



EVOLUZIONE di un PRODOTTO TIPICO

LE NUOVE OPPORTUNITA' DA ESPLORARE

Nicola Bertinelli

Presidente Consorzio del formaggio Parmigiano Reggiano

14 Giugno 2019

COS'E' UNA DOP



PRODUZIONE

CONTROLLO
QUALITA'



STAGIONATURA

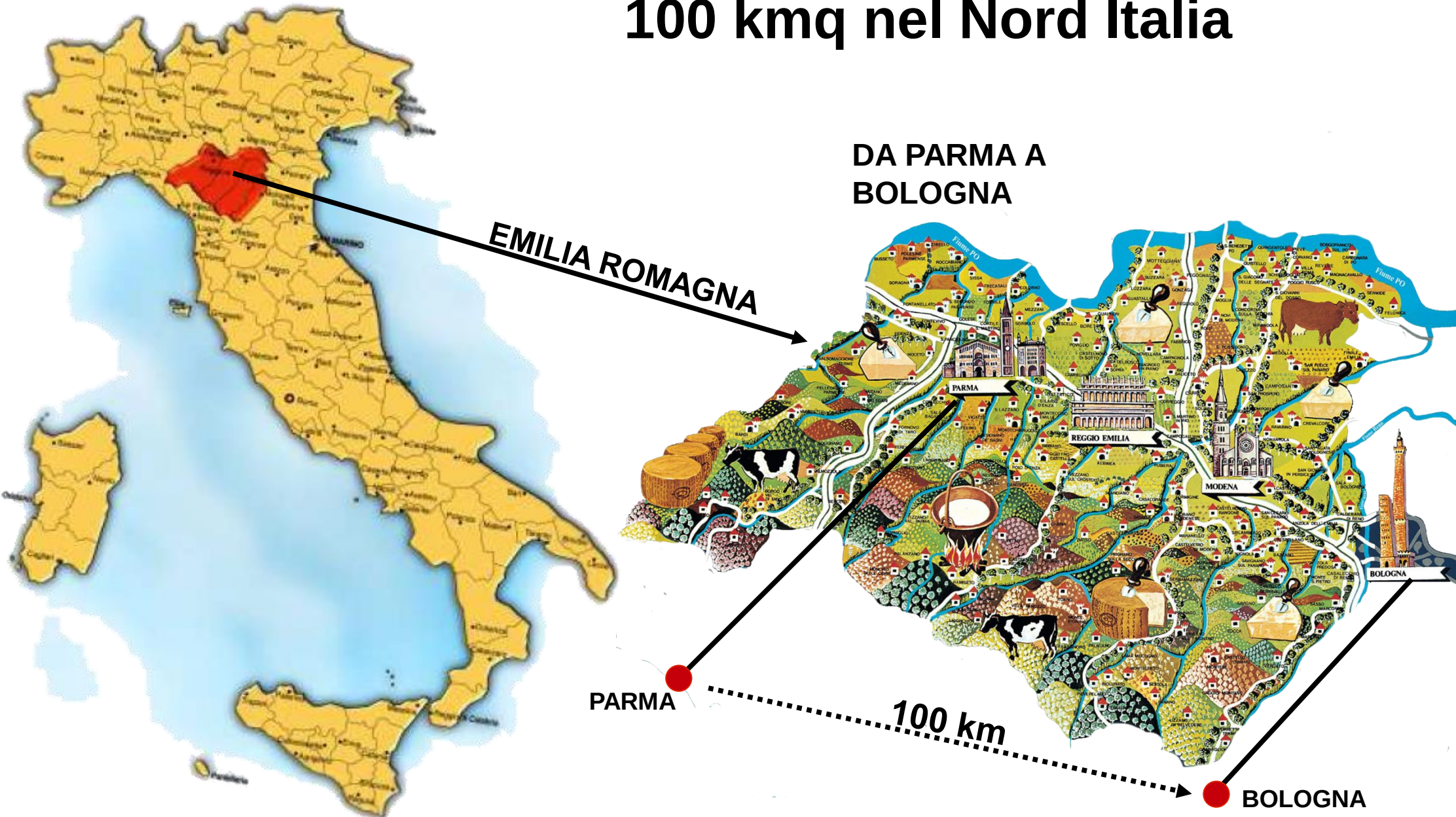


PRODOTTO



DOVE SI PRODUCE

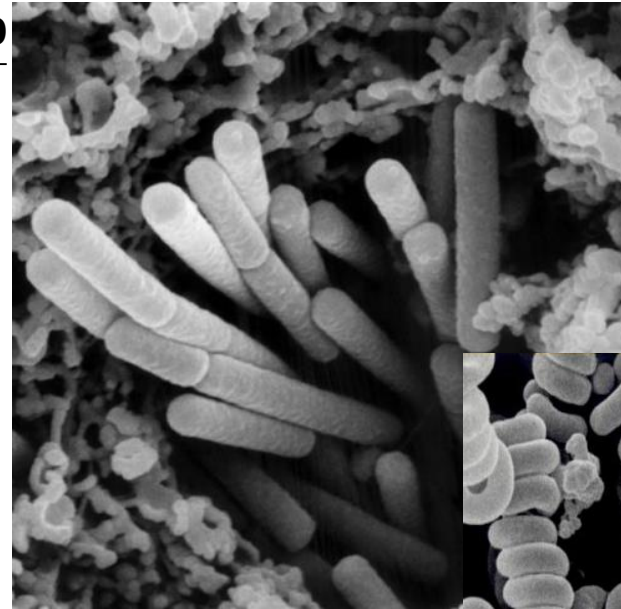
