



IL PARMIGIANO REGGIANO VOLA A NEW YORK PER IL SUMMER FANCY FOOD SHOW: NEI PRIMI MESI DEL 2025 GLI USA SI CONFERMANO IL PRINCIPALE MERCATO ESTERO DELLA DOP

Il Consorzio torna sul palco del Javits Center per sostenere le azioni di promozione della domanda in vista della possibile introduzione di nuovi dazi (sospesa da Trump fino al 9 luglio) su tutte le importazioni dall'UE

Reggio Emilia, 26 giugno 2025 – Il Consorzio del Parmigiano Reggiano torna al **Summer Fancy Food Show** di **New York** (29 giugno – 1° luglio), la principale fiera americana dedicata al mondo del food & beverage. Un appuntamento irrinunciabile per sostenere le azioni di promozione della domanda della Dop, che vede negli **USA il principale mercato estero, pari al 22,5% della quota export totale**: nel **2024** sono state esportate **oltre 16.000 tonnellate**, con un aumento del **+13,4% sul 2023**. Inoltre, a livello di sell-out, nel primo quadrimestre il Parmigiano Reggiano ha continuato a crescere del **+9%** in linea con i mesi precedenti.

Per quanto riguarda le vendite da produttore a consumatore finale (dati sell-in) - dopo l'aumento di fine 2024, dovuto principalmente alla tendenza a fare scorte in vista di una possibile crescita dei prezzi, e al netto di un picco del **+40%** registrato a marzo 2025, quando apparve imminente l'annuncio da parte del presidente Donald Trump di dazi aggiuntivi - si è registrato un **trend di stabilità** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Ricordiamo infatti che in aprile **Trump** ha introdotto **ulteriori dazi del 10% sulle importazioni dall'Unione Europea**: pertanto, nel caso della Dop, i dazi sono passati dal **15%** (la tariffa "storica") al **25% attuale**.

Prima di aprile 2025, con i dazi pari al **15%**, il Parmigiano Reggiano di 24 mesi, che in Italia viene oggi venduto a circa **15 €/kg**, negli USA arrivava sugli scaffali con un prezzo medio di circa **42 dollari al kg**. In questa fase transitoria, con i **dazi aggiuntivi del 10%**, lo stesso viene oggi venduto a circa **49 dollari al kg**. Ma, ai livelli attuali, il prezzo reale per il consumatore entro i primi mesi del 2026 subirà inevitabilmente un'ulteriore impennata, poiché si riverseranno sul consumo sia i rilevanti aumenti registrati all'origine, sia l'effetto moltiplicatore del cambio dollaro/euro, superando ampiamente i **55 dollari al kg**.

Il Consorzio non nasconde la preoccupazione per le ripercussioni che avrà l'aumento del prezzo sulla domanda del prodotto. Tuttavia, ha fiducia nei risultati positivi che otterrà l'**operazione negoziale dell'UE**, che deve evitare ulteriori incrementi di dazi incoerenti e insostenibili per tutti gli attori in gioco, in primis consumatori e importatori americani. È necessario, inoltre, un confronto con i principali player del mercato USA per impostare un percorso di crescita in questa momentanea situazione di incertezza.

Il Consorzio sarà presente al **Javits Center**, il centro fieristico di New York, con uno **stand** (Padiglione Italia - Booth 2418) le cui attività prevedono in primo luogo **incontri one-to-one** con i partner commerciali per condividere strategie e attività del 2025 e prospettive per il 2026, oltre a



degustazioni guidate della Dop nelle sue sfaccettature di biodiversità. Inoltre, il presidente **Nicola Bertinelli** incontrerà i principali stakeholder e opinion leader in occasione della serata che si terrà domenica 29 giugno al **Peak**, il ristorante in cima al celebre grattacielo **The Edge** ad Hudson Yard, con una delle viste più suggestive su Manhattan. L'evento, che vedrà la partecipazione di **Francesco Lollobrigida**, ministro dell'Agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste, **Michele de Pascale**, presidente della Regione Emilia-Romagna, **Alessio Mammi**, assessore all'Agricoltura e agroalimentare, caccia e pesca, rapporti con la UE della Regione, e **Stefano Bonaccini**, europarlamentare, non sarà solo l'occasione per raccontare le nuove iniziative di promozione negli States, ma anche per approfondire la posizione del Consorzio rispetto alla **possibilità di introduzione di nuovi dazi** (sospesa da Trump fino al 9 luglio con possibilità di proroga) su tutte le importazioni dall'UE. Il presidente Bertinelli affronterà inoltre questi temi a tu per tu con il gotha della stampa americana il 30 giugno presso il **ristorante Vallata** del celebrity chef **Tom Colicchio**.

