di diversa entità. Analizzando, infatti, il trend dei consumi totali e pro-capite di formaggi in diversi Paesi (figura 2) nel prossimo decennio, è possibile comprendere in quali aree è lecito attendersi i maggiori incrementi. Da un lato appare evidente come i consumi annuali di formaggio, nei Paesi il cui mercato è tendenzialmente saturo (Unione Europea, Canada, Australia), aumenteranno in maniera limitata se non nulla, in termini complessivi e pro-capite. Questo rallentamento è legato senz'altro alla fase di stagnazione economica ma anche ad un cambiamento nelle abitudini alimentari della popolazione legato all'invecchiamento demografico e alla ricerca, da parte del consumatore, di prodotti meno ricchi di grassi. Dall'altro lato, le proiezioni sono nettamente più ottimistiche sia in Paesi con forte crescita economica (es. Cina, Turchia, Egitto, Brasile e Argentina) sia in Paesi sviluppati (USA e Giappone) ma nei quali, secondo le stime OECD-FAO, risulta esserci ancora spazio per una crescita delle vendite.

**Figura 2 – Tasso di crescita annuale dei consumi totali e pro-capite di formaggio per Paese (dimensione delle bolle=volume consumato nel 2011)**



Fonte: elaborazioni Nomisma su dati OECD-FAO Agricultural Outlook 2012 e Commissione UE (Prospects for Agricultural Markets and Income in the EU 2012-2020).

E' interessante sottolineare come i cambiamenti socio-economici che si stanno verificando nei paesi in fase di rapida crescita economica uniti alla maggiore conoscenza e consumo di tali prodotti in mercati già sviluppati, tenderanno a modificare nel tempo la geografia globale dei consumi. Si stima, infatti, che il peso dell'Unione Europea nei consumi mondiali di formaggio scenda di oltre il 2,5% a favore principalmente di Stati Uniti, Cina, Egitto, Turchia.

Lo scenario che si prospetta nelle economie emergenti costituirà per certi versi una svolta epocale: centinaia di milioni di persone usciranno, gradualmente, dalla condizione di povertà, passando da regimi alimentari prevalentemente a base di vegetali a diete più ricche di proteine, con un ruolo crescente di carne e latticini. In questi mercati, sarà quindi determinante, soprattutto per i produttori europei, riuscire non solo ad esportare, ma anche a comunicare la qualità dei propri prodotti a consumatori quasi completamente digiuni di latticini. Tipicamente, infatti, i primi prodotti lattiero caseari ad essere introdotti nella dieta sono quelli meno "elaborati" come latte liquido o condensato, bevande a base di latte e yogurt mentre l'acquisizione di un gusto per il formaggio richiede più tempo. Per riuscire quindi a far conoscere i formaggi in questi nuovi mercati sarà necessario investire in

campagne sia promozionali che informative, in maniera tale che questi nuovi clienti maturino una propria consapevolezza e proprie abitudini specifiche in merito.

Passando ad un rapido esame dell'offerta globale di formaggi, appare chiaro come, alla luce dell'evoluzione delle dinamiche socio-economiche e del trend di crescita dei consumi, ci si possa analogamente attendere una crescita delle quantità prodotte anche in questo caso variabile di paese in paese (tabella 1). Se da un lato le economie emergenti tenderanno ad incrementare le quantità prodotte per venire incontro all'aumento della domanda interna, paesi come Stati Uniti, Nuova Zelanda e Australia tenderanno a sviluppare ulteriormente la propria capacità produttiva per cogliere le opportunità all'export rappresentate dalla crescita dei consumi globali.

**Tabella 1 - Previsioni sulla produzione di formaggio in alcuni paesi rappresentativi (kg, var. %)**

	2011	2016	2021	var. 2021/2011
<b>Paesi sviluppati</b>				
UE-27	8.794	9.238	9.589	9,0%
USA	4.793	5.354	6.043	26,1%
Nuova Zelanda	306	380	419	36,9%
Canada	380	385	395	4,1%
Australia	338	372	392	15,9%
<b>Paesi emergenti</b>				
Brasile	675	735	802	18,8%
Egitto	611	670	742	21,5%
Argentina	523	593	638	22,1%
Russia	436	461	479	9,8%
Iran	310	384	437	41,0%
Cina	305	346	373	22,4%
Ucraina	221	249	292	32,0%
Africa Sub Sahariana	218	225	235	8,1%
Turchia	164	178	178	8,6%
<b>Mondo</b>	<b>20.196</b>	<b>21.944</b>	<b>23.658</b>	<b>17,1%</b>

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati OECD-FAO Agricultural Projections 2012.

Attualmente, i produttori dell'emisfero australe (in particolare Nuova Zelanda, Australia, Argentina) appaiono mediamente più competitivi e maggiormente orientati all'export; non a caso il crollo dei prezzi del 2009 è stato provocato in buona parte da un deciso incremento della loro offerta a fronte di una stagnazione nella domanda dei paesi emergenti dovuta alla crisi economica.

## 2.2 TREND ECONOMICO E DI CONSUMO IN EUROPA.

Nel corso del 2012 l'economia mondiale, pur accelerando, è cresciuta a ritmi moderati, frenata in particolare dalla stagnazione in Europa e dal rallentamento negli Stati Uniti e nelle economie emergenti. In particolare, le incertezze sugli sviluppi della crisi dei debiti sovrani nei Paesi dell'Eurozona e sulla politica di bilancio statunitense continuano a condizionare le prospettive di crescita anche per i mesi a venire. In base alle più recenti proiezioni del Fondo Monetario Internazionale<sup>2</sup>, nel 2012 la crescita mondiale si è ridotta al +3,1% (contro il +3,9% registrato nel 2011). Per l'area Euro in particolare, il 2012 è stato un anno funesto in termini di crescita economica (il Pil è sceso dello -0,6%) e le previsioni sul 2013 non lasciano ben sperare, con un PIL comunitario stimato in calo del -0,6% contro un +3,1% dell'economia globale. Economia europea che, secondo recenti stime della Commissione<sup>3</sup>, riprenderà il suo percorso di crescita solamente negli ultimi mesi del 2013 con previsioni per il 2014 prossime al +1,4%. Difficilmente, nel breve periodo, la recessione favorirà una ripresa dei consumi alimentari, e di formaggio in particolare, che negli ultimi anni non hanno mostrato grandi segnali di dinamicità. Basti pensare che nel triennio 2010-2012 i consumi di formaggio nell'UE-27 sono cresciuti appena dello 0,2%. Tuttavia, il trend di medio-lungo periodo (tabella 2) sembra prospettare un incremento delle quantità consumate in tutta l'UE-27 e specialmente nei nuovi Paesi membri. Significativo a tal proposito il dato di consumo pro-capite che nel prossimo decennio (2012-2022) è previsto in aumento dell'8,7% nei 12 nuovi Stati membri a fronte di un +0,8% dei Paesi dell'UE-15.

**Tabella 2 –Evoluzione dei consumi totali e pro-capite di formaggio nella UE-27, UE-15 e UE-12 nuovi Stati Membri (.000 ton)**

	2010	2012	2017	2022	var. 2022/2012
<b>Consumi totali</b>					
UE-15	7406	7.321	7.435	7.579	3,5%
UE-12 (NMS)	957	1.064	1.106	1.146	7,7%
UE-27	8.363	8.385	8.541	8.725	4,1%
<b>Pro-capite (kg)</b>					
UE-15	18,58	18,2	18,2	18,4	0,8%
UE-12 (NMS)	9,27	10,3	10,8	11,2	8,7%
UE-27	16,67	16,6	16,7	17,0	2,0%

Fonte: EU Commission, DG Agri, Prospects for agricultural markets and income in the EU 2012-2022, December 2012.

<sup>2</sup> World Economic Outlook, April 2013.

<sup>3</sup> European economic forecast - spring 2013

Ad oggi quindi, la stagnazione dei consumi e la forte competizione presente sul mercato europeo dei formaggi rappresentano due ostacoli all'espansione all'export per i produttori. Per tali ragioni, e per le prospettive di incremento dei consumi nel prossimo decennio, l'UE-27, primo consumatore al mondo di formaggio, nei prossimi anni richiederà ai produttori un maggiore sforzo promozionale per riuscire a consolidare e difendere la propria quota di mercato.

### **2.3 L'IMPATTO DELL'ABOLIZIONE DELLE QUOTE LATTE.**

Nella valutazione delle dinamiche che influenzano l'andamento del mercato internazionale nei prossimi anni, è importante tenere conto degli effetti che l'abolizione delle quote latte avrà sulla struttura produttiva e sui prezzi dei prodotti lattiero-caseari in Europa. Dal 1° aprile 2015, la scelta di aumentare la produzione di ciascuna stalla europea sarà solo in funzione della convenienza economica per il singolo imprenditore agricolo e non più limitata da alcun vincolo quantitativo. Questo cambiamento avrà un impatto ridotto sul settore lattiero-caseario europeo nel complesso ma eterogeneo tra i paesi membri e le regioni dell'UE. In particolare, secondo stime della Commissione UE<sup>4</sup>, nel 2020 l'abolizione delle quote latte provocherà – rispetto ad un potenziale scenario con quote latte al 2020 – un aumento della produzione di latte crudo (principalmente in Olanda, Austria, Belgio, Spagna e Irlanda) che a sua volta innescherà un calo dei prezzi del prodotto sui mercati. Secondo l'opinione degli esperti di settore, più che ad un netto aumento delle quantità prodotte, si assisterà ad un cambiamento della geografia della produzione di latte in Europa, con una rilocalizzazione dai sistemi produttivi meno efficienti a quelli più efficienti. In Italia, si prevede che l'impatto sarà contenuto e nell'ordine del 2,2% di incremento della produzione di latte con conseguente calo dei prezzi prossimo al 10% (tabella 3). Non si discosta di molto la media europea dove si denota un calo dei prezzi del latte alla stalla del 9,8% a fronte di un aumento della produzione del 4,4%. Gli esperti stimano che l'impatto dell'abolizione delle quote verosimilmente riguarderà soprattutto le *commodity* del settore lattiero-caseario (latte in polvere intero e scremato, burro, ecc.) piuttosto che i prodotti a maggior valore aggiunto unitario (formaggio). Con ogni probabilità gli stati membri con i sistemi produttivi più efficienti e che ad oggi stanno già investendo sulle proprie strutture produttive per poter incrementare la produzione, concentreranno il proprio business su *commodity* da esportare nei Paesi emergenti dove la domanda di tali prodotti è in forte aumento.

---

<sup>4</sup> European Commission, JRC, *Economic impact of the abolition of the milk quota regime*, 2009.



Seppur di minore entità, l'abolizione delle quote latte avrà un impatto anche sui volumi di formaggio prodotti nell'UE-27 che sono stati stimati in aumento del 1,3% con conseguente calo dei prezzi pari al 5,6%. Simili gli impatti stimati su produzione e prezzi del formaggio in Italia dove ad un incremento della produzione nazionale pari allo 0,2% farà seguito un calo dei prezzi del 5,0%.

**Tabella 3 - Impatto dell'abolizione delle quote latte su produzione e prezzi di latte e formaggio (var. %, simulazione scenario al 2020)**

	Italia	EU27
Produzione Latte	2,2%	4,4%
Prezzo Latte	-9,6%	-9,8%
Produzione formaggio	0,2%	1,3%
Prezzo formaggio	-5,0%	-5,6%

Fonte: elaborazione Nomisma su Commissione UE – JRC.

