

**PROMOZIONE**

## Degustazioni «on tour»: un patto con la Gdo



**C**ollaborare. Sarà questa una delle linee guida del prossimo triennio targato Tanara. La sfida è quella di coinvolgere la grande distribuzione nel progetto del consorzio del Prosciutto di Parma dedicato alle degustazioni «on tour». «Abbiamo coinvolto alcuni punti vendita in 11 città del Centro e Nord Italia – dichiara il direttore del consorzio, Stefano Fanti – e abbiamo riscontri positivi sia sul livello di conoscenza del marchio che sui consumi. Estenderemo il numero di capoluoghi interessati».

Proseguiranno anche i progetti cofinanziati dall'Unione europea e dallo Stato. Conclusa «con successo» la missione in Giappone insieme con Parmigiano Reggiano e Porto, questa compagine si allargherà ai vini

Bourgogne per rafforzarsi nel Regno Unito e investimenti per quattro milioni di euro (al 70% sostenuti dalle istituzioni, progetto Discover the Origin). Ma, aggiunge Fanti, il consorzio punta anche sulle città russe con oltre un milione di abitanti e gli Stati Uniti in collaborazione con Parmigiano, Grana, Montasio e Prosciutto di San Daniele.

Quanto alla contraffazione, Fanti è possibilista su una risoluzione stragiudiziale del confronto in Messico, mentre sulla vicenda canadese la soluzione è più tortuosa: «per difenderci dal simil-Parma spendiamo 500mila euro l'anno», rivela Fanti. ●

**M.B.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

