



Consorzio del Formaggio Parmigiano Reggiano

www.parmigianoreggiano.it

EXPORT PARMIGIANO REGGIANO: CONTINUA LA CRESCITA NEGLI USA. CONSORZIO IN CAMPO CON 1 MILIONE E LOTTA ALL'"ITALIAN SOUNDING"

Crescita del 5,5% nel primo trimestre 2016 dopo il "boom" dello scorso anno (+34%). A New York il Consorzio a confronto con importatori e catene distributive.

(Reggio Emilia, 24 giugno 2016) Dopo l'autentico "boom" del 2015, le esportazioni di Parmigiano Reggiano negli Stati Uniti continuano a crescere a ritmi molto sostenuti.

Nel primo trimestre 2016, infatti, hanno fatto segnare un +5,5%, e sulla base di questi dati gli Stati potrebbero balzare al primo posto, entro l'anno, della classifica dei Paesi maggiori importatori di Parmigiano Reggiano, scavalcando anche la Francia dopo il sorpasso sulla Germania avvenuto nel 2015.

L'exploit del 2015 (un +34% commentato con prudenza dal Consorzio di tutela, perchè legato ad elementi congiunturali specifici, come l'andamento del dollaro che aveva facilitato gli acquisti oltreoceano) si è andato dunque consolidando negli States, mercato sul quale il Consorzio lancia ora nuove sfide.

"Prima fra tutte - sottolinea il presidente dell'Ente di Tutela, Alessandro Bezzi - una serie record di incontri con i principali importatori e le catene distributive statunitensi e canadesi che segneranno la nostra partecipazione al Fancy Food Show di New York, in programma dal 26 al 28 giugno".

"Dalla grande vetrina mondiale, in cui confluiscono 2.000 espositori e che rappresenta la manifestazione d'eccellenza per l'agroalimentare - prosegue Bezzi - rilanceremo anche il nuovo piano di investimenti che guarda in modo specifico a Stati Uniti e Canada, con attività di informazione, promozione, presenza nelle catene distributive che nel 2016 ci impegnano per un milione di euro".

"In queste azioni - sottolinea il presidente del Consorzio - si associano due obiettivi: promuovere il nostro prodotto per quel che realmente rappresenta, cioè un'assoluta eccellenza artigianale e del tutto naturale e, contemporaneamente, contrastare quegli usi impropri di elementi di "italian sounding" (confezioni che ricorrono all'uso del Tricolore a richiami geografici che lasciano pensare ad un'origine italiana anche per formaggi prodotti negli Usa o in Sud America) che inducono in inganno il 67% dei consumatori statunitensi che vedono così caratterizzati prodotti denominati "parmesan".

"Su questo tema - spiega il direttore del Consorzio, Riccardo Deserti - siamo intervenuti in audizione in sede UE nell'ambito delle trattative per gli accordi TTIP; le nostre ragioni sono state sostenute anche dal relatore TTIP, l'on. Paolo De Castro, ma è evidente che non vogliamo limitarci ad attendere gli esiti, comunque incerti, di un'intesa che dovrebbe sconfiggere queste prassi".

"Da qui - conclude Deserti - il rafforzamento di tutte le azioni possibili per contrastare questi fenomeni e far conoscere di più e meglio ai consumatori statunitensi le caratteristiche del nostro prodotto; nuovi investimenti, informazione, presenza nelle catene distributive grazie a nuovi accordi di collaborazione diventano, dunque, gli strumenti privilegiati per continuare a premere su quello che è divenuto, per volumi, il secondo mercato per l'export di Parmigiano Reggiano e si avvia a guadagnare la prima posizione".

Centro Stampa Comunicazione Integrata: Gino Belli tel. +39 0522 546277;
mobile +39 335 8386149 info@centrostampa.net - stampa@unioncoop.re.it

Consorzio del Parmigiano Reggiano: Iginio Morini
tel. +39 0522 700230; mobile +39 335 6522327 morini@parmigianoreggiano.it