



## **PARMIGIANO REGGIANO EXPERIENCE: AL TTG IL CONSORZIO PRESENTA IL NUOVO PROGETTO PER IL TURISMO ENOGASTRONOMICO**

**I caseifici del Parmigiano Reggiano accolgono ogni anno oltre 168mila visitatori. Con il progetto *Parmigiano Reggiano Experience*, il Consorzio ha scelto di strutturare l'offerta turistica mettendo a disposizione una piattaforma di prenotazione delle visite che consente l'incontro tra la crescente domanda di turismo esperienziale e l'offerta dei caseifici.**

*Rimini, 14 ottobre 2020* – Il **Consorzio del Parmigiano Reggiano** ha presentato al **TTG Travel Experience** di Rimini la propria offerta di turismo enogastronomico: **Parmigiano Reggiano Experience**. Trasformare una sorprendente esperienza in un vero prodotto turistico, destinato a valorizzare e diffondere la conoscenza della produzione, l'arte dei casari, la preziosa comunità di persone e saperi.

Il progetto parte, naturalmente, dalla forza del prodotto e dai valori di qualità associati, per svilupparsi turisticamente sulle **due direttrici dell'innovazione digitale** e del **legame con il territorio**.

L'obiettivo è quello di sviluppare un "prodotto turistico" strutturato in grado di intercettare la crescente domanda, italiana e mondiale, legata ai viaggi del gusto.

Gli interessi enogastronomici per i prodotti tipici e l'agroalimentare del Made in Italy muovono, da soli, 1 turista su 4, il 22,3% dei turisti italiani ed il 29,9% degli stranieri (Ufficio studi ENIT su dati Unioncamere-Isnart 2019). Secondo UNWTO, il turismo enogastronomico sarà, inoltre, fondamentale nella ripresa dell'intero settore e la chiave per rilanciare lo sviluppo economico locale provato dall'attuale crisi.

Le potenzialità del progetto *Parmigiano Reggiano Experience* trovano riscontro anche nei numeri: nell'arco degli ultimi tre anni **le visite in caseificio sono aumentate del + 54,1%** arrivando a 168.000 nel 2019 (fonte dati: Consorzio Parmigiano Reggiano).

Gli ospiti provengono per la maggior parte dall'estero: il **21% dagli USA**, il **10% dalla Francia**, l'**8,5% dalla Germania**, il **4,6% dal Regno Unito** e il 17% da altri paesi. Nel complesso, la compagine estera rappresenta il 61% delle visite. **Gli italiani rimangono ad ogni modo i primi fan del Parmigiano Reggiano, rappresentando da soli il 39% dei visitatori totali.**

Sui **321 caseifici produttori di Parmigiano Reggiano**, sono circa un centinaio quelli che oggi ricevono visite. Di questi, **34 caseifici organizzano autonomamente visite e degustazioni** mentre i restanti si appoggiano alle sezioni del Consorzio oppure a guide turistiche per offrire un'esperienza ottimale. Numeri significativi ma i margini di crescita sono ampi.



Con il progetto **Parmigiano Reggiano Experience**, il Consorzio sceglie di spingere l'offerta turistica attraverso **l'innovazione e il digitale** sviluppando nel **nuovo sito** una **sezione "Visita e Degusta"** che consente, attraverso i contenuti, un forte posizionamento sui motori di ricerca e, soprattutto, mettendo a disposizione una **piattaforma di prenotazione online** delle visite.

Sulla pagina [Prenota una visita](#), nella sezione *I Caseifici* del sito web [www.parmigianoreggiano.it](http://www.parmigianoreggiano.it), l'utente può individuare e prenotare la visita presso il caseificio produttore più adatto alle proprie esigenze, utilizzando diversi filtri e anche la funzione di ricerca sulla **mappa interattiva**. L'utente, in pochi clic, può ora organizzare la propria giornata alla scoperta del mondo del Parmigiano Reggiano. Un'esperienza unica che permette al turista di scoprire i segreti della produzione e di visitare i magazzini di stagionatura, gli spacci aziendali e di degustare le differenti stagionature della DOP più amata d'Italia.

Ma le nuove strategie digitali riguardano anche altre attività: nelle brochure e nelle vetrofanie, è stato inserito un **QR Code** che faciliti il reperimento delle informazioni e il rapido accesso al sito anche da telefono per il turista che già si trova nelle nostre zone di produzione; la moltiplicazione dei touchpoint grazie a tecnologie innovative e smart (totem in Autogrill); l'implementazione di un modello integrato di Digital CRM; la costruzione di una relazione che potrà continuare nel tempo, con la **fornitura a distanza del prodotto** proprio dai caseifici dove i turisti hanno vissuto l'esperienza, anche tramite lo **shop online** [www.shop.parmigianoreggiano.com](http://www.shop.parmigianoreggiano.com); una comunicazione specifica sui **social media** con la produzione di nuovi contenuti tra cui il **nuovo filmato** presentato proprio al TTG in anteprima.