Il SFFS sarà anche l'occasione per presentare le attività dell'**Accademia Parmigiano Reggiano**: lanciata ufficialmente nel 2025, non si tratta di una semplice scuola di formazione, ma di un'esperienza immersiva per professionisti e operatori, con la possibilità di sviluppare sessioni ad hoc a seconda del settore e del canale - dalla GDO alla ristorazione, dal catering alla vendita al dettaglio - il cui obiettivo è formare gli addetti ai lavori, rendendoli in grado di accompagnare il consumatore in un acquisto sempre più consapevole. Ad oggi, il progetto ha coinvolto **più di 700 dipendenti di oltre 20 grandi catene, sia in Italia sia all'estero** in paesi quali USA, Francia, Germania, Spagna, Giappone, Australia ed Emirati Arabi Uniti, con numeri destinati a raddoppiare entro la fine del 2025. Infine, la fiera sarà il palcoscenico da cui il Consorzio annuncerà la **partnership pluriennale con i New York Jets**, uno dei team della National Football League più prestigiosi e amati al mondo. La collaborazione sportiva, che fa seguito a quella come **sponsor ufficiale del Miami Open 2025**, prevede un piano di marketing che comprenderà integrazioni digitali e social per tutta la stagione, tailgates sponsorizzati dal marchio, degustazioni per i media e creatività dedicata all'interno delle piattaforme mediatiche, dei social media e nel MetLife Stadium.

*«Partecipare alla fiera più importante del principale mercato del mondo dopo l'Italia», ha dichiarato **Nicola Bertinelli**, presidente del Consorzio, «rappresenta per noi un onore e un impegno simbolico di una presenza negli USA che, con l'apertura di un ufficio operativo (corporation) a New York nel luglio 2024, si è fatta ormai costante e quotidiana. Nel prossimo futuro, il Consorzio dovrà sempre più investire sulla crescita nei mercati esteri, in primis gli Stati Uniti, che rappresentano il futuro della nostra Dop. Pertanto, il possibile incremento dei dazi sul Parmigiano Reggiano di certo non ci rallegra, ma il nostro è un prodotto premium e faremo il possibile affinché l'aumento del prezzo non porti a una sostanziale riduzione dei consumi. Come abbiamo più volte sottolineato, la nostra Dop non è in reale concorrenza con i parmesan americani, dato che copre meno del 8% del mercato dei formaggi duri e viene venduto a un prezzo doppio. Negli USA chi lo compra fa una scelta consapevole: ha infatti un 92% di mercato di alternative che costano 2-3 volte meno. Imporre dazi ulteriori su un prodotto come il Parmigiano Reggiano aumenterebbe solo il prezzo per i consumatori americani, senza proteggere realmente i produttori locali: sarebbe dunque una scelta che danneggia tutti. Con gli USA occorre intavolare un dialogo che non va condotto bilateralmente dai singoli Paesi, ma dall'Unione Europea. Osserviamo con grande attenzione e prudenza lo scenario politico attuale, ma siamo fiduciosi nei risultati positivi che otterrà l'operazione negoziale dell'UE, che deve evitare*



rischi di dazi incoerenti e insostenibili per tutti gli attori in gioco, e nella fedeltà di consumatori evoluti come quelli statunitensi, che continueranno a premiare un prodotto d'eccellenza come il nostro».

Press Info

Benedetto Colli - Consorzio Parmigiano Reggiano – Ufficio Stampa e Relazioni Esterne

mobile +39 380 3712272; press@parmigianoreggiano.it

Fabrizio Raimondi - Consorzio Parmigiano Reggiano – Ufficio Stampa e Relazioni Esterne

mobile +39 335 389848; raimondi@parmigianoreggiano.it