



Parmigiano Reggiano: Il Consorzio Lancia Il Progetto Premium “40 Mesi”

Lo scopo primario del Progetto, presentato al Museo Ferrari di Maranello (MO) il 28 novembre, è promuovere lo sviluppo di un nuovo segmento di mercato sempre più richiesto dal consumatore: la lunga stagionatura “40 mesi”. Sono già 56 i caseifici aderenti, per oltre 31 mila forme destinate a diventare Parmigiano Reggiano “40 mesi”.

Reggio Emilia, 23 novembre 2019 – Il suo profumo deciso e speziato, il sapore sapido e intenso rendono il Parmigiano Reggiano 40 mesi un prodotto dalle caratteristiche inconfondibili e sempre più richiesto sulle tavole dei consumatori. È per questo motivo che il Consorzio Parmigiano Reggiano ha lanciato il **Progetto Premium “40 mesi”** nel corso di un evento dedicato che si è tenuto giovedì 28 novembre al Museo Ferrari di Maranello (MO).

Ricordiamo che la stagionatura minima per il Parmigiano Reggiano è di 12 mesi (il più lungo periodo di stagionatura minima di tutti i formaggio DOP), mentre non esiste una stagionatura massima imposta dal Disciplinare di produzione.

Friabile, estremamente solubile e dalla forte personalità, il Parmigiano Reggiano 40 mesi è apprezzato e utilizzato dai cuochi di tutto il mondo come ingrediente per dare un tocco di umami ai piatti. Solo la degustazione in purezza, tuttavia, riesce a trasferire al naso e al palato tutta la complessità e le caratteristiche organolettiche di questo formaggio: dalle note speziate, in particolare noce moscata e pepe, a quelle di frutta secca, fino al brodo di carne.

“Lo scopo del Progetto Premium ‘40 mesi’ – ha affermato Nicola Bertinelli, presidente del Consorzio Parmigiano Reggiano – è promuovere lo sviluppo di un nuovo segmento di mercato a lunga stagionatura. Il Consorzio punta a raggiungere l’obiettivo introducendo una specifica selezione di qualità a garanzia del consumatore e agevolando, anche economicamente, i caseifici che decideranno di aderire all’iniziativa. Di fatto, il Consorzio vuole operare da ‘acceleratore’ di un trend che è anche un’opportunità per i produttori”.

“Il Progetto – ha aggiunto Bertinelli – parte dal lato dell’offerta offrendo un incentivo ai caseifici per trattenere sulle loro scalere 30 mila forme che oggi hanno 24 mesi e 70 mila forme delle produzioni 2018. Il tutto affinché questo prodotto non finisca sul mercato prima del dovuto. Lavorando in comunicazione, di concerto con la gdo, puntiamo a portare sugli scaffali uno stagionato 40 mesi per Natale 2020. L’importanza del nuovo Progetto si può facilmente intuire dai numeri: al momento del lancio sono già 56 i caseifici aderenti, per un totale provvisorio di oltre 31 mila forme”.

Il Progetto “40 mesi” agirà in concerto con le altre politiche del Consorzio – dalla nuova campagna pubblicitaria alle iniziative di trade marketing – per sviluppare le vendite dirette dei caseifici e per contenere l’offerta di prodotto, in modo da mantenere le condizioni di equilibrio di mercato.



L'evento di presentazione del Progetto Premium "40 mesi" è stata anche l'occasione per premiare i caseifici della Nazionale del Parmigiano Reggiano, reduci da un World Cheese Awards da record. Nel corso dell'ultima edizione che si è tenuta lo scorso ottobre a Bergamo, la Nazionale - composta da 86 caseifici provenienti da tutte le province del comprensorio – ha vinto 110 medaglie tra cui 4 Super Gold. Il Parmigiano Reggiano (25 mesi) della Latteria Santo Stefano di Parma è riuscito ad aggiudicarsi il secondo posto assoluto tra 3.804 formaggi provenienti da 42 paesi.

Press Info

Fabrizio Raimondi - Consorzio Parmigiano Reggiano – Ufficio Stampa e Relazioni Esterne
mobile +39 335 389848 raimondi@parmigianoreggiano.it