



Consorzio del Formaggio Parmigiano Reggiano
www.parmigianoreggiano.it

PARMIGIANO REGGIANO: 3,5 MILIONI PER LA CAMPAGNA D'AUTUNNO SUL MERCATO INTERNO

Il presidente Bezzi: consolidare e tradurre in nuovi consumi l'alto indice di notorietà e affidabilità del marchio, al 9° posto tra i brand mondiali più apprezzati dagli italiani.

(Reggio Emilia, 4 agosto 2016) Vale poco meno di 500.000 euro a settimana la nuova campagna di comunicazione e informazione che il Consorzio del Parmigiano Reggiano realizzerà dal 9 ottobre al 24 dicembre nei confronti dei consumatori italiani.

L'investimento deliberato dal Consiglio dell'Ente di tutela ammonta infatti a 3,5 milioni di euro e i picchi di pressione informativa si raggiungeranno in 7 delle 11 settimane di campagna.

"Si tratta - spiega il presidente del Consorzio, Alessandro Bezzi - del più rilevante investimento degli ultimi anni sul mercato interno e in un arco di tempo così ristretto".

"Il marchio Parmigiano Reggiano, come ha rilevato la recente indagine dell'Ipsos - si colloca al nono posto della graduatoria dei marchi ritenuti più affidabili dai consumatori italiani fra i brand internazionali, unica Dop presente nei primi 100 posti della classifica; una posizione - prosegue Bezzi - che vogliamo consolidare e tradurre in una crescita dei consumi attraverso spot e altri strumenti che ci consentano di spiegare con semplicità e immediatezza le caratteristiche che determinano l'unicità di un prodotto assolutamente naturale e artigianale, acquistato per il 62% su un mercato interno che vale 1,1 miliardi al consumo e riteniamo possa crescere ulteriormente".

"Questo investimento - conclude Bezzi - traduce concretamente l'impegno del Consorzio ad accompagnare anche la crescita produttiva che si sta evidenziando nel 2016 in presenza di quotazioni in lieve rialzo, creando condizioni di tenuta dei redditi all'interno della filiera".

"La scelta di concentrare risorse così rilevanti nel periodo autunnale - sottolinea il direttore del Consorzio, Riccardo Deserti - nasce dal fatto che proprio nei prossimi mesi si entrerà nel periodo più importante per le vendite di Parmigiano Reggiano; la nostra campagna di comunicazione, così come è accaduto potrà accrescere l'efficacia delle proposte commerciali e delle promozioni che la GDO metterà in atto proprio in autunno e fino alle festività natalizie e di fine anno".

"Quella che partirà nelle prossime settimane - spiega Deserti - è la terza campagna informativa del 2016 (le precedenti sono state realizzate in prossimità delle festività pasquali e nella tarda primavera, associando le caratteristiche del prodotto all'aumento delle attività fisiche e sportive), integrate da iniziative che hanno coinvolto decine di caseifici del comprensorio di produzione: dalla "Parmigiano Reggiano Identity" a "caseifici aperti" e "Porte aperte al Consorzio" (e i motori sono già accesi per le nuove edizioni), fino all'ingresso con l'esclusiva merceologica sui formaggi a pasta dura nell'"Italy Loves Food", la nuova area creata nell'aeroporto di Bergamo, terzo in Italia per numero di passeggeri".

"Con il nuovo investimento - conclude Deserti - parleremo a tutti i consumatori, ovviamente, riservando comunque una particolare attenzione ai giovani (da qui uno specifico concorso e l'uso di web e social ininterrottamente per quasi tre mesi), che rappresentano la fascia di consumatori che più ha bisogno di informazioni articolate sulle caratteristiche del prodotto, sui sistemi artigianali di produzione e sul territorio d'origine".

Centro Stampa Comunicazione Integrata: Gino Belli tel. +39 0522 546277;

mobile +39 335 8386149 info@centrostampa.net - stampa@unioncoop.re.it

Consorzio del Parmigiano Reggiano: Igino Morini

tel. +39 0522 700230; mobile +39 335 6522327 morini@parmigianoreggiano.it