L'area di origine ... appena
100 kmq nel Nord Italia



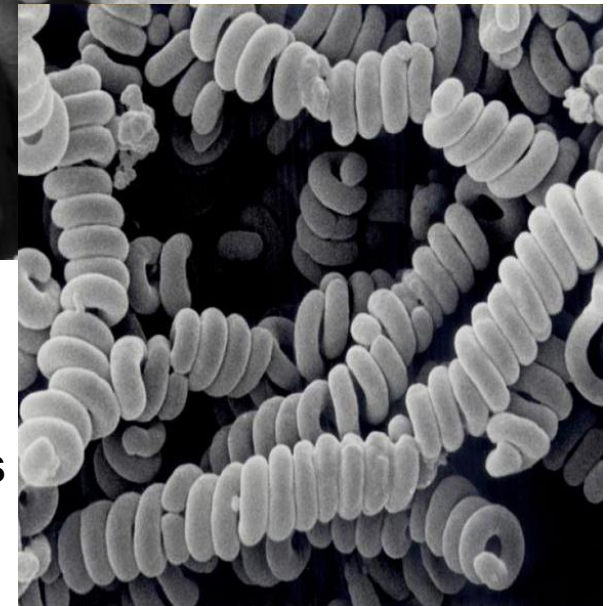
PERCHE' SI PRODUCE SOLO QUI'?

In questa piccola area si coltiva l'erba medica per alimentare le bovine e solo qui il fieno e l'erba contengono i batteri «buoni» che rendono possibile il Parmigiano Reggiano

