



Il Prosciutto di Parma si rafforza nella ristorazione USA e vola al Texas Restaurant Show

A pochi giorni dalla partecipazione al Summer Fancy Food Show, il Consorzio del Prosciutto di Parma torna in mostra negli Stati Uniti, dove prenderà parte al Texas Restaurant Show, in programma a San Antonio il 14 e 15 luglio.

La manifestazione è un evento di riferimento nell'ambito della ristorazione e dei consumi fuori casa, canale che la DOP di Parma intende presidiare in maniera sempre più consistente nel mercato USA.

A tal riguardo si segnala, ad esempio, la collaborazione avviata dal Consorzio a partire dal giugno scorso con "Grimaldi's", celebre catena di ristorazione statunitense attiva da più di trent'anni, che oggi conta oltre 40 pizzerie in 12 Stati. La partnership, della durata di oltre un anno e partita proprio dal Texas, prevede l'inserimento a menù del Prosciutto di Parma nei ristoranti della catena, l'utilizzo di materiale promozionale a supporto dell'iniziativa, più altre attività di formazione e comunicazione.

«I consumatori d'Oltreoceano confermano in modo sempre più deciso l'apprezzamento verso il nostro prodotto. Nel 2023 sono stati oltre 720.000 i Prosciutti di Parma esportati negli Stati Uniti, circa un terzo dell'export totale» commenta Alessandro Utini, Presidente del Consorzio. «Partecipare al Texas Restaurant Show ci fornisce la possibilità di dialogare in modo diretto con i più importanti interlocutori del foodservice, settore in cui pianifichiamo una presenza sempre più incisiva».

Alla manifestazione il Prosciutto di Parma DOP parteciperà insieme al Consorzio di tutela del Grana Padano DOP nell'ambito di "Distinctly, Deliciously, European", un programma europeo che valorizza l'importanza della qualità, dell'autenticità e della tradizione di eccellenze alimentari prodotte in Europa.