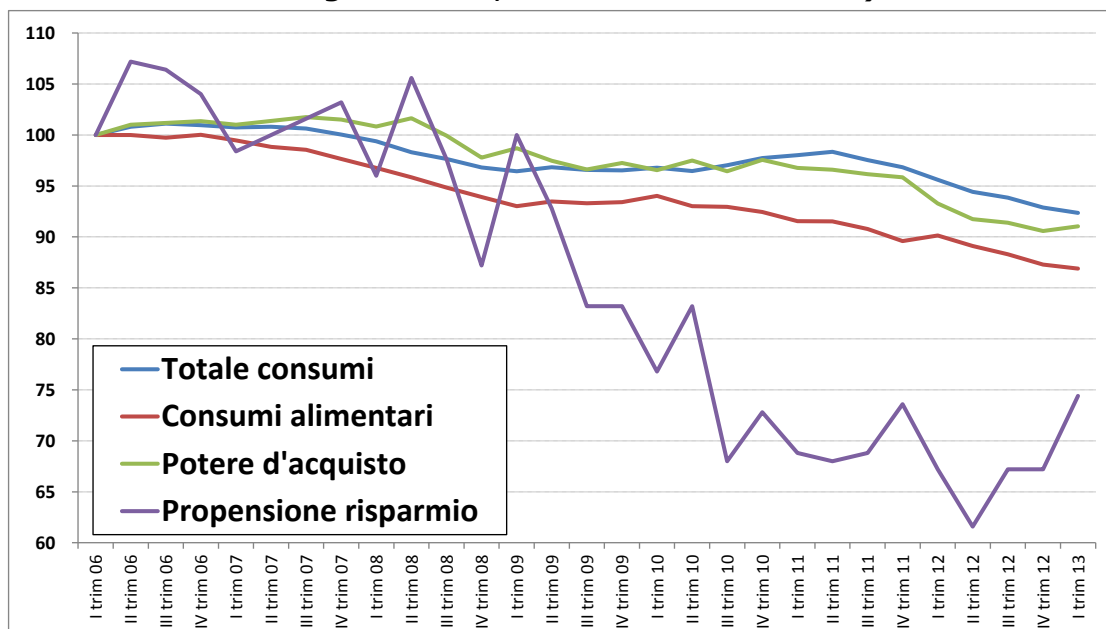
In conclusione, nella programmazione produttiva dei prossimi anni, è importante tenere conto delle possibili conseguenze che l'abolizione potrà avere sul mercato del latte. In particolare, sebbene si preveda un effetto contenuto a livello complessivo europeo, l'eliminazione di tale regime potrebbe esporre ulteriormente il mercato domestico alle fluttuazioni dei prezzi mondiali e mettere in difficoltà gli allevamenti meno efficienti con effetti negativi su tutta la filiera.

## **2.4 IL SETTORE LATTIERO-CASEARIO IN ITALIA.**

Nel corso del 2012 in Italia l'attività economica ha continuato a diminuire come riflesso soprattutto della debolezza della domanda interna sia per consumi che per investimenti. I fattori che più hanno inciso sul calo dei consumi sono stati la riduzione dell'occupazione e del reddito disponibile delle famiglie, le valutazioni sfavorevoli delle imprese sulle prospettive di breve periodo nonché il calo di fiducia dei consumatori. Alla luce di tale contesto, il FMI ha stimato per il nostro Paese una flessione del PIL del 2,4% nel 2012 e prevede un ulteriore calo del 1,8% nel 2013. Solo nel 2014 si riscontrano i primi segnali di ripresa con un tasso di crescita del PIL stimato al +0,7%. Come già accennato in precedenza relativamente al mercato europeo, anche in Italia, gli effetti della crisi economica si sono riflessi in un calo del potere d'acquisto dei consumatori (figura 3). Appare chiaro come la graduale ma costante riduzione del reddito disponibile reale delle famiglie italiane abbia intaccato, ancor più dei consumi – totali e alimentari, che sono scesi comunque nel

corso degli ultimi anni – la propensione al risparmio dei consumatori. In altre parole, di fronte ad un calo del proprio potere d'acquisto, le famiglie italiane hanno preferito attingere alle proprie fonti di risparmio per evitare di ridurre la capacità di spesa e quindi cercando di mantenere invariati i propri consumi. Se da un lato questo fenomeno ha permesso di contenere la discesa delle quantità consumate, dall'altro non lascia ben sperare per una rapida ripresa dei consumi stessi. Nel momento in cui il sistema economico riprenderà la strada della crescita (secondo le ultime stime si parla del secondo semestre 2013), con ogni probabilità le famiglie italiane, prima di incrementare la propria spesa per consumi riportandola ai livelli pre-crisi, tenderanno a ricostituire i propri risparmi allungando quindi i tempi di rilancio dei consumi.

**Figura 3 - Consumi e potere d'acquisto delle famiglie consumatrici in Italia (dati destagionalizzati, indice I trim 2006=100)**

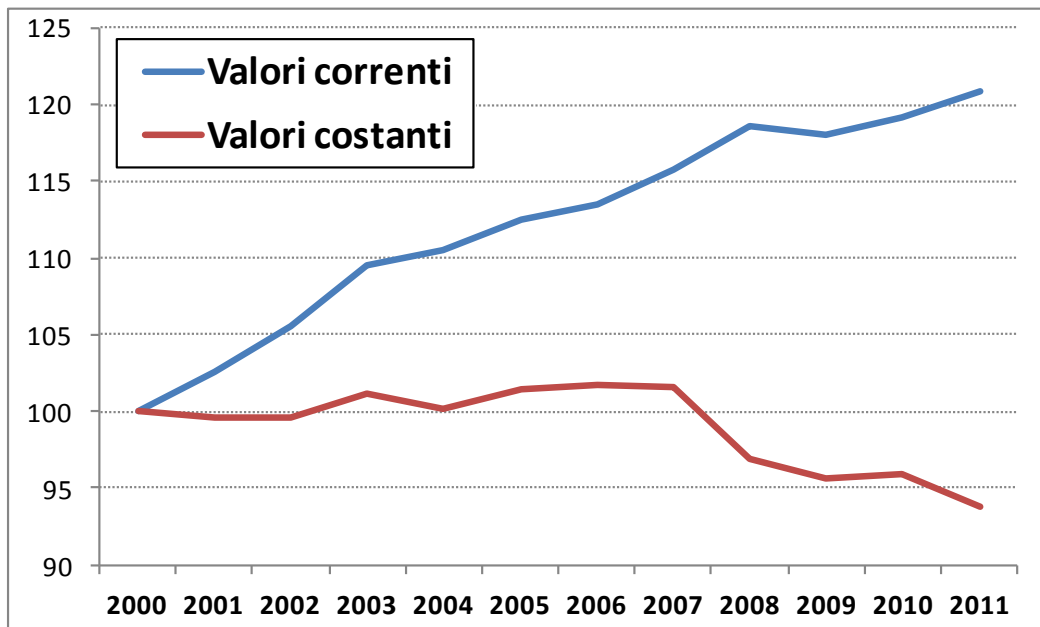


Fonte: elaborazioni Nomisma su dati Istat (Risparmio delle famiglie profitti delle società) ed Eurostat.

Il tendenziale calo dei consumi complessivi e alimentari delle famiglie italiane non ha escluso il comparto lattiero-caseario, che essendo costituito da una vasta gamma di prodotti, alcuni dei quali ad elevato valore aggiunto, ha subito un calo significativo nell'ultimo quinquennio (figura 4). Sebbene infatti, a prezzi correnti, il valore totale della spesa per prodotti lattiero-caseari sia aumentato nel periodo preso in esame, a prezzi costanti (depurati quindi dall'inflazione), il trend è di segno opposto, in particolare dopo il 2008. A fronte, infatti, di un incremento medio del valore unitario dei prodotti, le quantità consumate sono rimaste stazionarie e per

alcuni prodotti sono diminuite. Questa evoluzione negativa dei consumi del comparto tuttavia non riguarda tutte le categorie di prodotto, ma può essere in parte ricondotta al calo dei volumi consumati di formaggi.

**Figura 4 – Trend della spesa per consumi finali delle famiglie italiane di latte, formaggio e uova (Indice 2000=100)**



Fonte: elaborazioni Nomisma su dati Istat.

## 2.5 IL MERCATO DELL'ASIAGO DOP.

### 2.5.1 L'andamento delle vendite in Italia e all'estero.

Le vendite complessive di Asiago DOP (fresco e stagionato) negli ultimi dieci anni sono oscillate tra le 22.000 e le 23.000 tonnellate di prodotto. Nel 2012, si stima che siano state immesse sul mercato poco più di 23.000 tonnellate di Asiago, commercializzate principalmente sul mercato domestico tramite i canali della distribuzione moderna (iper, super, self-service, discount) e del dettaglio tradizionale (negozi tradizionali, specializzati, ambulanti, ecc.). Attraverso questi canali è stato veicolato circa il 73% del volume complessivo delle vendite, mentre la restante parte delle vendite è suddivisa tra il canale Ho.Re.Ca. (20%) e, in misura minore (circa 7%), commercializzata sui mercati esteri.

Per meglio comprendere il quadro congiunturale dei consumi in cui si inserisce il Piano di regolazione dell'offerta dell'Asiago DOP, di seguito si propone un'analisi più dettagliata sull'andamento delle vendite per area geografica, canale e formato di vendita.

Nonostante la negativa congiuntura economica e la conseguente caduta dei consumi alimentari, nell'anno terminante a giugno 2013, i volumi di Asiago acquistati in tutti i canali della distribuzione al dettaglio, secondo i dati GFK sugli acquisti delle famiglie, sono rimasti stazionari (tabella 4). Questa tenuta dei consumi a quota 16.684 tonnellate, tuttavia è, con ogni probabilità, il frutto della forte pressione promozionale messa in atto dai produttori per contrastare il generale calo della domanda alimentare. Se si osservano, infatti, i dati sui consumi di Asiago in valore, si nota come nell'ultimo anno si sia verificato un modesto calo dei valori acquistati e pari a -5,4%, risultato di un calo del prezzo medio di acquisto. Se infatti il prezzo medio di acquisto nel 2010 oscillava tra gli 8,5 e i 9,0 euro/kg, ad oggi questo valore si muove tra gli 8,1 e gli 8,5 euro/kg.

Entrando nel dettaglio dell'analisi sui consumi di Asiago, si osserva come le variazioni positive maggiori in termini di volumi venduti di Asiago nell'ultimo anno, sempre secondo la rilevazione GFK, si siano verificate nelle regioni centrali del Paese, che rappresentano circa il 15% dei volumi venduti in complesso; in questa area si registra infatti un aumento delle vendite a volume del 3,7% a cui è corrisposto tuttavia un calo dei valori del venduto del 2%. Il Nord-ovest (22,6% del totale) ha incrementato le quantità vendute dello 0,5% con un calo in valore del 5,8%; nel Nord-est (31,4% del totale) a fronte di un incremento delle quantità consumate (+2,6%), ha fatto riscontro un calo del valore del venduto del -4,2% rispetto all'anno precedente. Infine, nelle regioni meridionali, responsabili del 31,4% dei consumi totali, le vendite in termini di quantità sono invece diminuite del 2,7%, mentre il valore del venduto è sceso del 6,6%.