L. helveticus spp



L.delbrueckii sup bulgaricus

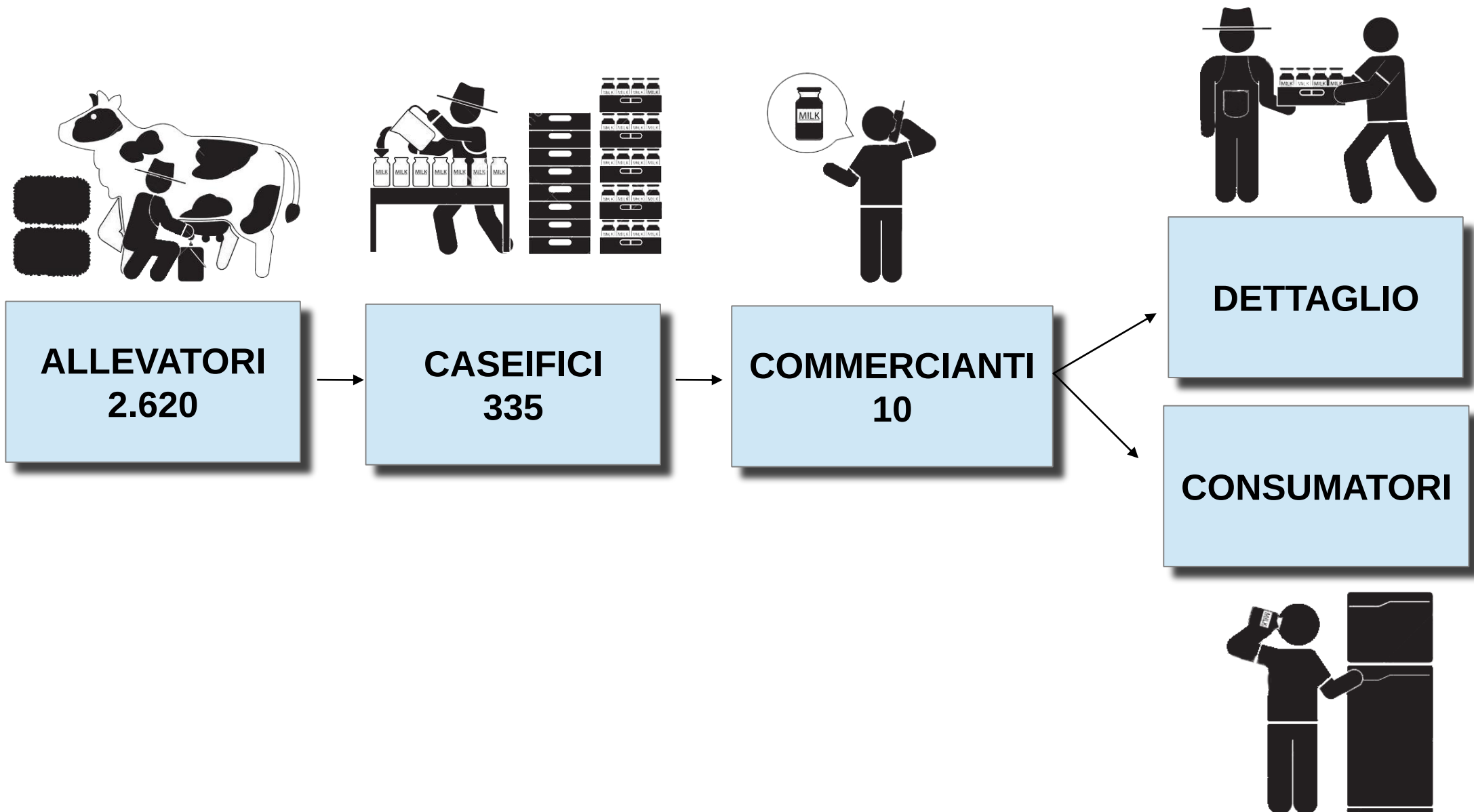


QUAL'E' IL SEGRETO CHE LO RENDE UNICO?