In ultima analisi si vuole favorire il facile **incontro della domanda con l'offerta esperienziale dei caseifici** seguendo i comportamenti e le abitudini sempre più digitali dei turisti.

Il secondo cardine della strategia è rafforzare il **legame con il territorio**. Ciò si concretizza, innanzitutto, in una forte collaborazione con la Regione Emilia-Romagna, con l'APT, le Destinazioni e con gli operatori pubblici e privati dei luoghi di produzione; in particolare le guide turistiche e le agenzie di incoming. Il Consorzio crede nell'importanza delle connessioni territoriali e nella forza di una promozione congiunta sia sul tema enogastronomico, con altre eccellenze agroalimentari che caratterizzano la Food Valley, sia con turismi complementari legati all'outdoor, alla cultura, al benessere, alla Motor Valley. Oggi più che mai, la pandemia ci insegna che la crisi si affronta e si vince insieme.

Ma la valorizzazione territoriale passa anche da un percorso interno di crescita, di **diffusione di una cultura turistica** che fino a pochi anni fa non ci apparteneva: dai corsi di **formazione sull'accoglienza** al progressivo **redesign** dell'esperienza di visita.

Con questo progetto, il Consorzio intende portare avanti e promuovere la propria idea di turismo enogastronomico basata su tradizioni, storia, cultura, autenticità ma anche innovazione. Secondo UNWTO, il turismo enogastronomico sarà fondamentale nella ripresa dell'intero settore e la chiave per rilanciare lo sviluppo economico locale provato dall'attuale crisi. Il Parmigiano Reggiano



è un prodotto unico, è sia una destinazione sia un ambasciatore, perché ogni scaglia, viaggiando, parla della sua terra di origine e può portare nei caseifici sempre più visitatori e clienti.

*“Dopo il blocco Covid – ha affermato **Nicola Bertinelli, presidente del Consorzio Parmigiano Reggiano** - i caseifici e il Consorzio stanno lavorando con ottimismo per il futuro. Siamo convinti che le Indicazioni Geografiche a braccetto con la gastronomia possano diventare un magnete per il turista. Ma i turisti devono trovare un’offerta funzionale, frictionless e sicura, fruibile in modo semplice, esperienze soddisfacenti e in linea con le proprie esigenze. **Un prodotto come il Parmigiano Reggiano, così inteso, diventa motore dello sviluppo non solo per la filiera, ma anche per gli altri comparti del territorio”**.*

In quest’ottica, **Parmigiano Reggiano Experience** si inserirà tra i punti di forza della Regione Emilia-Romagna per la valorizzazione delle eccellenze turistiche del territorio. Un’esperienza per arricchire il proprio percorso tra le città d’arte lungo la via Emilia, i Borghi, i Cammini (Via Francigena, Via Matildica del Volto Santo, Via Nonantolana, giusto per citarne alcune), i Castelli e tanto altro.

*“Con il primato europeo per numero di prodotti DOP e IGP (ben 44), la ristorazione stellata e la tradizione delle osterie, gli eventi enogastronomici lungo tutto l’anno, Parma città UNESCO per la gastronomia, Casa Artusi a Forlimpopoli e tanto altro ancora - commenta **l’Assessore Regionale al Turismo dell’Emilia Romagna, Andrea Corsini**- la nostra Regione ha saputo, negli anni, fare del cibo un asset strategico per competere sui mercati internazionali delle vacanze, nonché una motivazione di viaggio sempre più forte per i suoi ospiti italiani e stranieri. Un plauso all’iniziativa del Consorzio Parmigiano Reggiano presentata oggi, che porta l’ospite proprio all’origine del prodotto e gli permette di organizzare al meglio la sua food experience”*.

Parmigiano Reggiano Experience è stato presentato a **TTG Travel Experience** di Rimini nel corso di un incontro moderato dalla giornalista e scrittrice **Isa Grassano**, con gli interventi di: **Alessandra Priante** (Direttore Europa UNWTO), **Nicola Bertinelli** (Presidente del Consorzio del Parmigiano Reggiano), **Roberta Milano** (Travel & tourism digital strategist) e **Andrea Corsini** (Assessore al Turismo Regione Emilia-Romagna). In occasione del lancio del progetto, è stato prodotto un filmato per la promozione delle visite in caseificio che sarà declinato per diversi canali e utilizzi: sito web, social network ed eventi.

-----  
**Press Info**

**Fabrizio Raimondi - Consorzio Parmigiano Reggiano – Ufficio Stampa e Relazioni Esterne**  
mobile +39 335 389848 [raimondi@parmigianoreggiano.it](mailto:raimondi@parmigianoreggiano.it)