**Tabella 4 - Variazioni vendite Asiago DOP per area geografica, canale distributivo e formato di vendita (var. % volume e valore Anno Terminante giu-2013/giu-2012)**

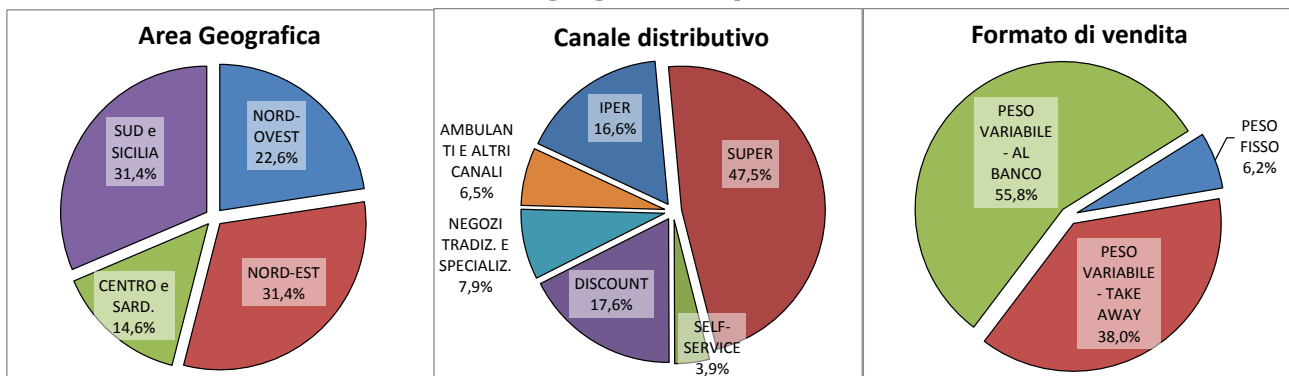
	Var. % volume venduto 2013/2012	Var. % valore venduto 2013/2012
<b>TOTALE ITALIA</b>	<b>0,0%</b>	<b>-5,4%</b>
NORD-OVEST	0,5%	-5,8%
NORD-EST	2,6%	-4,2%
CENTRO e SARDEGNA	3,7%	-2,0%
SUD e SICILIA	-2,7%	-6,6%
IPER	-4,6%	-10,2%
SUPER	-3,3%	-8,8%
SELF-SERVICE	-22,0%	-29,1%
DISCOUNT	-16,6%	-21,9%
NEGOZI TRADIZ. E SPECIALIZ.	46,3%	31,4%
AMBULANTI E ALTRI CANALI	58,5%	48,0%
PESO FISSO	30,1%	24,8%
PESO VARIABILE - TAKE AWAY	92,0%	90,4%
PESO VARIABILE - AL BANCO	-31,7%	-34,8%

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati GFK-Eurisko.

Per quanto riguarda le forme distributive, il segmento che fa registrare le migliori performance, in termini di volumi commercializzati, è quello degli ambulanti con un incremento del 58,5% a volume e del 48% a valore. Buoni i risultati anche dei negozi tradizionali e specializzati, +46,3% in volume a fronte però di un +31,4% sul valore del venduto. Di segno opposto le vendite in tutti i canali della GDO con cali marcati sia in termini di volumi che di valori soprattutto per discount e self service, ad ulteriore conferma degli effetti che il calo del potere d'acquisto dei consumatori sta avendo sulle vendite nei principali canali della distribuzione.

Per quanto concerne i formati di vendita, l'Asiago DOP viene venduto per la quasi totalità in formato variabile (al banco e *take away*, pari al 93,8% dei volumi venduti), mentre solo una quota molto limitata è commercializzata in peso fisso. Tuttavia, all'interno del peso variabile si denotano dinamiche differenti nel corso del 2012-2013, segno di un tendenziale cambiamento delle modalità di vendita di questo formaggio; se da una parte si è verificato un forte incremento dei volumi venduti tramite *take away*, con una crescita superiore al 90%, dall'altra si è osservato un significativo calo delle vendite al banco (-31,7% nell'anno terminante a giugno 2013). Da segnalare inoltre come, pur continuando a rappresentare una quota minoritaria delle vendite, le quantità vendute (a volume e a valore) nel formato a peso fisso siano aumentate rispettivamente del 30,1% e 24,8%.

**Figura 5 - Composizione delle vendite di Asiago DOP per area geografica, canale distributivo e formato di vendita (% sul totale vendite in volume, anno terminante giugno 2013)**

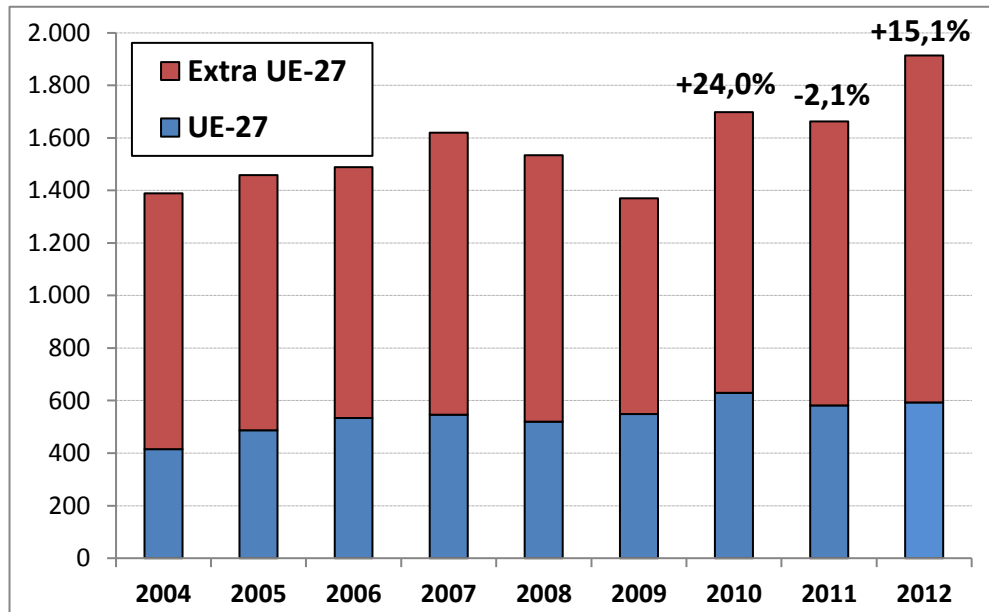


Fonte: elaborazioni Nomisma su dati GFK-Eurisko.

Se le vendite interne mettono in luce una dinamica abbastanza stabile rispetto al 2011, le stime sui volumi esportati di Asiago nel corso del 2012 denotano tassi molto positivi e pari al +15,1%, significativamente migliorativi rispetto alle performance realizzate nel 2011 quando la stagnazione dei consumi nei Paesi dell'Unione Europea aveva causato una battuta di arresto nelle esportazioni di

Asiago. Nel 2012, si è registrata una notevole ripresa delle quantità esportate soprattutto grazie all'effetto traino esercitato dai mercati extra UE-27, Stati Uniti in primis, ma anche Svizzera, Canada e Australia. Tale performance è nettamente migliore rispetto al più generale incremento delle esportazioni italiane di formaggi (+7,1%) e dei formaggi duri vaccini DOP, in crescita del 6,9% in volume nel 2012.

**Figura 6 – Trend esportazioni di Asiago DOP (tonnellate)**



I dati fanno riferimento al codice HS 04069075

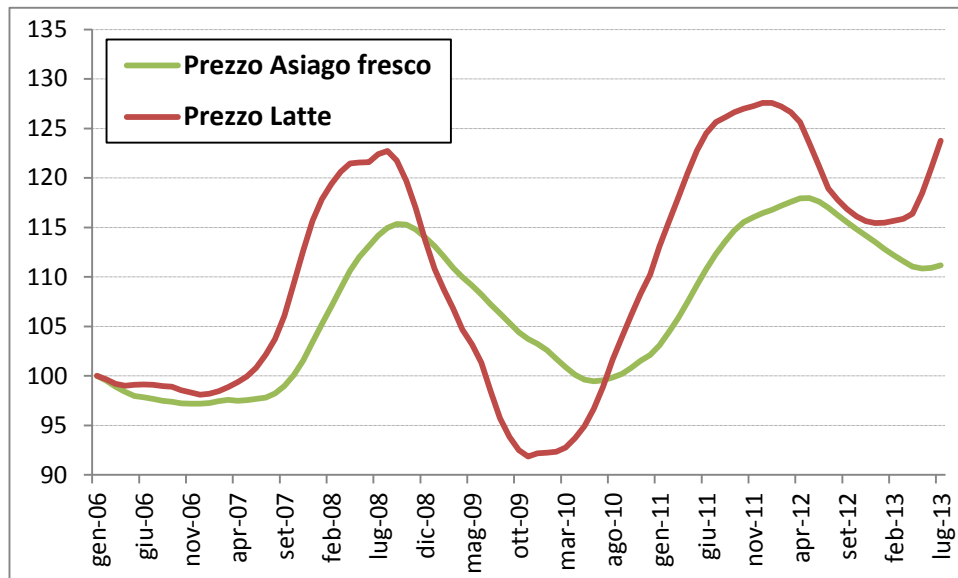
Fonte: elaborazioni Nomisma su dati Istat.

E' importante sottolineare tuttavia come le esportazioni, pur mostrando segnali positivi, rappresentino ancora una quota limitata della produzione complessiva di Asiago DOP. Si stima, infatti, che le quantità di Asiago DOP esportate siano circa il 7% della produzione annuale. Emerge quindi la forte dipendenza della produzione di Asiago dal mercato domestico, aspetto che amplifica le ricadute negative di mercato (in particolare nei confronti della qualità) in occasione delle congiunture caratterizzate da eccesso di offerta rispetto alla domanda. Il mercato estero si configura così sempre più necessario per i produttori di Asiago a fronte di un mercato nazionale in cui difficilmente i consumi di formaggi duri e semiduri DOP vedranno una ripresa nel breve periodo.

## 2.5.2 L'andamento dei prezzi del latte nell'area di riferimento.

L'evoluzione del prezzo del latte nell'areale di riferimento dell'Asiago risulta di fondamentale importanza in quanto principale variabile strategica nel processo produttivo. Se da un lato, il prezzo dell'Asiago è strettamente legato al sistema produttivo locale<sup>5</sup>, dall'altro il prezzo del latte è generalmente legato a dinamiche nazionali o internazionali e quindi esterne al sistema produttivo locale dell'Asiago DOP. Il prezzo del latte si comporta quindi come variabile indipendente a cui il prezzo del formaggio appare direttamente correlato. Dalla figura 7 emerge infatti abbastanza chiaramente come, in linea tendenziale, il prezzo dell'Asiago sia dipendente dall'evoluzione del prezzo del latte e ne segua le sue variazioni nel tempo, pur dimostrando evidentemente una più ridotta volatilità e un ritardo nella trasmissione nei cambiamenti del trend. E' chiaro quindi che un'eccessiva fluttuazione dei prezzi del latte potrebbe alterare l'equilibrio di mercato rischiando di provocare sovrapproduzioni o cali produttivi. In assenza di un monitoraggio e controllo delle produzioni, una potenziale volatilità del prezzo del latte potrebbe indurre i produttori ad intervenire sui prezzi di vendita del formaggio, o a ricalibrare la produzione con probabili impatti sui volumi complessivi di prodotto immesso sul mercato e sulla qualità del formaggio.