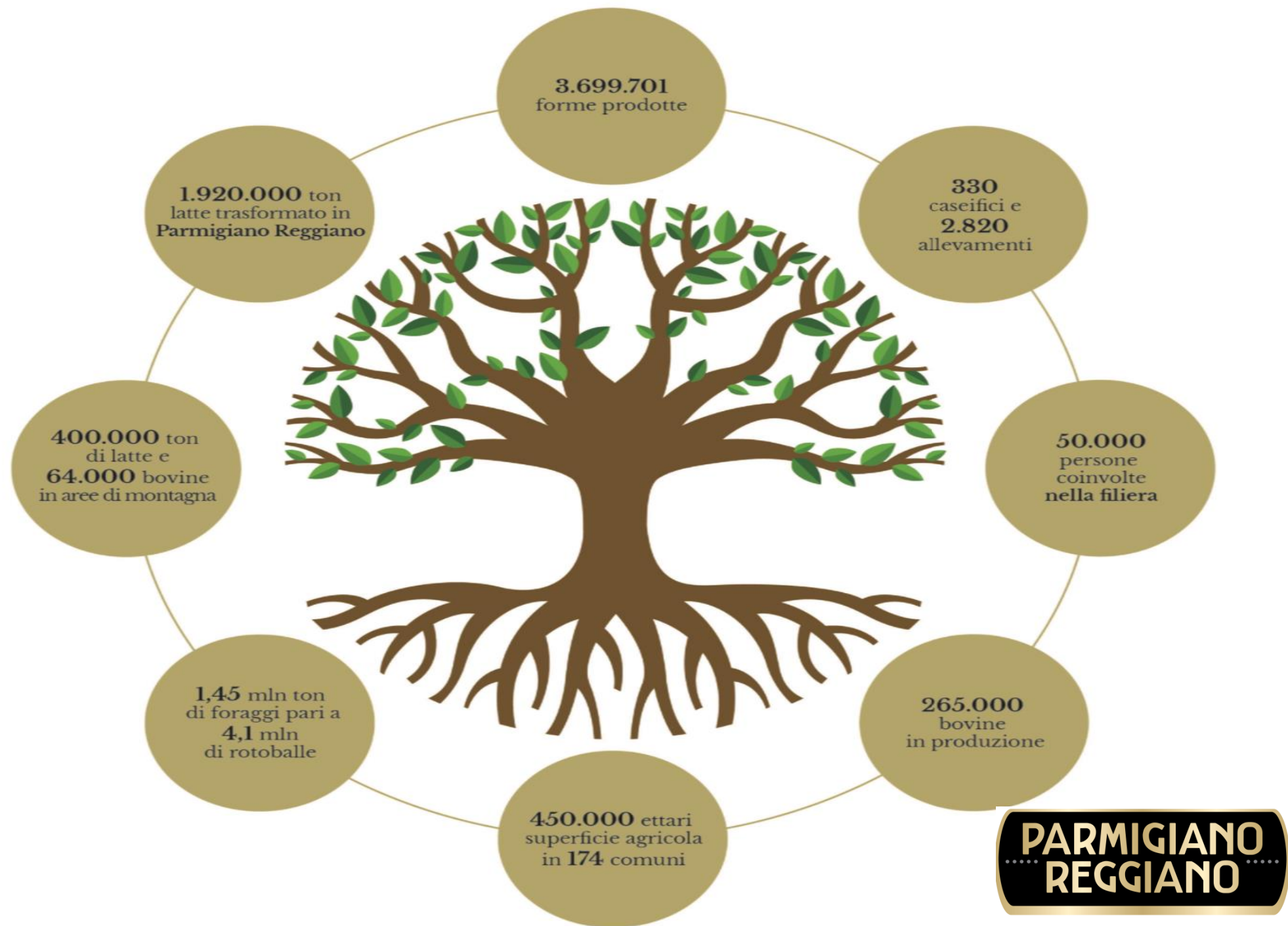
Il «segreto» del Parmigiano Reggiano è una tecnica che permette di mantenere vitali e trasferire i «batteri buoni», responsabili del gusto unico del formaggio, dall'erba, alle bovine, al latte e infine al formaggio. Questo è il segreto del gusto e aroma unico.



QUANTO CONTA LA DOP PER IL TERRITORIO?



QUANTO CONTA LA DOP PER IL TERRITORIO



I NUMERI DEL PARMIGIANO REGGIANO

1,5 miliardi di euro valore ai caseifici

2,5 miliardi di euro, valore al consumo

I NUMERI DEL PARMIGIANO REGGIANO

Per valore economico è il prodotto DOP italiano più importante tra vini e food

L'Emilia Romagna è la regione con maggior valore economico di prodotti DOP

Parma è la provincia italiana con maggior valore economico di prodotti DOP

Parmigiano Reggiano è il prodotto DOP con la più elevata reputazione di marca (indagine Ipsos 2018)

IL VALORE DELLA DOP per il PRODUTTORE

La differenza da tante altre attività economiche, è che il fatturato di una Dop diventa “reddito” per il territorio, e l’attività non può essere delocalizzata !!

