



Grana Padano lancia LOVE: il nuovo racconto del benessere quotidiano

Dalla campagna on air al nuovo ecosistema digitale, il Consorzio Grana Padano rafforza il posizionamento "Fa stare bene" tra sport, nutrizione e cultura del prodotto

LOVE è più di una parola. È un posizionamento. È una scelta. Amore per sé stessi, per gli altri, per il proprio benessere quotidiano.

LOVE è il segno distintivo legato al Grana Padano già presente nella campagna che ha accompagnato la sponsorizzazione dei Giochi Olimpici e Paralimpici Invernali Milano Cortina 2026 e che oggi evolve integrandosi con la storica losanga, dando vita a un vero e proprio *Love Brand*.

È il cuore della nuova comunicazione del Consorzio, on air dal 22 marzo 2026.

Nel nuovo spot, LOVE diventa racconto visivo ed emozionale: una narrazione autentica del benessere vissuto ogni giorno, attraverso lo sport praticato per passione. Non performance, ma esperienza. Non competizione, ma equilibrio.

Protagonisti sono persone reali, di tutte le età, unite da un gesto semplice e universale: prendersi cura di sé attraverso il movimento. Un'energia che nasce dai campioni e si diffonde nella vita quotidiana di milioni di persone.

Determinazione, costanza e capacità di superare i propri limiti sono i valori universali dello sport. Valori che trovano nel Grana Padano DOP un alleato naturale: fonte di energia positiva, parte di un'alimentazione equilibrata, presenza concreta nella quotidianità.

Ricco di calcio e proteine, con meno grassi e naturalmente privo di lattosio, Grana Padano è un gesto semplice di benessere. Un atto quotidiano che nutre corpo ed emozioni, rinnovando ogni giorno quell'"emozione italiana" che da sempre lo contraddistingue.

La campagna prende vita grazie a un team creativo internazionale di grande rilievo. La regia è firmata da Gaetano Morbioli, autore di oltre 4.500 videoclip per alcuni dei più importanti artisti italiani e internazionali.

La fotografia è curata da Thierry Pouget, direttore della fotografia francese noto per il suo linguaggio visivo raffinato e per le collaborazioni con brand iconici e artisti di fama mondiale.

«Dopo le emozioni vissute con Milano Cortina 2026, vogliamo portare quell'energia nella quotidianità delle persone – commenta Renato Zaghini, Presidente del Consorzio –. Il nostro impegno è offrire ogni giorno un prodotto che contribuisca al benessere, frutto del lavoro e della passione di oltre 50.000 persone».

«Abbiamo scelto un linguaggio visivo dinamico, con un richiamo iconico all'immaginario di *Flashdance*, per costruire uno storytelling capace di unire energia, movimento e cultura pop – aggiunge Mirella

Consorzio Tutela Grana Padano

Via XXIV Giugno, 8
San Martino della Battaglia
25015 - Desenzano del Garda – BS
Tel 030.9109811

MKTG & COMUNICAZIONE ITALIA

Responsabile: Mirella Parmeggiani – mail: m.parmeggiani@granapadano.com
Ufficio stampa: Ludovico Gay Mob. +39 3298310889 - mail: press@granapadano.com
MercurioCom Sas Mob. +39 3714546691 - mail: press@granapadano.com



Parmeggiani, Italian Marketing & Communication Manager del Consorzio –. Consolidiamo così il posizionamento “Fa stare bene”, raccontando l’impatto positivo del nostro prodotto nella vita delle persone. Nello sport praticato per passione troviamo il riflesso di un bisogno autentico di benessere: per sé e per chi ci sta accanto. E rispondiamo a questo bisogno con un gesto semplice, fatto di qualità, equilibrio e gusto».

La sponsorship olimpica si traduce in una strategia di comunicazione integrata che vive anche nel digitale, trasformando la partnership in una piattaforma continua di contenuti, esperienze e relazioni.

In questo percorso si inserisce il nuovo sito Grana Padano, completamente ripensato per offrire un’esperienza più chiara, intuitiva e coinvolgente.