**Figura 7 – Trend prezzi all'ingrosso dell'Asiago DOP fresco e del latte spot (media mobile a 12 mesi, indice gen-06=100)**



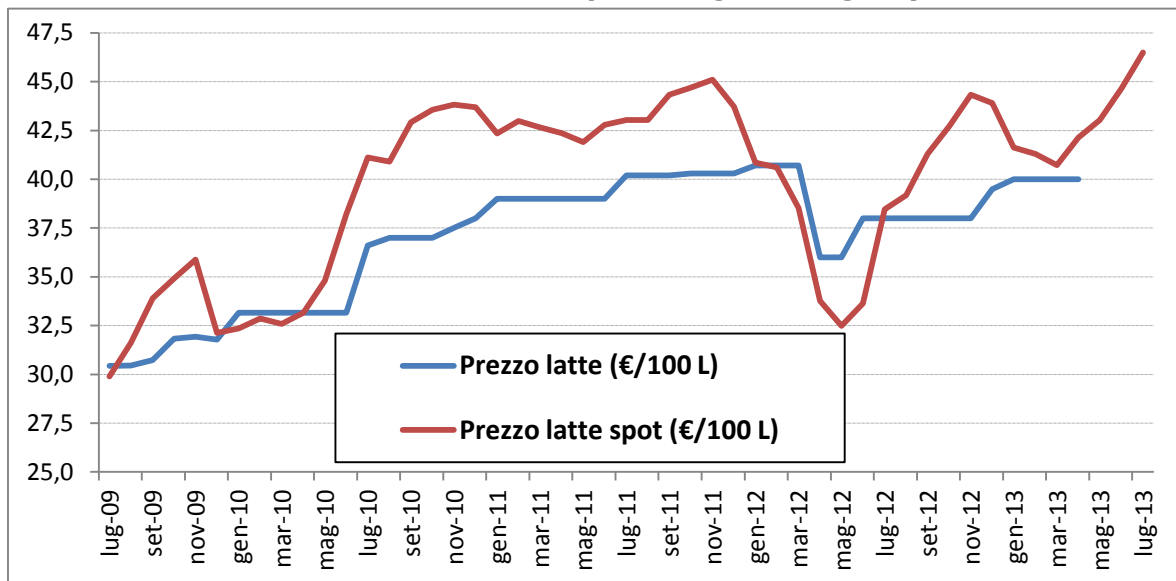
Fonte: elaborazioni Nomisma su dati CLAL e CCIAA di Verona.

<sup>5</sup> La Camera di Commercio di Vicenza presso la borsa merci di Thiene (VI) rileva ogni lunedì i prezzi all'ingrosso dell'Asiago sulla base delle segnalazioni di un campione significativo di produttori, relative alle transazioni commerciali concluse nella settimana precedente.

In particolare, se si analizza il prezzo del latte spot (figura 8), cioè il latte che viene commercializzato al di fuori degli accordi interprofessionali e che rappresenta una sorta di costo opportunità del latte indirizzato ad utilizzi alternativi, si osserva come abbia ripreso a salire dopo il punto di minimo raggiunto ad aprile 2012 (31,7 €cent/l). A luglio 2013 il prezzo del latte spot ha raggiunto un nuovo punto di massimo pari a 46,4 €cent/l, superando anche i livelli sostenuti del 2011.

Per comprendere al meglio evoluzioni del prezzo del latte nell'areale di riferimento dell'Asiago è importante tenere monitorato anche il prezzo del latte alla stalla in Lombardia (principale regione produttrice), spesso considerato come punto di riferimento per la contrattazione in altre località. Il prezzo del latte in Lombardia, tradizionalmente coincide con quello raggiunto nell'ambito dell'accordo interprofessionale annuale tra le organizzazioni agricole lombarde e l'azienda Italtate (gruppo Lactalis) valido sino ad aprile 2013. In tale accordo è stato sancito un prezzo iniziale di 38 €cent/l da ottobre a novembre 2012 per arrivare a 39,5 €cent/l in dicembre; successivamente l'accordo è stato confermato anche per i primi quattro mesi del 2013, ad un prezzo pari a 40,0 €cent/l.

**Figura 8 - Andamento del prezzo del latte in Lombardia\* e del prezzo del latte spot alla CCIAA di Verona (€/lt., lug-09 - lug-13)**



\* I dati sono basati sugli accordi firmati da Italtate con le 4 organizzazioni professionali agricole operanti in regione (Periodo 1 ottobre 2012 - 30 aprile 2013).

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati Clal e CCIAA di Verona



## **2.6 GLI IMPATTI DEL PIANO PRODUTTIVO SULLE DESTINAZIONI ALTERNATIVE DEL LATTE E SUL MERCATO DEL LATTE NELLA ZONA INTERESSATA.**

Nell'ambito dello scenario di mercato sopra descritto, il presente Piano mira a definire livelli di equilibrio produttivo in linea con la domanda. A questo proposito e secondo le quantità produttive dettagliatamente esposte nei paragrafi seguenti, si è cercato non solo di mirare all'equilibrio tra produzione e domanda di formaggio Asiago ma anche, volutamente, all'equilibrio complessivo del comparto. Particolare attenzione è stata prestata a non rendere indisponibile una quantità eccessiva di prodotto; è inoltre stata valutata l'esistenza di adeguate possibilità di destinazioni alternative del latte. Per quanto riguarda il primo aspetto (non rendere indisponibile una quantità eccessiva di prodotto), va notato che da un punto di vista quantitativo la produzione di Asiago Fresco prevista per la prima annualità del Piano – pari a 1.402.631 forme – è in linea con la produzione ad oggi (luglio 2013) stimata per l'anno 2013. Salvo gli effetti di un auspicato aumento della domanda estera, infatti, ad oggi non sarebbe ipotizzabile stimare livelli produttivi più ampi, che non troverebbero corrispondenza sul fronte delle richieste di mercato e che creerebbero situazioni di squilibrio per tutta la filiera produttiva e potenziali situazioni di discontinuità sul fronte qualitativo. Sempre sul fronte quantitativo, il livello produttivo di Asiago Stagionato ipotizzato per la prima annualità del Piano ricalca la domanda media riscontrata nel corso dell'ultimo triennio.

Fermo restando gli aspetti menzionati qui sopra, va inoltre considerato che nel comparto produttivo dell'Asiago DOP esiste già oggi la possibilità di destinare il latte ad utilizzi alternativi rispetto alla produzione di formaggio Asiago: vendita di latte alimentare fresco o uht, yogurt, produzione di formaggi molli e formaggi semiduri locali, produzione di altri formaggi DOP. Questo aspetto è comprovato dai dati riguardanti la destinazione del latte raccolto all'interno della zona della Denominazione dai produttori riconosciuti per la produzione della DOP Asiago: a fronte di circa 4,9 milioni di quintali di latte raccolto dai produttori (2012), il latte destinato alla produzione di formaggio Asiago è stato pari a poco più di 2,1 milioni di quintali, mentre la restante quantità è stata destinata alla produzione di latte alimentare (circa 500.000 quintali), alla produzione di altri formaggi (1 milione di quintali), nonché alla produzione di altre tipologie di formaggi DOP (oltre 1,27 milioni di quintali).

Per completare l'analisi, di seguito si propone una valutazione a scenari per stimare l'entità dell'impatto che il Piano potrebbe avere sul mercato, con particolare riferimento alla zona interessata.

Secondo quanto stabilito dal Piano di regolazione dell'offerta di formaggio Asiago DOP, nel 2014, primo anno di applicazione del Piano, si dovrebbero produrre circa 1,4 milioni di forme di Asiago Fresco e circa 268.000 di Asiago Stagionato<sup>6</sup>, come obiettivo di produzione da collocare sul mercato. Assumendo che il valore riportato rappresenti il reale livello produttivo per il 2014, si sono ipotizzati due scenari (tabella 5) per stimare l'impatto che il Piano potrà avere sul mercato del latte nelle province interessate<sup>7</sup>. Nell'analisi si è ipotizzato un incremento annuale del punto di equilibrio complessivo pari allo 0,5%. Lo scenario 1, prende in considerazione solamente l'evoluzione della quantità di latte demandato per la produzione di Asiago, mantenendo invariato (al 2012) il valore delle consegne totali di latte nella zona interessata<sup>8</sup>. In questo modo è possibile isolare l'effetto del Piano produttivo, *ceteris paribus*. Si stima che, nel 2014, per produrre 1.402.631 forme di Asiago fresco e 268.255 forme di stagionato, saranno necessarie circa 206.000 tonnellate di latte che rappresenteranno circa il 24,6% del totale latte raccolto nelle province di riferimento, in lieve aumento rispetto al valore stimato per il 2013. Questo valore rimane comunque in linea con il peso della domanda di latte destinato ad Asiago nell'ultimo decennio, che è oscillato tra il 24% e il 26%. Nello specifico si osserva come la domanda di latte per Asiago nel 2014 sarebbe inferiore per circa 6.000 tonnellate a quella utilizzata nel 2012 e superiore per circa 5.000 tonnellate ai volumi stimati per il 2013. In quest'ultimo caso, la maggiore richiesta di latte legata all'aumento del numero di forme prodotte, renderebbe indisponibili nella zona interessata circa 5.000 tonnellate di latte per la produzione di altri derivati (latte fresco, yogurt, burro, altri formaggi DOP e non-DOP, ecc.). Si tratterebbe quindi di un calo del latte disponibile per destinazioni alternative limitato e pari allo 0,8%. In sintesi, la domanda di latte legata al numero di forme di Asiago DOP prodotte nel primo anno, secondo il Piano produttivo, avrebbe un impatto molto limitato sulle destinazioni alternative del latte della zona interessata.

Se si tiene conto del possibile aumento delle quantità di latte raccolto nel 2013<sup>9</sup> nelle province esaminate (scenario 2) – alla luce anche dell'attuale trend di aumento della produzione a seguito dell'innalzamento dei prezzi – il peso del latte destinato ad Asiago passa al 24,4% nel 2014, con una disponibilità aggiuntiva di latte per destinazioni alternative di circa 13.000 tonnellate rispetto al 2012

---

<sup>6</sup> In tale simulazione non è stata effettuata distinzione specifica per il prodotto della montagna

<sup>7</sup> Le province considerate sono quelle definite nel disciplinare di produzione dell'Asiago DOP: Vicenza, Trento e parte delle province di Padova e Treviso.

<sup>8</sup> Sono state considerate le consegne mensili di latte per provincia di produzione (non rettificate, registrate)

<sup>9</sup> Le previsioni sulle quantità di latte raccolto è stata effettuata applicando la metodologia di analisi delle serie storiche, *Exponential Smoothing*.

