



Consorzio del Formaggio Parmigiano Reggiano

www.parmigianoreggiano.it

chiusura con il "botto" per il parmigiano reggiano a expo

450.000 contatti nel mese di ottobre, di cui oltre 300.000 solo nel Future Food District. Più di cento caseifici coinvolti in degustazioni ed eventi.

(Reggio Emilia, 3 novembre 2015) Si è conclusa con il "botto" la partecipazione del Consorzio del Parmigiano Reggiano ad Expo 2015. Un mese di ottobre da "tutto esaurito" - che ha superato anche i risultati già ottenuti a settembre - ha fatto segnare, all'interno del padiglione supermercato del futuro, un record assoluto di visite: oltre 300.000 in 31 giorni, con un terzo dei visitatori in fila al corner allestito dal Consorzio per degustare le due diverse stagionature di Parmigiano Reggiano offerto, nei sei mesi dell'Esposizione universale, da 72 caseifici.

"Il bilancio finale, che in ottobre si è arricchito di altri 120.000 contatti tra padiglione Cibus Italia e altri eventi - sottolinea il direttore del Consorzio, Riccardo Deserti - parla così di 2,3 milioni di contatti per il nostro prodotto e di 1,1 milioni di degustazioni, ma anche di una mobilitazione senza precedenti dei caseifici del comprensorio di produzione: le iniziative realizzate ad Expo (dal Future Food District alla "piazzetta" della Regione Emilia-Romagna, agli eventi collaterali) hanno infatti coinvolto 106 caseifici, cioè quasi un terzo del totale".

"Proprio questa partecipazione - sottolinea il presidente dell'Ente di tutela, Giuseppe Alai - ci ha consentito non solo di parlare ai consumatori delle caratteristiche distintive del nostro prodotto, ma soprattutto di far toccare con mano quel forte legame con il territorio che passa da centinaia di strutture artigianali impegnate in una lavorazione assolutamente naturale che fa leva proprio sulla esperienza e sulle capacità dei maestri casari".

Parlando di cifre, il più elevato numero di contatti per il Parmigiano Reggiano si è registrato proprio all'interno del Future Food District, seguito dal padiglione Cibus Italia (oltre 250.000 contatti e 5 settimane di degustazioni guidate) e dalla "piazzetta" dell'Emilia-Romagna, dove il Consorzio ha proposto 9 appuntamenti dedicati alle caratteristiche distintive del prodotto (stagionatura, tipologia di bovine in allevamento, alimentazione, ecc.) e al territorio d'origine, con la presentazione della nuova "APP Visite" (audioguida facilmente scaricabile che consente di seguire ogni fare produttiva e di scoprire i segreti dei caseifici artigianali), cui si è aggiunto il gioco "Spakka il kilo", che ha coinvolto i presenti invitandoli ad indovinare il peso di una punta di formaggio, che di volta in volta è stata consegnata a chi si è avvicinato maggiormente al peso reale.

"Insieme a questo elevatissimo numeri di contatti e degustazioni - osserva il direttore Riccardo Deserti - l'aspetto più rilevante nel bilancio della nostra presenza ad Expo è comunque rappresentato dagli incontri con oltre 500 delegati internazionali: in massima parte si è trattato di esponenti del mondo della distribuzione, cui si sono associati numerosi giornalisti della stampa specializzata, con esiti che si protrarranno nel tempo e in diversi Paesi sui quali puntiamo ad incrementare le nostre esportazioni".

Fra gli eventi che hanno suscitato particolare curiosità di segnalano, infine, il lancio (con l'apertura della prima forma nel padiglione di Israele) del Parmigiano Reggiano Kosher destinato agli ebrei osservanti, l'asta di una forma stagionata dieci anni dal caseificio Vo' Grande (Mn) a favore delle popolazioni del Nepal colpite dal terremoto e la presentazione della prima produzione a impatto ambientale zero in termini di emissioni di anidride carbonica da parte del caseificio Caramasche di Mantova.

"Ora - sottolinea il presidente Giuseppe Alai - l'impegno del Consorzio si concentra sulla messa a frutto di quanto anche Expo ha generato in termini di contatti e conoscenza del prodotto, puntando anche a consolidare i primi segnali di ripresa che vengono dalle quotazioni registrate in alcune province: insieme alla prosecuzione delle iniziative programmate per l'estero, a giorni partirà una nuova campagna sulle reti televisive e radiofoniche nazionali, con l'obiettivo immediato di un sostegno ai consumi in vista di quelle festività natalizie e di fine anno che già nel 2014 segnarono un incremento del 7% rispetto all'anno precedente".

Centro Stampa Comunicazione Integrata: Gino Belli tel. +39 0522 546277;

mobile +39 335 8386149 stampa@unioncoop.re.it

Consorzio del Parmigiano Reggiano: Igino Morini

tel. +39 0522 700230; mobile +39 335 6522327 morini@parmigianoreggiano.it