Reddito

- Prezzo del Latte (75 € Vs 39 € Vs 20 €/qle)

Patrimonio

- Valore dei terreni (45.000 €/ha)
- Quota Latte PR (70€/q) (1.2 Mld di Valore)

UNO MODELLO ... SOSTENIBILE

Non solo Occupazione.....
Non solo Valore Economico.....

MA ANCHE TUTELA

del **Territorio** (30% Montagna)
della **Biodiversità** (*razze autoctone:*
Vacca rossa, Bianca Modenese, Bruna)
del **Paesaggio** (Bellezza dei Luoghi)

DA PIACENZAa PARMA



..... A PARMA ... CAMBIA IL PAESAGGIO

OLTRE 200 SPECIE ENTOMOLOGICHE



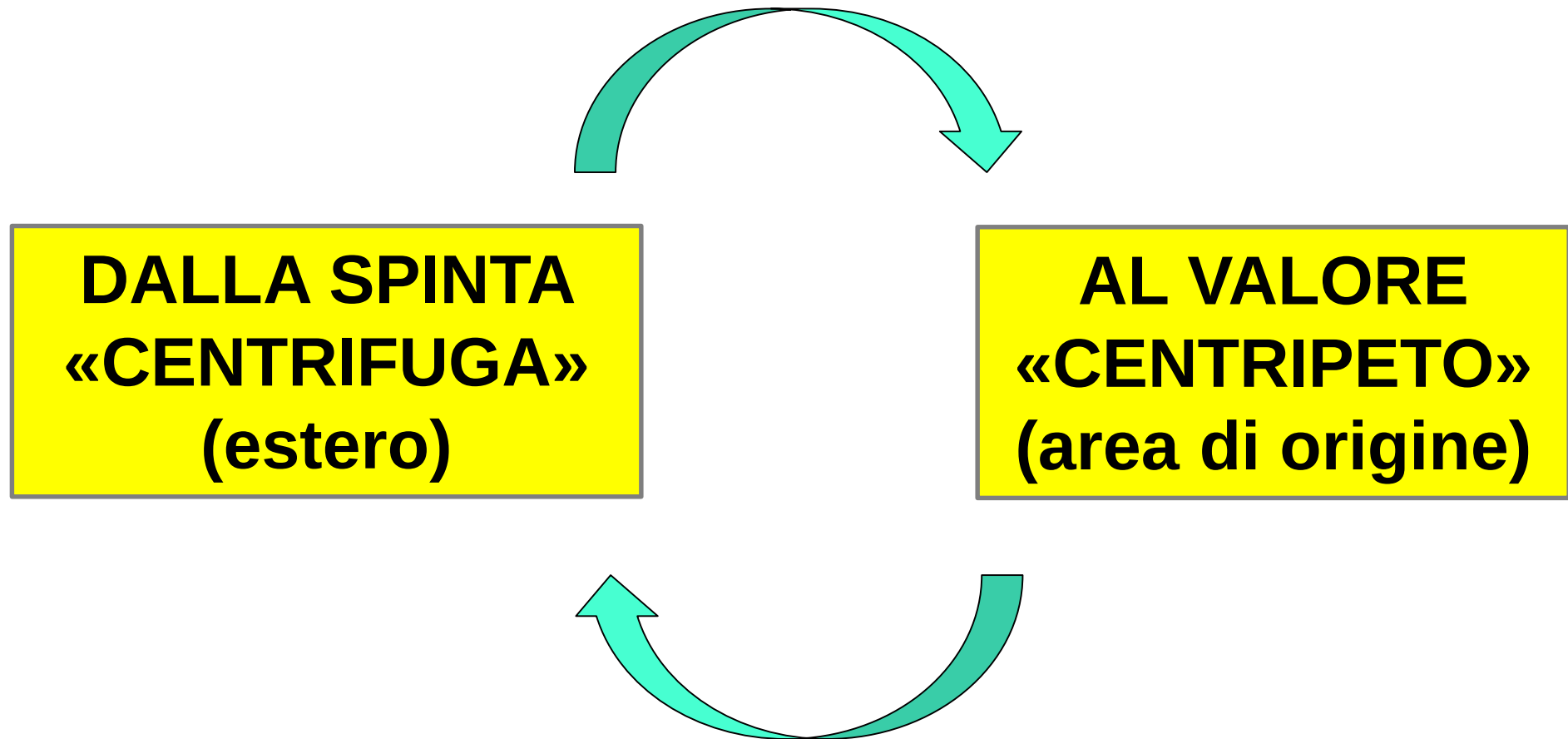
..... A PARMA ... BIODIVERSITA'



..... A PARMA ... BIODIVERSITA'



IL FENOMENO IN CORSO...