(sarebbero 7.000 invece le tonnellate di latte in meno rispetto alle stime produttive del 2013). Nell'areale di riferimento, rispetto al 2012, si verificherebbe quindi un ridotto incremento del latte per altri derivati e pari al 2,1%, mentre rispetto alle stime per il 2013 si avrebbe un calo dell'1,1%. Questo significa che rispetto alle annate 2012 e 2013 l'impatto sulle destinazioni alternative del latte, sarebbe molto limitato (indipendentemente dal segno positivo o negativo) e non avrebbe un impatto decisivo sul commercio dei prodotti diversi dall'Asiago.

**Tabella 5 – Valutazione di impatto del Piano di regolazione dell'offerta dell'Asiago DOP sulla destinazione del latte nella zona interessata dalla produzione di Asiago DOP (.000 ton e var. %)**

	Numero di forme prodotte Asiago		Latte ad Asiago .000 ton	Tot. latte raccolto nelle province .000 ton	Latte Asiago/province %	Latte raccolto nelle province - destinaz. Alternative .000 ton	Var. annuale latte destinaz. alternative %	
	Fresco	Stagionato						
<b>Scenario 1</b>	2012	1.462.206	272.347	212	837	25,3%	625	
	2013*	1.400.451	217.878	201	837	24,1%	635	1,7%
	2014	1.402.631	268.255	206	837	24,6%	630	-0,8%
	2015	1.409.644	269.596	207	837	24,8%	629	-0,2%
	2016	1.416.692	270.944	208	837	24,9%	628	-0,2%
<b>Scenario 2</b>	2012	1.462.206	272.347	212	837	25,3%	625	
	2013*	1.400.451	217.878	201	847	23,8%	645	3,2%
	2014	1.402.631	268.255	206	845	24,4%	638	-1,1%
	2015	1.409.644	269.596	207	848	24,4%	641	0,3%
	2016	1.416.692	270.944	208	846	24,6%	638	-0,4%

\*proiezione sui primi 6 mesi 2013.

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati Consorzio di tutela del Formaggio Asiago e Agea.

### 3 IL PIANO DI REGOLAZIONE DELL'OFFERTA DELL'ASIAGO DOP.

#### 3.1 OBIETTIVI.

Il quadro tracciato nelle pagine precedenti dipinge senz'altro uno scenario di forte rischio nel medio termine per il mercato dell'Asiago DOP.

Il Piano di regolazione dell'offerta, che viene di seguito dettagliato, ha due obiettivi principali:

- favorire un adeguamento tra domanda e offerta di prodotto sul mercato, incidendo sui periodi dell'anno caratterizzati da potenziale rischio di sovrapproduzione e favorendo così una maggiore stabilità complessiva, a vantaggio dell'intera filiera, nonché una maggiore tutela

e valorizzazione della qualità del prodotto, a vantaggio in particolare del consumatore finale;

- consentire un accrescimento della presenza del prodotto sui mercati esteri, in maniera tale da diminuire l'attuale dipendenza dal mercato domestico e da ridurre i rischi di squilibri tra domanda e offerta e le conseguenti ripercussioni sull'intera filiera.

Da qui deriva il duplice obiettivo del Piano: favorire l'equilibrio di mercato ed accrescere la presenza in paesi esteri. Entrambi gli obiettivi contribuiranno in maniera concomitante al raggiungimento di un migliore equilibrio complessivo.

### **3.2 DURATA.**

In linea con le previsioni normative, il Piano proposto avrà durata triennale, a partire dal mese di gennaio 2014 fino al mese di dicembre 2016.

Per consentire la massimizzazione dell'efficacia delle misure in esso previste nonché un allineamento rispetto alle condizioni di mercato nel frattempo verificatesi, il Piano sarà oggetto di revisione annuale.

### **3.3 PRESUPPOSTI E FUNZIONAMENTO.**

Il presente Piano produttivo è ispirato a criteri di semplicità ed efficacia. Ci si è infatti concentrati sia metodologicamente che temporalmente sui periodi dell'anno caratterizzati da consumi non in linea con la produzione, allineando l'offerta alla domanda.

A tale proposito va considerato che il calo dei consumi caratterizza soprattutto le ultime settimane dell'anno e in parte anche il primo periodo dell'annata successiva, generando effetti di squilibrio che possono arrivare a protrarsi per mesi.

Occorre sottolineare inoltre che per entrambe le tipologie di prodotto i punti di equilibrio vengono individuati su base mensile.

Tuttavia, come si vedrà più avanti (paragrafo 3.6), viene data la possibilità ai singoli caseifici, sia per l'Asiago Fresco che per l'Asiago Stagionato, di compensare al proprio interno (*compensazione orizzontale*) le produzioni in eccesso con quelle in difetto rispetto ai punti di equilibrio assegnati, e ciò in un arco di tempo che tiene conto dei cicli di maturazione e quindi commerciali dei due prodotti. E' prevista poi una seconda compensazione a livello consortile (*compensazione verticale*) fra le maggiori e le minori produzioni complessivamente realizzate da tutti i caseifici nei medesimi periodi, a valere sempre tanto per il Fresco quanto per lo Stagionato.

Al fine di evitare eventuali distorsioni di concorrenza, nell'elaborazione dei punti di equilibrio dei singoli produttori sono stati adottati criteri univoci, ovvero i medesimi parametri, in modo da non alterare le condizioni di accesso al mercato.

### 3.4 ASIAGO FRESCO: SCHEMA GENERALE.

Per il primo anno di applicazione del Piano (gennaio 2014 – dicembre 2014), il punto di equilibrio complessivo a livello consortile dell'Asiago Fresco è stato individuato in N. 1.402.631 forme, di cui N. 22.570 forme di Asiago "Prodotto della Montagna", come da dettaglio contenuto nello schema di seguito riportato. Tale cifra si avvicina alla media delle produzioni degli ultimi anni, e da questo punto di vista risponde all'esigenza di non rendere indisponibile una quantità eccessiva di prodotto. Tuttavia, oltre a garantire un equilibrio quantitativo generale, l'elemento di particolare incisività ai fini degli effetti complessivi è dato dalla distribuzione temporale delle produzioni nell'arco dei mesi. Il Piano, infatti, non limita bensì distribuisce in maniera ottimale le quantità prodotte, con l'obiettivo di correlare in misura realistica la domanda e l'offerta, evitando i periodi di squilibrio che tenderebbero a verificarsi con ricorrenza periodica, soprattutto nel corso dei primi mesi dell'anno.

DETTAGLIO DEI PUNTI DI EQUILIBRIO MENSILI ESPRESSI IN NUMERO DI FORME PRODOTTE, CON INDICAZIONE DEI PUNTI DI EQUILIBRIO PERIODICI AGLI EFFETTI DELLA COMPENSAZIONE ORIZZONTALE E VERTICALE:

MESE	PUNTI DI EQUILIBRIO MENSILI		PUNTI DI EQUILIBRIO PERIODICI	
	Asiago Fresco	Asiago Fresco Prodotto della Montagna	Asiago Fresco	Asiago Fresco Prodotto della Montagna
01/14	110.409	1.576		
02/14	103.137	1.623	213.546	3.199
03/14	121.099	1.955		
04/14	115.421	1.779	236.520	3.734
05/14	112.157	1.626		
06/14	110.443	1.887	222.600	3.513
07/14	114.783	1.464		
08/14	116.499	1.856	231.282	3.320
09/14	114.923	2.241		
10/14	126.925	2.460	241.848	4.701
11/14	123.740	2.064	123.740	2.064
12/14	110.525	2.039	110.525	2.039
TOTALE	1.380.061	22.570	1.380.061	22.570

Il Punto di equilibrio è da intendersi come riferito esclusivamente al caseificio, inteso come sito produttivo ed opificio da cui proviene il formaggio Asiago contraddistinto da una determinata matricola.

Per quanto riguarda l'Asiago Fresco DOP che si fregia della menzione aggiuntiva "Prodotto della Montagna" espressamente prevista dal Disciplinare di produzione; avuto riguardo a ciò che tale produzione rappresenta per quanto attiene la difesa, la tutela e la valorizzazione del territorio montano; valutato l'alto valore aggiunto, sotto il profilo qualitativo di questo formaggio per la cui produzione occorre attenersi a norme maggiormente restrittive per quanto riguarda sia l'alimentazione del bestiame sia il periodo minimo di stagionatura; considerata infine l'esiguità in termini quantitativi di questa nicchia produttiva rispetto al resto della produzione consortile (nel 2012 = 1,40%); per queste ragioni, limitatamente alla specifica tipologia di cui trattasi, verrà assegnato ai caseifici interessati, comprese le malghe che operano nei soli mesi estivi durante la monticazione, un punto di equilibrio simbolico a fronte del quale il Consorzio si limiterà a prendere atto della effettiva produzione.

Trattandosi di un Piano dinamico finalizzato alla crescita, i punti di equilibrio a livello consortile saranno rivisti di anno in anno sulla base dell'andamento dei consumi domestici e delle esportazioni.

Per i due anni successivi al primo periodo di implementazione del Piano, ricorrendone i presupposti, è previsto un incremento minimo delle produzioni dello 0,5% per ciascuna annualità. Gli incrementi, decisi di volta in volta dal Consiglio di Amministrazione, potranno essere modulati in misura diversa, mese per mese, con l'adozione dei criteri ritenuti maggiormente appropriati avuto riguardo all'andamento di mercato nel corso dell'anno.

### **3.5 ASIAGO STAGIONATO: SCHEMA GENERALE.**

Per il primo anno di applicazione del Piano (gennaio 2014 – dicembre 2014), il punto di equilibrio complessivo a livello consortile dell'Asiago Stagionato è stato individuato in N. 268.255 forme, di cui N. 8.296 forme di Asiago "Prodotto della Montagna", come da dettaglio contenuto nello schema di seguito riportato.

Anche in questo caso tale cifra è molto simile alla media delle produzioni degli ultimi anni e da questo punto di vista risponde all'esigenza di non rendere indisponibile una quantità eccessiva di prodotto. Tuttavia, oltre a garantire un equilibrio quantitativo generale, l'elemento di particolare incisività ai fini degli effetti

complessivi è dato dalla possibilità di modulare in maniera ottimale l'immissione del prodotto sul mercato.

**DETTAGLIO DEI PUNTI DI EQUILIBRIO MENSILI ESPRESSI IN NUMERO DI FORME PRODOTTE, CON INDICAZIONE DEI PUNTI DI EQUILIBRIO PERIODICI AGLI EFFETTI DELLA COMPENSAZIONE ORIZZONTALE E VERTICALE**

MESE	PUNTI DI EQUILIBRIO MENSILI		PUNTI DI EQUILIBRIO PERIODICI	
	Asiago Stagionato	Asiago Stagionato Prodotto della Montagna	Asiago Stagionato	Asiago Stagionato Prodotto della Montagna
01/14	24.198	82		
02/14	24.644	215		
03/14	25.179	192	74.021	489
04/14	25.732	216		
05/14	27.071	62		
06/14	22.088	652	74.891	930
07/14	18.133	1.312		
08/14	17.165	1.358		
09/14	15.656	1.742	50.954	4.412
10/14	17.650	1.452		
11/14	19.155	774		
12/14	23.288	239	60.093	2.465
TOTALE	259.959	8.296	259.959	8.296

Il Punto di equilibrio è da intendersi come riferito esclusivamente al caseificio, inteso come sito produttivo ed opificio da cui proviene il formaggio Asiago contraddistinto da una determinata matricola.