L’architettura dei contenuti evolve sulla base dei comportamenti reali degli utenti, passando da una logica per momenti di consumo a tre grandi territori tematici: Tradizione, Healthy & Sport e Apersnack. Un modello più vicino agli interessi delle persone, che semplifica la navigazione e rende il racconto più coerente.

Nutrizione e benessere diventano ancora più centrali, grazie a infografiche dedicate e contenuti editoriali che valorizzano il ruolo del prodotto in una dieta equilibrata. Il design è più visivo, i percorsi più intuitivi, l’integrazione con i social più fluida.

Grande attenzione è dedicata anche all’esperienza food: un nuovo layout per le ricette migliora la leggibilità, valorizza le immagini e rende la preparazione più immediata.

I nuovi hub editoriali ampliano il racconto: dalla cultura del prodotto alla sostenibilità, fino allo storytelling della filiera.

La sezione dedicata a Milano Cortina 2026 rafforza il legame tra brand e sport, mentre l’area sulla produzione introduce una mappa interattiva e nuovi contenuti visuali per raccontare il territorio e il sapere caseario.

I risultati confermano la direzione: dalle circa 240.000 sessioni del 2022, la piattaforma digitale ha raggiunto quasi 10 milioni nel 2025, con l’obiettivo di arrivare a 15 milioni nel 2026.

Il nuovo sito diventa così uno spazio aperto, dinamico, in continua evoluzione: un ecosistema digitale capace di integrare informazione, contenuti editoriali, nutrizione e intrattenimento, rafforzando il dialogo con una community sempre più ampia.

Perché il benessere, oggi, è anche una questione di connessione. E di amore.

Del Consorzio Tutela Grana Padano fanno parte 141 aziende. Sono 121 quelle di lavorazione, che gestiscono 135 caseifici produttivi, 141 gli stagionatori e 197 preconfezionatori di porzionato, grattugiato e CET.

Nel periodo gennaio – febbraio 2026 sono state prodotte 1.100.201 forme (+ 4,99% vs 2025).

Nel 2025 ne sono state prodotte 6.053.690, con un incremento del +7,43% sull’anno precedente, pari a 236.179,657 tonnellate (+/,72%), trasformando circa 3.141.458,660 tonnellate di latte (+6,37% vs 2024) munto in 3.376 stalle. L’intera filiera produttiva del prodotto a denominazione d’origine protetta più consumato nel mondo conta così su 50mila persone coinvolte.

In crescita anche l’export. Secondo gli ultimi dati disponibili, nel periodo gennaio – settembre 2025 si è registrato un incremento del 3,03% rispetto allo stesso periodo dell’anno precedente. Il trend previsto per l’intero anno segna una crescita del 3,5%.

Nel 2024, le forme vendute all’estero sono state 2.685.541 (+9,15% vs 2023), pari a 104.494,400 tonnellate.

Nel 2025 la proiezione sulla produzione lorda vendibile di formaggio consumo è di 4.000.000.000 euro, ripartita tra Italia con 1.800.000.000 euro, pari al 48,8%, ed estero con 2.200.000.000, equivalente al 51,2%. Queste performance confermano il Grana Padano il formaggio DOP più consumato nel mondo.

Dal 1954 il Consorzio Tutela Grana Padano garantisce il rispetto della ricetta tradizionale e la sua alta qualità riconoscibile e ritrovabile in ogni singola forma prodotta. Il 24 aprile 2002 un decreto del Ministero delle Politiche Agricole e Forestali ha riconosciuto al Consorzio le funzioni di tutela, promozione, valorizzazione, informazione del consumatore e cura generale degli interessi relativi a Grana Padano nella sua natura di prodotto DOP, ovvero a Denominazione di Origine Protetta.

Consorzio Tutela Grana Padano

Via XXIV Giugno, 8 San Martino della Battaglia 25015 - Desenzano del Garda – BS - Tel 030.9109811 - C.F.: 02184450159 P.IVA: 01933250985 Codice Univoco: A4707H7
www.granapadano.it