L'AZIONE «CENTRIFUGA»

**LA CRESCITA NEI MERCATI ESTERI E' IL «MOTORE»
CHE HA PERMESSO ALLA PRODUZIONE DI
PARMIGIANO DI CRESCERE E PROSPERARE**

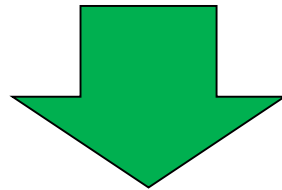
- **Crescita export annua: circa +5%**
- **Quota Export: 40% della produzione**

**GRAZIE ALL'EXPORT ESISTONO MILIONI DI
CONSUMATORI INNAMORATI DEL PRODOTTO**

LOVE BRAND

L'AZIONE «CENTRIFUGA» TORNA «A CASA»

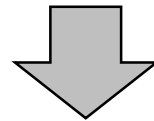
Da prodotto NOTO (Awareness) , il
PARMIGIANO REGGIANO è diventato
e deve diventare sempre più un
LOVE BRAND



I seguaci di una LOVE BRAND del cibo,
aspirano prima di tutto a **scoprire dove il
prodotto nasce e come viene fatto**

L'AZIONE «CENTRIPETA» ... IL «MAGNETE»

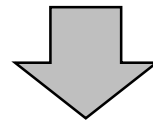
I successi del «brand» Parmigiano Reggiano aprono nuove opportunità per lo sviluppo dell'economia turistica nel territorio



**Indagine Osservatorio del Turismo 2014
(su 700 tour operators)**

**«La cucina e la cultura gastronomica» è la prima
motivazione di attrazione dell'Italia come meta turistica**

Opportunità



- **Per il «business» dell'accoglienza diretta dei caseifici**
- **Sviluppo di flussi di turismo culturale legato al cibo nelle zone di origine (Parma, Reggio Emilia, Bologna, Modena, Mantova)**

LIFE STYLE BRAND ... DOVE VORREI VIVERE



IL FUTURO

Per il **TERRITORIO**

Life Style Brand

(luogo dove vorrei vivere)

- Attrarre investimenti
- Fondi d'Investimento

Per il **PRODOTTO**

Modelleo Champagne

- Le Maisons

UN CONSORZIO AL PASSO DELLA DOP

Da Ministero della Dop

- Tutela
- Vigilanza
- Promozione Istituzionale



Gestore della MARCA

- Crescere il Valore (Reg 1151/12)
- Ente Economico
- Tutto meno la Commercializzazione

Reg. UE 1151/2012

TITOLO II

DENOMINAZIONI DI ORIGINE PROTETTE E INDICAZIONI GEOGRAFICHE PROTETTE

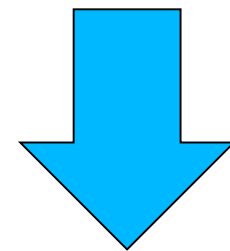
Articolo 4

Obiettivo

È istituito un regime di denominazioni di origine protette e di indicazioni geografiche protette al fine di aiutare i produttori di prodotti legati a una zona geografica nei modi seguenti:

- a) garantendo una giusta remunerazione per le qualità dei loro prodotti;
- b) garantendo una protezione uniforme dei nomi in quanto diritto di proprietà intellettuale sul territorio dell'Unione;
- c) fornendo ai consumatori informazioni chiare sulle proprietà che conferiscono valore aggiunto ai prodotti.

Ruolo del Consorzio ?



Revisione STATUTO



INNOVAZIONE
Del
PRODOTTO TIPICO