Per quanto riguarda l'Asiago Stagionato DOP che si fregia della menzione aggiuntiva "Prodotto della Montagna" espressamente prevista dal disciplinare di produzione; avuto riguardo a ciò che tale produzione rappresenta per quanto attiene la difesa, la tutela e la valorizzazione del territorio montano; valutato l'alto valore aggiunto, sotto il profilo qualitativo di questo formaggio per la cui produzione occorre attenersi a norme maggiormente restrittive per quanto riguarda sia l'alimentazione del bestiame sia il periodo minimo di stagionatura; considerata infine l'esiguità in termini quantitativi di questa nicchia produttiva rispetto al resto della produzione consortile (nel 2012 = 3,44%); per queste ragioni, limitatamente alla specifica tipologia di cui trattasi, verrà assegnato ai caseifici interessati, comprese le m alge che operano nei soli mesi estivi durante la monticazione, un punto di equilibrio simbolico a fronte del quale il Consorzio si limiterà a prendere atto della effettiva produzione.

Trattandosi di un Piano dinamico finalizzato alla crescita, i punti di equilibrio a livello consortile saranno rivisti di anno in anno sulla base dell'andamento dei consumi domestici e delle esportazioni.

Per i due anni successivi al primo periodo di implementazione del Piano, ricorrendone i presupposti, è previsto un incremento minimo delle produzioni dello 0,50% per ciascuna annualità. Gli incrementi, decisi di volta in volta dal Consiglio di Amministrazione, potranno essere definiti in misura diversa, mese per mese, con l'adozione dei criteri ritenuti maggiormente appropriati avuto riguardo all'andamento di mercato nel corso dell'anno.

### **3.6 COMPENSAZIONE DELLE PRODUZIONI.**

Come già anticipato al punto 3.3, per entrambe le tipologie di prodotto è prevista la possibilità di compensare, totalmente o parzialmente, le produzioni in eccesso con quelle in difetto rispetto ai punti di equilibrio assegnati con valenza mensile, all'interno di archi temporali che tengono conto delle caratteristiche dei due prodotti, come di seguito specificato.

Per l'Asiago Fresco il ciclo di maturazione può arrivare fino a due mesi, per cui la compensazione è consentita in questo lasso di tempo, limitatamente ai bimestri gen./feb. – mar./apr. – mag./giu. – lug./ago. – set./ott.; vengono quindi esclusi da questa possibilità i mesi di novembre e dicembre, per i quali vale il solo riferimento mensile, per evitare che possano trovare accentuazione le difficoltà di mercato che il prodotto incontra storicamente nell'ultimo periodo dell'anno.

Per l'Asiago Stagionato, tenuto conto che il periodo medio di maturazione commerciale è di circa tre mesi, la compensazione è prevista in questo ambito temporale, ovvero per i trimestri solari gen/feb/mar. – apr/mag/giu. – lug/ago/set – ott/nov/dic quindi per l'intera annualità senza particolari eccezioni.

Detto questo, occorre precisare che la compensazione può riguardare due differenti livelli, sempre con riferimento alle scansioni temporali sopra indicate.

#### 1° Livello - compensazione orizzontale

Avviene all'interno di ciascun caseificio, compensando le maggiori e le minori quantità prodotte mensilmente, nei bimestri o nei trimestri sopra evidenziati.



## 2° Livello - compensazione verticale

E' calcolata in ambito consortile, fra le produzioni (compensate orizzontalmente quando possibile) di tutti i caseifici produttori, con riferimento ai primi cinque bimestri e ai singoli mesi di novembre e dicembre per l'Asiago Fresco, ai quattro trimestri solari per l'Asiago Stagionato.

### **3.7 CONTRIBUZIONE DIFFERENZIATA.**

La contribuzione differenziata rappresenta una forma di risorsa aggiuntiva che il Consorzio destinerà alla promozione del prodotto, adottando le iniziative che il Consiglio di Amministrazione riterrà maggiormente utili all'assorbimento delle maggiori produzioni rispetto ai punti di equilibrio individuati come ottimali.

Il meccanismo trova applicazione quando dalla compensazione verticale risulta un eccesso produttivo rispetto al Punto di equilibrio consortile complessivo, con riferimento ai periodi menzionati in precedenza (i primi cinque bimestri e i singoli mesi di novembre e dicembre per l'Asiago Fresco, i quattro trimestri solari per l'Asiago Stagionato).

Le forme da assoggettare a contribuzione differenziata saranno individuate come segue. Dopo aver fatto la sommatoria delle forme (compensate orizzontalmente quando possibile) prodotte in più rispetto al Punto di equilibrio aziendale e delle forme prodotte in meno, sempre rispetto al Punto di equilibrio aziendale, si calcola la percentuale di quest'ultimo parametro sul risultato della sommatoria precedente; si determina cioè la quota percentuale delle forme prodotte in eccesso che viene compensata dalle forme prodotte in meno. Detta percentuale si applica poi in detrazione alle singole eccedenze aziendali.

#### Esempio

CASEIFICIO	PUNTO DI EQUILIBRIO* SU BASE BIMESTRALE	PRODUZIONE BIMESTRE* DOPO COMP. ORIZZONTALE	DIFFERENZA	SOMMATORIA (K)
A	10.000	10.400	+400	
B	15.000	15.800	+800	+1.200

(\*) OVVERO MENSILE PER IL FRESCO NEI MESI DI NOVEMBRE E DICEMBRE E TRIMESTRALE PER LO STAGIONATO

CASEIFICIO	PUNTO DI EQUILIBRIO* SU BASE BIMESTRALE	PRODUZIONE BIMESTRE* DOPO COMP. ORIZZONTALE	DIFFERENZA	SOMMATORIA (Y)
C	10.000	9.800	-200	
D	9.500	9.400	-100	-300

(\*) OVVERO MENSILE PER IL FRESCO NEI MESI DI NOVEMBRE E DICEMBRE E TRIMESTRALE PER LO STAGIONATO

$$(Y) \times 100 : (K) = 25\%$$

Per cui:

- il caseificio **A** va in differenziata con 300 ff. (400 ff. - 25%);
- il caseificio **B** va in differenziata con 600 ff. (800 ff. - 25%).

Complessivamente saranno sottoposte a contribuzione differenziata n. 900 forme, vale a dire (K) - (Y).

Gli importi aggiuntivi dovuti sulle forme soggette a contribuzione differenziata sono calcolati su valori unitari crescenti, distinti in undici fasce di esubero produttivo, con incrementi percentuali dell'1% tra una fascia e l'altra, in modo da garantire la progressività del contributo. I dettagli sono evidenziati nello schema che segue.

ESUBERI PRODUTTIVI CALCOLATI IN % RISPETTO AI PUNTI DI EQUILIBRIO	CONTRIBUTO/FORMA <b>ASIAGO FRESCO</b> AGGIUNTIVO RISPETTO ALLA CONTRIBUZIONE ORDINARIA	CONTRIBUTO/FORMA <b>ASIAGO STAGIONATO</b> AGGIUNTIVO RISPETTO ALLA CONTRIBUZIONE ORDINARIA
0-1%	€. 1,50	€. 1,30
1-2%	€. 2,60	€. 2,20
2-3%	€. 3,70	€. 3,10
3-4%	€. 4,80	€. 4,00
4-5%	€. 5,90	€. 5,00
5-6%	€. 7,00	€. 5,90
6-7%	€. 8,10	€. 6,80
7-8%	€. 9,20	€. 7,70
8-9%	€. 10,40	€. 8,70
9-10%	€. 11,50	€. 9,60
OLTRE 10%	€. 12,60	€. 11,00

### Esempio

Riprendendo l'esempio precedente, posto di riferirsi al formaggio Asiago Fresco,

- il caseificio **A**, andando in differenziata con n. 300 forme, sarà assoggettato a contribuzione aggiuntiva per l'importo complessivo di €. 780, così determinato:  $100 \text{ ff.} \times 1,50 + 100 \text{ ff.} \times 2,60 + 100 \text{ ff.} \times 3,70$ ;
- il caseificio **B**, andando in differenziata con n. 600 forme, sarà assoggettato a contribuzione aggiuntiva per l'importo complessivo di €. 1.890, così determinato:  $150 \text{ ff.} \times 1,50 + 150 \text{ ff.} \times 2,60 + 150 \text{ ff.} \times 3,70 + 150 \text{ ff.} \times 4,80$ .

Il Consorzio fatturerà la contribuzione differenziata nel mese successivo al periodo di riferimento (bimestrale per l'Asiago Fresco, ad eccezione dei mesi di novembre e dicembre; trimestrale per l'Asiago Stagionato).

### **3.8 INCENTIVI ALL'EXPORT.**

L'incremento delle esportazioni rappresenta certamente una concreta possibilità di crescita per il formaggio Asiago DOP, ancora troppo dipendente dal proprio mercato domestico.

Ritenendo quindi che l'acquisizione di ulteriori e più significativi volumi di vendita sui mercati esteri sia un obiettivo primario per il Consorzio e per tutti i consorziati, il presente Piano non può non prevedere forme di tutela finalizzate a incentivare e promuovere il più possibile il canale export.

A tale fine le maggiori produzioni riconducibili all'acquisizione di nuovi spazi di mercato fuori dai confini nazionali usufruiranno di un trattamento di favore per quanto attiene la contribuzione differenziata, nei termini di seguito indicati.

Fermo restando che in corso d'anno il calcolo della contribuzione aggiuntiva seguirà i criteri descritti nei paragrafi precedenti, il caseificio che nel 2014 avesse incrementato i propri volumi di vendita verso l'estero potrà presentare al Consorzio, entro il 31.01.2015, specifica istanza finalizzata ad ottenere la restituzione di una parte della contribuzione aggiuntiva eventualmente versata.

L'importo della restituzione sarà calcolato applicando al totale dei contributi aggiuntivi corrisposti su base annua la percentuale di incidenza delle forme esportate in più rispetto al numero di forme assoggettate a contribuzione differenziata.

Detto importo sarà restituito al caseificio in dodici rate di uguale importo, decurtando ciascuna rata da quanto dovuto mensilmente nell'arco dell'anno 2015 come contribuzione ordinaria.

Premesso che le vendite sui mercati esteri dovranno essere realizzate a livello di prima commercializzazione, l'istanza di cui trattasi dovrà essere corredata da una dichiarazione sostitutiva di atto di notorietà, ai sensi dell'art. 47 del D.P.R. 28.12.2000 N. 445, indicante le quantità di formaggio Asiago DOP esportate all'inizio e alla fine dell'anno di riferimento 2014, espresse in Kg. e in numero di forme.

L'istanza dovrà contenere esplicita autorizzazione per il Consorzio a svolgere presso il caseificio interessato, direttamente o tramite terzi, ogni attività che il Consorzio stesso ritenesse di attivare al fine di accertare la veridicità dei dati comunicati.

Esempio di un caseificio con punto di equilibrio complessivo pari a 100.000 forme di formaggio Asiago Fresco, suddiviso come segue:

1° BIMESTRE	2° BIMESTRE	3° BIMESTRE	4° BIMESTRE	5° BIMESTRE	NOVEMBRE	DICEMBRE	TOTALI
15.000	16.000	14.000	17.000	18.000	11.000	9.000	<b>100.000</b>

- che è andato in differenziata (dopo la compensazione orizzontale e verticale) con 3.000 forme, distribuite secondo la seconda riga del prospetto sotto riportato, subendo in corso d'anno la contribuzione aggiuntiva di cui alla terza riga del medesimo prospetto.

