

Gazzetta di Parma (https://www.gazzettadiparma.it/sezioni/113/gazzetta-di-parma) » Home (https://www.gazzettadiparma.it/)



ALIMENTARE

Parmigiano Reggiano: vendite ed esportazioni in crescita. Giro d'affari al consumo record: 2,9 miliardi di euro

Parma è prima provincia per produzione. A Milano la presentazione dei dati



CRONACA DI PARMA
(https://www.gazzettadiparma.it/sezioni/162/parma)

X Chiudi

(https://adclick.g.doubleclick/Q4T3L_DCzC5w4_hDXzvpG_x_yDWbhdFznx0eFQPBv0iUhrn23d-tOtGRbKir3LpVbCn0GULnFA0zrL9BiMkM0pxel

fanalino di coda e quindi enorme potenziale di sviluppo, attestandosi al 9,2% del totale. Il restante 11% è distribuito negli altri canali di vendita. Nei mercati, la quotazione del Parmigiano Reggiano ha registrato nel 2022 una media annua di 10,65 euro al chilo (Parmigiano Reggiano 12 mesi da caseificio produttore), in aumento rispetto al 2021, quando si era attestata a 10,34 euro al chilo. La produzione è in lieve calo rispetto al 2021, anno nella storia in cui si sono prodotte più forme in assoluto: 4,002 milioni di forme vs 4,091 milioni (-2,2%).



NUOVO DACIA DUSTER ECO-G BENZINA + GPL

A marzo con Dacia ALL-IN da 199 € al mese. Anticipo 4.800 €, TAN 6,99%, TAEG 8,57% 36 rate Rata Finale 13.041 €.

SCOPRI

Tra le province della zona di origine, prima per produzione è Parma (1.357.224 forme vs 1.419.179, -4,37%), seguita da Reggio Emilia (1.245.159 forme vs 1.302.555, -4,41%), Modena (849.145 forme vs 824.551, +2,98), Mantova (455.439 forme vs 442.659, +2,89) e Bologna (95.303 forme vs 102.200, -6,75%). Con un investimento totale di 18,6 milioni di euro stanziato per lo sviluppo dei mercati nel 2023, Parmigiano Reggiano si avvia a diventare sempre più un vero brand globale, pronto ad affrontare gli ostacoli posti da mercati estremamente vasti, ricchi di prodotti d'imitazione e caratterizzati da una marcata confusione al momento dell'acquisto. Proprio per questo, il Consorzio sta lavorando assiduamente per valorizzare la distintività della Dop, fornendo al consumatore più informazioni sulle sue caratteristiche: la stagionatura, la provenienza, il processo produttivo e il gusto, tutti particolari che offrono l'opportunità di differenziarsi dai concorrenti. Un caso esemplare è quello del Regno Unito, il quarto mercato export con 6.570 tonnellate, caratterizzato da forti contraddizioni originate dalla Brexit, con un calo del -1% sul 2021. In quest'ottica, si collocano sia il bando di gara per attività di promozione lanciato

GAZZETTA DI PARMA (https://www.gazzettadiparma.it/)

(https://edicola.gazzettadiparma.it/) 18YxtQk-vz0YmWS-

Non sei abbonato? **Abbonati** (https://www.gazzettadiparma.it/sezioni/288/abbonamenti-privati?who=private) 9pY4Yw_cIUwuY_3TIqzbllo
www.colser.com



(https://www.gazzettadiparma.it/clickhere.jsp?id=105&mode=adv&l=https%3A%2F%2Fwww.gazzettadiparma.it%2Fp



(https://www.gazzettadiparma.it/spettacoli/2023/03/20/video/sgarbi-in-tv-quelle-del-2000-sono-tutte-tr-la-figlia-io-sono-di-quell-anno-poi-le-scuse-ma-scoppia-la-bufera-video-701649/)

Sgarbi in tv": "Quelle del 2000 sono tutte tr...". La figlia: "Io sono di quell'anno". Poi le scuse, ma scoppia la bufera - Video (https://www.gazzettadiparma.it/spettacoli/2023/03/20/video/in-tv-quelle-del-2000-sono-tutte-tr-la-figlia-io-sono-di-quell-anno-poi-le-scuse-ma-scoppia-la-bufera-video-701649/) X Chiudi

(https://adclick.g.doubleclick
Q4T3L_DCzC5w4_hDXzvpG
x_yDWbhdFznx0eFQPBv0iU
hrn23d-tOtGRbKir3LpVbCr
oGULnFA0zrL9BiMkM0pxel

GAZZETTA DI PARMA
(https://www.gazzettadiparma.it)
europea (valore totale stimato del progetto: oltre 3 milioni di euro in tre anni), sia la prima campagna pubblicitaria televisiva in UK, con uno spot il cui protagonista è Gennaro Contaldo, chef italiano amatissimo dal pubblico inglese e maestro di Jamie Oliver, nonché brand ambassador del Consorzio, andato in onda sui canali ITV, Channel 4 e Sky.

"Il 2022 è stato un anno senza precedenti per il Parmigiano Reggiano: tanto per i risultati conseguiti, con un +2,6% di vendite e un +3% di esportazioni, quanto per le sfide che ha posto per il nostro futuro - ha detto Nicola Bertinelli, presidente del Consorzio -. Siamo riusciti ad affrontarlo grazie alla nostra capacità di essere una squadra, e così dobbiamo continuare a fare nel 2023. I dati di inizio anno sono estremamente incoraggianti: nei due mesi di gennaio-febbraio, le vendite nel canale GDA in Italia hanno segnato un +15,1% rispetto allo stesso periodo del 2022. Il Consorzio deve dunque assumersi sempre più la responsabilità di diventare la cabina di regia dell'intera filiera, lavorando con gli operatori e le catene distributive per sostenere i consumi nel corso di un anno in cui viene commercializzato il picco di produzione più alto nella storia della Dop, quello del 2021, con un piano articolato di investimenti in comunicazione e sviluppo domanda sia in Italia, sia soprattutto sui mercati esteri". "Dobbiamo continuare a mantenere il Parmigiano Reggiano a un prezzo concorrenziale, in modo che sia accessibile alle famiglie, e a difendere la redditività delle aziende, che hanno già subito l'aumento dei costi di produzione - ha aggiunto Bertinelli -. Questa incertezza economica va governata insieme, passando dalla logica del singolo caseificio a quella del 'noi' del Consorzio, per creare nuovi sbocchi di mercato e garantire il futuro della Dop".

© Riproduzione riservata

In questo articolo PARMIGIANO REGGIANO (TAG/ Parmigiano-Reggiano)



(https://www.gazzettadiparma.it/gusto/2023/03/22/ristorante/aero-

ACCEDI

t8YxtQk-vz0YmWS-

9pY4Yw_c1UwuY_3TIqzbllo

p://www.colser.com)

GUSTO

(https://www.gazzettadiparma.it/sezioni/137/gusto)

X Chiudi