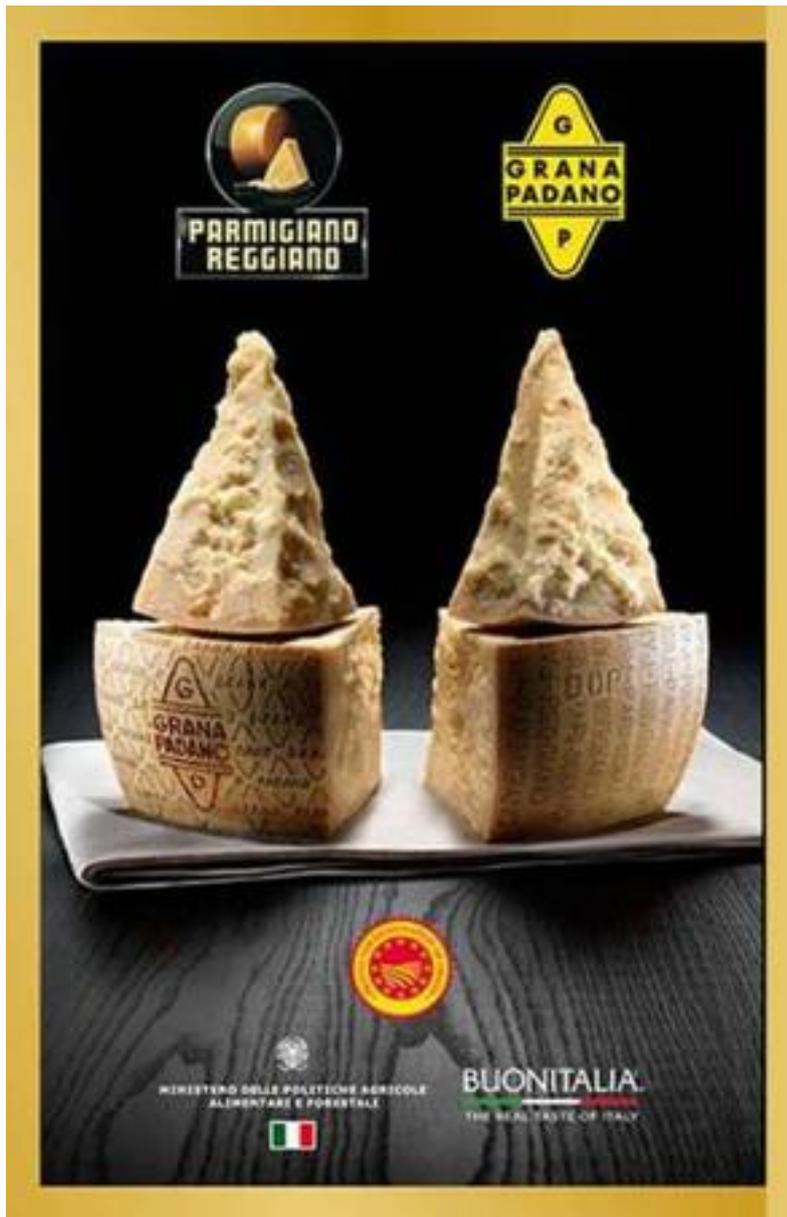


Matrimonio speciale a New York

Valentina Barretta & Sibilla Serra (March 31, 2010)



Parmigiano Reggiano e Grana Padano ospiti d'onore del Madison Square Garden. I due marchi italiani hanno annunciato una partnership per combattere la falsificazione dei prodotti italiani che comincerà con la sponsorizzazione di Buonitalia nell'aprile 2010 e si concluderà nel giugno 2011.

Si può dire che nello stesso giorno il [Madison Square Garden](#) [2] è stato teatro di due importanti partite, sia pure molto diverse. Quella dei [New York Knicks](#) [3] contro i [Denver Nuggets](#) [4] e quella del [Parmigiano Reggiano](#) [5] - non proprio contro - il [Grana Padano](#) [6].

Il Parmigiano Reggiano e il Grana Padano, considerati storici concorrenti si sposano, hanno infatti deciso di giocare una partita come unica squadra e collaborare nel lancio di una campagna contro la falsificazione dei prodotti italiani negli Stati Uniti.

L'iniziativa fa parte di una serie di operazioni di marketing sponsorizzate da [Buonitalia SpA](#) [7], società del [Ministero delle Politiche Agricole](#) [8] per la promozione del settore agroalimentare, volte a favorire la promozione del Made in Italy nel Paese. L'esportazione dei prodotti a marchio italiano, infatti, è minacciata dalla diffusione di merci "Italian sounding", falsi di qualità inferiore, spesso più venduti di quelli originali per la competitività del prezzo. Basti pensare, ad esempio, che nel 2008 il valore delle vendite di prodotti a marchio italiano negli USA (3.5 miliardi di USD) è stata inferiore di 1 miliardo a quella dei prodotti contraffatti (4.5 miliardi di USD).