1° BIMESTRE	2° BIMESTRE	3° BIMESTRE	4° BIMESTRE	5° BIMESTRE	NOVEMBRE	DICEMBRE	TOTALI
800	0	900	0	900	400	0	<b>3.000</b>
€ 3.125	0	€ 4.056	0	€ 3.330	€ 1.194	0	<b>€ 11.705</b>

- con le seguenti *performance* di esportazione verso l'estero: inizio anno 20.000 forme / fine anno 22.000 forme.

Stante quanto sopra, l'incremento dell'export (2.000 ff.) rappresenta il 66,66% delle forme complessivamente assoggettate a contribuzione differenziata (3.000 ff.).

Al caseificio spetterà quindi un *bonus* di € 7.802 (11.705 x 66,66%), con rata mensile di € 650 da recuperare nell'arco dei dodici mesi successivi, in sede di contabilizzazione della contribuzione ordinaria.

Per gli altri due anni di vigenza del Piano (2015 e 2016), gli incentivi di cui al presente paragrafo potranno essere quantificati, sempre con riferimento ai maggiori volumi di commercializzazione estera acquisiti rispetto ai livelli consolidati al 31.12.2013, o con la procedura forfettaria di cui sopra, ovvero ricalcolando analiticamente la contribuzione aggiuntiva per ciascuno dei periodi infrannuali previsti, dopo aver tolto dalle forme assoggettate a "differenziata" in corso d'anno quelle esportate in più rispetto ai medesimi periodi del 2013.

A partire dal 2015, il Consiglio di Amministrazione valuterà infatti se passare dal metodo forfettario al metodo analitico. In quest'ultima ipotesi le dichiarazioni

sostitutive di atto di notorietà dovranno riguardare l'incremento delle vendite all'estero realizzate dall'entrata in vigore del Piano, distintamente, nei cinque bimestri e nei mesi di novembre e dicembre per il Fresco; nei quattro trimestri per lo Stagionato.

L'incentivo, pari alla differenza fra la differenziata "lorda" e quella "netta", depurata cioè delle forme vendute in più sui mercati esteri, sarà restituita in dodicesimi, come descritto in precedenza.

Resta inteso che il Consiglio di Amministrazione, nel valutare le istanze di cui al presente paragrafo, porrà particolare attenzione agli aspetti qualitativi dell'incremento export, riservandosi la facoltà di adottare provvedimenti finalizzati a contrastare eventuali fenomeni di concorrenza sleale fra consorziati, privilegiando al tempo stesso il consolidamento dei rapporti in essere e le acquisizioni di spazi di mercato totalmente nuovi (clienti, canali o aree geografiche).

### **3.9 "PREMIO QUALITÀ" E LEGAME TRA PIANO PRODUTTIVO E VALORIZZAZIONE QUALITATIVA.**

Tra i benefici che il presente Piano produttivo è in grado di generare, attraverso il riequilibrio del rapporto tra domanda ed offerta, vi è anche il fatto di favorire una maggiore stabilità dal punto di vista qualitativo. Affinché tale stabilità si traduca in una ottimizzazione, il presente Piano agisce in sinergia con gli altri strumenti di valutazione qualitativa ufficialmente inseriti nel "piano dei controlli" dell'Asiago DOP approvato dal Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali, ovvero le analisi chimico-fisiche, le analisi microbiologiche e l'analisi sensoriale. Quest'ultima, in particolare, è stata introdotta a gennaio 2012. Il Consorzio tutela formaggio Asiago è stato il primo a rendere cogente l'analisi sensoriale, che valuta in base a criteri oggettivi i principali parametri organolettici.

Il Piano, attraverso la virtuosa sinergia con le analisi qualitative già effettuate (e previste obbligatoriamente dal Piano dei controlli), crea gli effetti per un'ottimizzazione costante della qualità. Gli aspetti qualitativi rappresentano infatti uno dei principali criteri ai fini della riassegnazione delle forme, di anno in anno. L'obiettivo è evidentemente quello di stimolare il miglioramento continuo della qualità, a tutto vantaggio del consumatore finale.

### **3.10 RIASSEGNAZIONI PRODUTTIVE.**

Il Consiglio di Amministrazione del Consorzio, alla fine della prima e della seconda annualità del Piano, effettuerà una operazione di riassegnazione di forme per ciascuno dei diversi periodi di riferimento (i primi cinque bimestri e i singoli mesi di novembre e dicembre per l'Asiago Fresco, i quattro trimestri solari più volte evidenziati per l'Asiago Stagionato) riservata ai caseifici che nei suddetti periodi sono stati assoggettati a contribuzione differenziata. Tale riassegnazione verrà definita in base ai seguenti parametri:

- 1) riassegnazione incrementale, decisa annualmente dal Consiglio di Amministrazione del Consorzio sulla base della effettiva dimensione dei consumi. Per la seconda annualità si ipotizza, come detto in precedenza e ricorrendone i presupposti, un tasso minimo di crescita delle produzioni pari a 0,5%;
- 2) riassegnazione delle forme smarchiate e/o distrutte su disposizione dell'organismo di controllo della DOP Asiago o di altri enti, autorità, organismi pubblici deputati al citato controllo. Vengono escluse da tale computo le forme smarchiate dai produttori in regime di autocontrollo.

I criteri individuati per la riassegnazione delle forme sono i seguenti:

- a) Premio qualità.

Nel caso in cui, a seguito delle previste verifiche effettuate dall'Organismo di controllo della DOP Asiago nei dodici mesi precedenti, un caseificio (inteso come sito produttivo ed opificio da cui proviene il formaggio Asiago contraddistinto da una determinata matricola) non sia stato oggetto di alcun rilievo ovvero non abbia fatto registrare a proprio carico alcuna "non conformità" (né lieve, né grave), esso andrà in riassegnazione con il 150% delle forme oggetto di contribuzione differenziata.

- b) Dimensione aziendale.

Produttori di piccola dimensione (caseifici che producono regolarmente, con punto di equilibrio fino a 1.500 forme/anno per l'Asiago Stagionato e fino a 6.000 forme/anno per l'Asiago Fresco): andranno in riassegnazione con il 120% delle forme oggetto di contribuzione differenziata.

Produttori di media dimensione (caseifici che producono regolarmente, con punto di equilibrio da 1.501 a 3.000 forme per l'Asiago Stagionato e da 6.001 a 12.000

forme per l'Asiago Fresco): andranno in riassegnazione con il 110% delle forme oggetto di contribuzione differenziata.

### Esempio

Forme da riassegnare: 1.000 (mille), date dalla sommatoria di 950 forme per crescita incrementale decisa dal Consiglio di Amministrazione per un determinato periodo di riferimento e da 50 forme per smarchiature ufficiali disposte nel medesimo periodo.

Criteri:

- i caseifici vanno in riassegnazione, per eventuale “premio qualità”, con il 150% delle forme oggetto di contribuzione differenziata;
- i caseifici di piccola dimensione vanno in riassegnazione con il 120% delle forme oggetto di contribuzione differenziata;
- i caseifici di media dimensione vanno in riassegnazione con il 110% delle forme oggetto di contribuzione differenziata;
- gli altri caseifici, per quanto ovvio, vanno in riassegnazione con il 100% delle forme oggetto di contribuzione differenziata.

Ipotizziamo di avere - in totale - n. 6 caseifici di diversa dimensione (2 piccoli, 2 medi e 2 “altri”). Nel corso del periodo di riferimento questi caseifici sono andati in differenziata complessivamente per un totale di 1.500 forme, come qui sotto specificato. Di questi, un caseificio piccolo, uno medio ed un “altro” godono anche del “premio qualità”.

- Caseificio “A”, piccola dimensione e premio qualità, in differenziata con 30 forme;
- Caseificio “B”, piccola dimensione, in differenziata con 60 forme;
  - Caseificio “C”, media dimensione e premio qualità, in differenziata con 210 forme;
- Caseificio “D”, media dimensione, in differenziata con 300 forme;
- Caseificio “E”, categoria “altri”, in differenziata con 450 forme;
- Caseificio “F”, categoria “altri” e premio qualità, in differenziata con 450 forme.

### Calcolo di riqualficazione ai fini dell'assegnazione

- Caseificio “A”: partecipa all'assegnazione con 81 forme (120% di 30 per dimensione e 150% di 30 per qualità);

- Caseificio “B”: partecipa all’assegnazione con 72 forme (120% di 60 per dimensione);
- Caseificio “C”: partecipa all’assegnazione con 546 forme (110% di 210 per dimensione e 150% di 210 per qualità);
- Caseificio “D”: partecipa all’assegnazione con 330 forme (110% di 300 per dimensione);
- Caseificio “E”: partecipa all’assegnazione con 450 forme (100% di 450);
- Caseificio “F”: partecipa all’assegnazione con 675 forme (150% di 450 per qualità).

La maggior produzione consortile riqualificata ammonta quindi a 2.154 forme ed il peso percentuale di ogni caseificio è, rispettivamente: per “A” del 3,8% - per “B” del 3,3% - per “C” del 25,4% - per “D” del 15,3 - per “E” 20,9% - per “F” del 31,3%.

Tenuto conto che le forme da riassegnare sono 1.000, al Caseificio “A” andranno 38 forme; al Caseificio “B” 33 forme; al Caseificio “C” 254 forme; al Caseificio “D” 153 forme; al Caseificio “E” 209 forme e al Caseificio “F” 313 forme.

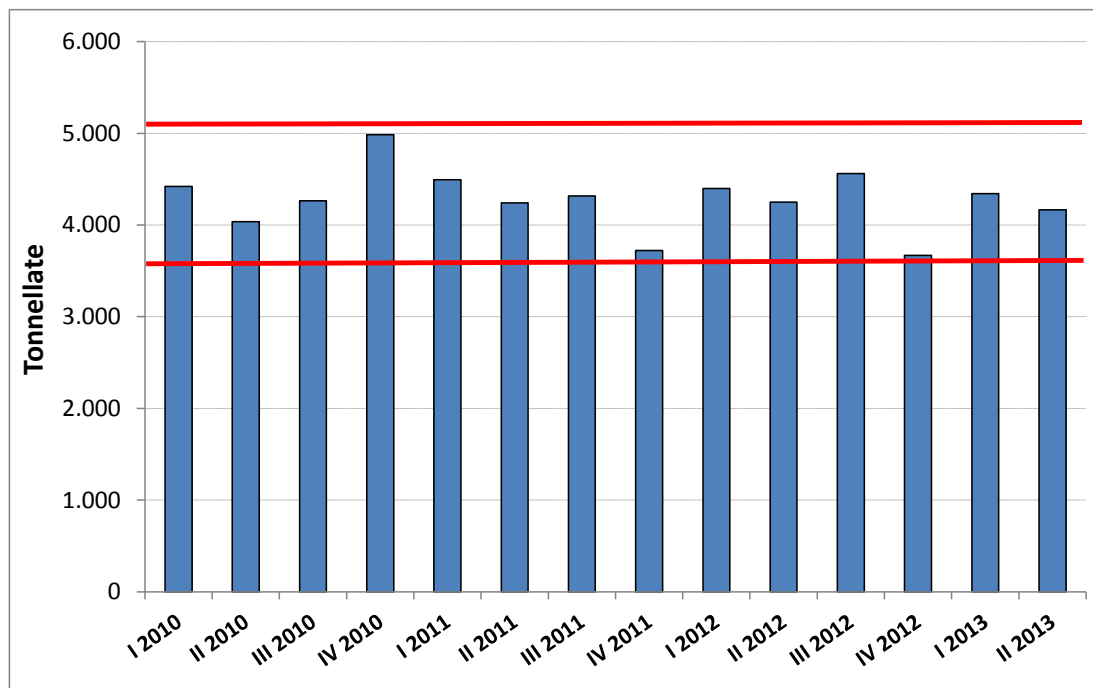


### 3.11 MONITORAGGI E VERIFICHE

Nel corso degli ultimi anni, l'offerta di Asiago ha subito un lento ma costante incremento, ad un tasso superiore rispetto all'effettiva domanda del mercato.

