



IL CONSORZIO DEL PARMIGIANO REGGIANO LANCIA LA PRIMA CAMPAGNA PUBBLICITARIA SULLE RETI TELEVISIVE DI FRANCIA E GERMANIA

Lo spot indirizzato ai due Paesi, rispettivamente il secondo e il terzo mercato estero per numeri di vendite, è un ulteriore passo nella campagna adv del Consorzio per aprire nuovi spazi di mercato internazionali

Reggio Emilia, 15 settembre 2021 – Il Consorzio del Parmigiano Reggiano si proietta sempre più sui mercati esteri: la **quota export nel 2020** è stata infatti **pari al 44%**, con un +10,7% di crescita a volume rispetto al 2019. Per una DOP in continua espansione che nell'anno passato ha fatto registrare il record storico di produzione (3,94 milioni di forme per circa 160 mila tonnellate, con un giro d'affari al consumo pari a 2,35 miliardi di euro), i mercati internazionali sono una imprescindibile valvola di sfogo. Da qui la decisione di **investire in comunicazione per aprire nuovi spazi di mercato** e collocare il Parmigiano Reggiano a un prezzo remunerativo.

Per questo motivo, quest'anno come non mai il Consorzio ha investito sull'estero: dei **26 milioni di euro stanziati nel 2021 per investimenti promozionali per lo sviluppo della domanda complessiva, quasi 10 milioni** sono proprio **destinati ai mercati internazionali**. Un obiettivo che viene inseguito anche con tattiche del tutto inedite nella storia del Consorzio, come il **lancio della prima campagna pubblicitaria sulle reti televisive di Francia e Germania**. I due paesi, infatti, non rappresentano solo il secondo e il terzo mercato estero per quota export (rispettivamente il 19% e il 18%), ma i due mercati in Unione Europea ad aver registrato le performance migliori nel 2020 (la Germania con il +14,8% e la Francia con il +4,2%).

Il **6 settembre** il Consorzio ha dunque lanciato una **campagna pubblicitaria della durata di tre settimane sui canali nazionali francesi M6, W9, 6Ter, Gulli e TF1**; nella **settimana precedente** era invece avvenuto il **lancio in Germania sui canali RTL, Vox, Super RTL, ProSieben, Kabel Eins e Sat 1** per due settimane complessive. Lo **spot di 20 secondi**, creato dall'agenzia Casiraghi&Greco e prodotto da The Family, mette in evidenza il Parmigiano Reggiano dalla nascita e lavorazione, legata a più di nove secoli di tradizione, al consumo. Lo spot si concentra anche sui diversi processi di stagionatura del prodotto, che offrono una ricchezza di sapori inedita e innumerevoli possibilità per le preparazioni culinarie.

Tuttavia, il progetto di adv approvato per il triennio 2021-2023 non si concentrerà solo sugli spot televisivi, ma si sostanzierà soprattutto in una **campagna della durata di 4 mesi** che comprenderà **contenuti digitali e social con il coinvolgimento di influencers**, per un **investimento di oltre 10 milioni in 3 anni**. Un progetto frutto del lavoro del team guidato da tre anni dal direttore marketing **Carlo Mangini**, artefice del nuovo impulso allo sviluppo internazionale del Consorzio, e che si è recentemente arricchito di una nuova figura: il responsabile sviluppo mercati **Marcello Turini**. Esperto nel ramo acquisti, vendite e marketing di prodotti alimentari in tutto il mondo, Turini ha un'esperienza più che ventennale maturata nell'alveo di aziende nazionali e internazionali quali Barilla, HJ Heinz, Parmareggio, Levoni, Raspini e Jan K. Overweel Limited.

Ufficio Stampa e Relazioni Esterne:

Fabrizio Raimondi – raimondi@parmigianoreggiano.it – 335 389848

Per ulteriori informazioni, vi invitiamo a consultare il sito parmigianoreggiano.com.

Ufficio Stampa e Relazioni Esterne:

Fabrizio Raimondi – raimondi@parmigianoreggiano.it – 335 389848