Essendo il formaggio un ingrediente immancabile nelle ricette italiane, non stupisce dunque che due dei nomi più importanti nel settore, il Grana Padano ed il Parmigiano Reggiano, si siano uniti per combattere insieme questa battaglia. Con le dovute accortezze, sia ben inteso...

Se infatti in Italia Parmigiano e Grana, solitamente considerati concorrenti, differiscono per alcune caratteristiche di produzione, e si collocano in fasce di acquisto differenti, in America invece, il termine "parmesan" confonde le acque e ha un significato generico, che prescinde spesso dalle certificazioni "denominazione d'origine protetta" e "indicazione geografica protetta". Ecco dunque che la distinzione tra i due marchi sul suolo statunitense rimane per entrambi un sistema di garanzia necessario per renderne più efficace e efficiente la promozione. Non ci resta che osservare per capire come i due marchi riusciranno a promuoversi contemporaneamente, concordare eventualmente una medesima fascia di prezzo, e allo stesso tempo combattere l'espansione dei fake products.

Certo si tratta di una grande sfida in un Paese con abitudini alimentari molto diverse da quelle italiane ma che, va detto, è sempre più sulla strada di un'alimentazione salubre che segue i canoni della dieta mediterranea. E così, attraverso un'accurata analisi del target e del mercato americano, Buonitalia è riuscita a delineare i comportamenti dei consumatori, i cosiddetti "foodies", e ad individuare le opportunità e le problematiche che chiunque si indirizzi verso una vendita al dettaglio deve affrontare.

La co-promozione dei due brand inizierà nell'aprile di quest'anno e si concluderà nel giugno 2011, coinvolgendo le più importanti catene di supermercati degli Stati Uniti, tra cui [Costco](#) [9], [Whole Foods](#) [10] e [Wegmans](#) [11].

"L'obiettivo comune è contrastare le imitazioni e smascherare i cosiddetti prodotti italian sounding", ha dichiarato Cesare Baldrighi, Presidente del Consorzio per la tutela del Formaggio Grana Padano. "Attualmente il Grana Padano e il Parmigiano Reggiano esportano negli Stati Uniti oltre 60.000 tonnellate, rispettivamente il 5% e il 9% della produzione totale", ha continuato Leo Bertozzi, Direttore del Consorzio del formaggio "Parmigiano Reggiano" " e attraverso questa partnership strategica, si auspica un aumento notevole dell'allargamento del mercato statunitense".

Mentre i presidenti dei consorzi dei due formaggi descrivevano con entusiasmo la neo-nata alleanza, un invitante buffet, servito da chef d'eccezione come [Cesare Casella](#) [12] e [Fortunato Nicotra](#) [13], faceva da contorno all'insolito evento. Prelibati e raffinatissimi piatti a base di legumi e vino bianco, incarnazione della natura e della tradizione italiana, accompagnavano i discorsi degli ospiti che, con evidente golosità, gustavano saporiti pezzetti di Parmigiano e Grana.

Una serata all'insegna dei più classici sapori e profumi della cultura culinaria italiana al Madison Square Garden. E tra un assaggio e l'altro, non è mancato chi ha voluto ricordare le origini popolari del prodotto principe dell'evento. La leggenda narra di come un pastore nel III millennio A.C. avesse messo del latte in uno stomaco di pecora, dando origine alla prima forma di questo formaggio. Il



prodotto si diffuse rapidamente tra tutti i popoli del Mediterraneo e soprattutto in Italia, dove i produttori ebbero cura di tramandarne le modalità e le tecniche di produzione di generazione in generazione, fino a farlo diventare uno dei formaggi caratteristici del Paese. Un gusto inimitabile testimoniato oggi giorno, con accenti diversi, da Grana Padano e Parmigiano Reggiano.

E se, come scrive Jean de La Fontaine "questa lezione val bene un pezzo di formaggio", andate pure... comunque decidiate di provarlo, gustatene lentamente la consistenza, l'odore, il sapore... Chiudete gli occhi, e sentite tutto il gusto del Made in Italy accarezzarvi la bocca...

Related Links: <http://www.parmigiano-reggiano.it/> [5]
<http://www.granapadano.com/> [6]
<http://www.thegarden.com/> [2]

Source URL: <http://ftp.iitaly.org/magazine/article/matrimonio-speciale-new-york>

Links

- [1] <http://ftp.iitaly.org/files/par1270068712.jpg>
- [2] <http://www.thegarden.com/>
- [3] <http://www.nba.com/knicks/>
- [4] <http://www.nba.com/nuggets/>
- [5] <http://www.parmigiano-reggiano.it/>
- [6] <http://www.granapadano.com/>
- [7] <http://www.buonitaliaspa.it/>
- [8] <http://www.politicheagricole.it/default.html>
- [9] <http://www.costco.com/>
- [10] <http://www.wholefoodsmarket.com/>
- [11] <http://www.wegmans.com/webapp/wcs/stores/servlet/HomepageView?storeId=10052&catalogId=10002&langId=-1&clear=true>
- [12] <http://www.salumeriarosi.com/>
- [13] <http://www.felidia-nyc.com/>