La forte dipendenza dal mercato domestico, ampiamente evidenziata nelle pagine precedenti, in un contesto fra l'altro di consumi stagnanti, rende particolarmente difficile creare condizioni favorevoli per una crescita equilibrata delle produzioni, che si trovano così a subire gli effetti negativi congiunti dei fattori summenzionati. Va infatti considerato che negli ultimi tre anni - a parte le variazioni legate alla stagionalità delle vendite - a livello nazionale i consumi di Asiago DOP si sono mantenuti costanti, con volumi medi trimestrali compresi tra le 4.000 e le 5.000 tonnellate di prodotto, come si evince dalla Figura 9.

**Figura 9 – Livello trimestrale dei consumi di Asiago DOP registrati in Italia**



Fonte: elaborazione Nomisma su dati GFK Eurisko

Partendo da queste considerazioni appare ancora più evidente la necessità di perseguire il duplice obiettivo di favorire l'equilibrio nel mercato interno e di accrescere la presenza dell'Asiago DOP nei paesi esteri. Queste due prospettive, che rappresentano le finalità essenziali del Piano, contribuiranno in maniera concomitante al raggiungimento di un migliore equilibrio complessivo.

Coerentemente con gli obiettivi prefissati, tutti gli eventuali introiti derivanti dalla contribuzione differenziata verranno destinati alla promozione sui mercati esteri. In particolare il Consorzio, secondo le modalità di dettaglio che verranno definite annualmente dal proprio Consiglio di Amministrazione, effettuerà azioni di supporto all'export dei soci, nonché attività di promozione presso primarie catene distributive estere, oltre ad azioni di comunicazione istituzionale finalizzate al posizionamento del prodotto.

L'efficacia di tali attività verrà misurata attraverso il monitoraggio dell'incremento dei volumi di vendita all'estero. Questo dato verrà inoltre collegato all'andamento dei consumi domestici, ovvero a livello nazionale, monitorato tramite apposite rilevazioni di istituti specializzati.

Lo scenario di mercato verrà poi aggiornato e ricostruito annualmente, anche con il supporto di primari istituti di ricerca. Sulla base di tali valutazioni e con l'obiettivo di mantenere le condizioni per la stabilità del mercato, il Piano prevede meccanismi automatici di adattamento alle condizioni di mercato. In particolare, a tal fine, si prevede:

- l'annullamento dell'incremento minimo programmato dello 0,5% su base annua, nel caso di prolungata diminuzione dei consumi monitorati a livello domestico (con riferimento alle rilevazioni GFK-Eurisko), al di sotto delle 4.000 (4mila) tonnellate/trimestre, per tre trimestri consecutivi; tale annullamento varrà per l'intera annualità successiva a quella in corso;
- Il raddoppio dell'incremento minimo programmato dello 0,5% su base annua, nel caso di prolungato incremento dei consumi monitorati a livello domestico (con riferimento alle rilevazioni GFK-Eurisko), al di sopra delle 5.000 (5mila) tonnellate/trimestre, per tre trimestri consecutivi; tale raddoppio avrà effetto ai fini delle riassegnazioni dei punti di equilibrio per l'intera annualità successiva.

Quanto sopra, ferma restando una valutazione globale sugli esiti del Piano, che verrà condotta al termine del triennio di programmazione e che riguarderà in particolare l'efficacia dello stesso rispetto allo stimolo della crescita all'estero, dove si attende il maggior incremento della domanda.

## **4 REGOLAMENTO DI GESTIONE DEI PUNTI DI EQUILIBRIO.**

### **4.1 CONTO LAVORAZIONE.**

Un caseificio assegnatario di Punto di equilibrio aziendale può far effettuare, anche parzialmente e con il trasferimento del latte proveniente da allevamenti immessi nel sistema di controllo della DOP Asiago, la lavorazione a formaggio Asiago all'esterno dei propri impianti, presso altro caseificio titolare esso pure di Punto di equilibrio aziendale. Un caseificio assegnatario di Punto di equilibrio aziendale sia per l'Asiago Fresco che per l'Asiago Stagionato può esternalizzare la lavorazione, in toto o in parte e sempre con il trasferimento del latte, anche di una sola delle due tipologie, a condizione che il caseificio affidatario sia titolare di Punto di equilibrio aziendale per la medesima tipologia di prodotto oggetto del conto lavorazione.

L'operazione è consentita previo accordo scritto fra le parti, i cui contenuti, per quanto attiene quantità e validità temporale, devono essere trasmessi al Consorzio almeno 30 giorni prima dell'attivazione dell'accordo medesimo, con comunicazione sottoscritta da entrambi i caseifici interessati.

Il conto lavorazione verrà autorizzato in forma scritta dal Consorzio, fermo restando che l'assegnatario del Punto di equilibrio aziendale rimane il caseificio affidante e che il formaggio Asiago prodotto in conto lavorazione recherà la matricola consortile del caseificio affidatario presso il quale è avvenuta la lavorazione. Al caseificio affidatario il Consorzio fornirà uno specifico registro di produzione in conto lavorazione da compilare con le stesse modalità del normale registro di produzione.

### **4.2 AFFITTO E CESSIONE**

Fermo restando quanto previsto dal Codice Civile in materia di cessione e affitto di ramo d'azienda, un caseificio assegnatario di punto di equilibrio aziendale può cedere la propria quota produttiva ad altro soggetto legittimato alla produzione di formaggio Asiago DOP, purché la cessione riguardi la titolarità dell'intero punto di equilibrio.

La quota produttiva aziendale può anche essere affittata, sempre nella sua interezza, purché l'operazione rivesta carattere di eccezionalità, non si protragga per oltre dodici mesi e avvenga una sola volta nell'arco del triennio di validità del Piano.

Le operazioni di cui sopra, che possono riguardare anche una sola delle due tipologie di prodotto, comportano una comunicazione sottoscritta da entrambe le parti interessate, contenente i termini dell'accordo, che deve pervenire al Consorzio almeno 30 giorni prima dell'entrata in vigore dello stesso.

Il Consorzio, in ogni caso, autorizzerà il soggetto subentrante riconoscendogli il relativo punto di equilibrio aziendale togliendolo, di conseguenza, al soggetto subentrato. Tale trasferimento sarà ovviamente a titolo definitivo in caso di cessione e a titolo temporaneo in caso di affitto.

#### **4.3 ACQUISIZIONE DI STALLE GIA' IMMESSE NEL SISTEMA DI CONTROLLO DELLA DOP ASIAGO: EFFETTI SUL PUNTO DI EQUILIBRIO AZIENDALE.**

Il caseificio che dovesse acquisire latte prodotto da stalle già immesse nel sistema di controllo della DOP Asiago proveniente da altro caseificio dotato di Punto di equilibrio aziendale dovrà segnalarlo tempestivamente al Consorzio. Questa eventualità non comporta tuttavia alcuna rettifica ai Punti di equilibrio aziendali assegnati ai caseifici interessati.

#### **4.4 VERIFICA DEL PESO MEDIO DELLE FORME.**

La verifica del peso medio di una forma di Asiago Fresco e di Asiago Stagionato al periodo minimo di maturazione previsto dal Disciplinare (20 giorni dalla data di produzione per l'Asiago Fresco, 30 giorni dalla data di produzione per l'Asiago Fresco "Prodotto della Montagna"; 60 giorni dall'ultimo giorno del mese di produzione per l'Asiago Stagionato, 90 giorni dall'ultimo giorno del mese di produzione per l'Asiago Stagionato "Prodotto della Montagna") sarà effettuata periodicamente dal Consorzio sia mediante la richiesta al caseificio di produrre idonea documentazione amministrativo-contabile, sia mediante pesatura presso il caseificio di un campione significativo di prodotto.

Qualora venissero accertate differenze in misura superiore o inferiore al 3% rispetto al peso medio storico assegnato al caseificio, il Punto di equilibrio espresso in numero di forme sarà modificato di conseguenza, a valere dall'annualità successiva a quella della rilevazione.

## 5 NUOVI PRODUTTORI.

Per “nuovo produttore” si intende il caseificio che, regolarmente autorizzato dall’Organismo di controllo, inizia *ex novo* a produrre formaggio Asiago DOP, ovvero il produttore storico di una sola delle due tipologie (Fresco o Stagionato) che, da un certo momento in avanti, mette in produzione anche l’altra tipologia di prodotto.

A questi nuovi produttori verrà attribuito un punto di equilibrio, definito dal Consorzio una volta valutata la singola esigenza, ma che, per il primo anno di applicazione del Piano, non potrà essere superiore, per ciascun nuovo ingresso, allo 0,10% del Punto di equilibrio complessivo per l’Asiago Fresco e allo 0,25% per l’Asiago Stagionato.

Il Punto di equilibrio definito come sopra si intende su base annua. Qualora la produzione dovesse iniziare in corso d’anno il numero di forme per il primo periodo sarà calcolato pro-quota, fermo restando che dette forme andranno poi suddivise a cura del Consorzio nei periodi di riferimento previsti (bimestrali, mensili e trimestrali). A questo punto il neo-produttore entrerà a tutti gli effetti nei meccanismi regolati dai paragrafi precedenti.

Dopo il primo anno di applicazione del presente Piano il Consiglio di Amministrazione valuterà la congruità delle percentuali sopra indicate, avuto riguardo alle richieste di ingresso nella filiera pervenute e alla situazione generale del comparto, garantendo in ogni caso una quota di partenza agli eventuali nuovi produttori.

Per i primi tre anni a decorrere dalla data di ingresso nella filiera della DOP Asiago è fatto divieto ai nuovi produttori di cedere o affittare la propria quota produttiva, anche attraverso la cessione o l’affitto del corrispondente ramo di azienda.

A titolo di parziale rimborso dei costi promozionali sostenuti dal Consorzio nel corso degli anni per la valorizzazione del marchio, ai nuovi ingressi verrà addebitato un contributo di avviamento *una tantum* calcolato con i criteri di cui al paragrafo 3.7, considerando agli effetti della contribuzione differenziata il 30% delle forme assegnate come Punto di equilibrio iniziale, e ciò sia per l’Asiago Fresco che per l’Asiago Stagionato.

Il contributo di avviamento non verrà richiesto alle produzioni *ex novo* che potranno fregiarsi della denominazione aggiuntiva *Prodotto della Montagna*, al fine di incentivare lo sviluppo di questa particolare nicchia produttiva.