PARMAREGGIO

Un nuovo logo e una gamma rinnovata per un Parmigiano Reggiano sempre più protagonista

Il Parmigiano Reggiano è un mito del patrimonio agroalimentare italiano: basti pensare alla sua storia millenaria, alla sua diffusione in tutto il mondo, ai reiterati tentativi di imitarlo. Tra i protagonisti di questa produzione di assoluta eccellenza, garantita da un Consorzio istituito già nel lontano 1934, vi è il Gruppo Granterre. Una grande realtà produttiva che ha contribuito a promuovere una forte e auspicata integrazione in un comparto molto destrutturato, che necessitava non solo di una maggiore integrazione, ma anche di una riorganizzazione dell'offerta. Non a caso, Parmareggio e Unigrana, parte del Gruppo Granterre, rappresentano insieme il 18,5% (Fonte Databank 2005), ovvero la fetta più rilevante di un mercato del Parmigiano Reggiano assai frammentato. In particolare, Parmareggio è l'impresa leader, con una market share pari all'11,8%.

Alta qualità e servizio

Parmareggio spa opera nel largo consumo ed è azienda leader nel mondo per la commercializzazione del Parmigiano Reggiano. Le sue attività vanno dalla stagionatura e confezionamento del Parmigiano Reggiano, al confezionamento di altri formaggi, alla produzione e confezionamento di grattugiati. Forte di questa leadership, Parmareggio ha deciso di rilanciare la propria offerta, per riaffermarsi "n. 1" non solo in qualità, ma anche in servizio ai consumatore finale. Naturalmente, alla base di questo progetto vi è una approfondita analisi del mercato e del vissuto del Parmigiano Reggiano da parte dei consumatori.
Quanto al mercato, sono emerse non solo caratteristiche strutturali, quali le sue grandi dimensioni, il forte potere contrattuale della gd e la competizione molto frammentata, ma anche una bassa incidenza di valori fondamentali, quali la segmentazione, l'innovazione, il servizio.
E veniamo al consumatore. La ricerca di Icon Added Value (aprile 2005) ha evidenziato sostanzialmente tre indicatori: il Parmigiano Reggiano è sempre considerato un prodotto straordinario; il consumatore accetta e utilizza il sottovuoto anche se è migliorabile; il consumatore, di fronte all'attuale offerta, manifesta difficoltà di scelta. In sostanza, i consumatori chiedono di essere "aiutati nella scelta", soprattutto attraverso informazioni che indichino l'origine, il gusto e la stagionatura, insieme a confezioni con maggiore contenuto di servizio.

Logo e gamma tutti nuovi

In questo scenario, Parmareggio intende affermarsi con forza quale "prima marca" di Parmigiano Reggiano capace di interpretare e soddisfare tutte le esigenze del consumatore.
Il nuovo logo. A tal fine, la società ha deciso di "firmare" i suoi prodotti con un logo tutto nuovo, che mette in primo piano non solo il prodotto, ma l'immagine di un uomo che racchiude in sé valori fondamentali. Il "Sig. Parmareggio", infatti, rappresenta il proprietario titolare dell'azienda; è trasparente, rassicurante, garante della qualità dei suoi prodotti; ha grande conoscenza del proprio lavoro e quindi è in grado di dare suggerimenti sulle caratteristiche dei suoi prodotti, in termini di stagionatura, qualità e modalità di utilizzo. In una parola, il Sig. Parmareggio è il Maestro del Parmigiano Reggiano.
La strategia. Per soddisfare efficacemente i bisogni espressi dal consumatore, Parmareggio ha messo a punto due linee di Parmigiano Reggiano:
Dal Cuore delle Colline Emiliane è una proposta della migliore produzione delle colline, per sviluppare un nuovo segmento di altissima qualità;
Selezione Granterre è una linea di prodotti in grado di valorizzare il cuore del mercato.
Parmareggio propone una nuova gamma di Parmiggiano Reggiano, che si seg-

© Editoriale Largo Consumo

menta in quattro stagionature e quindi quattro gusti, per offrire varietà di scelta e rispondere al meglio alle diverse esigenze gastronomiche e di consumo.

L'innovazione. Inutile dire che il nuovo assortimento Parmareggio si distingue per un forte contenuto di innovazione, che si concentra su due fronti:

• le nuove confezioni, per i materiali e le immagini utilizzate;

• le nuove destinazioni di consumo, per dare più servizio e valore al prodotto.

I nuovi prodotti

Parmareggio rivoluziona la categoria del Parmigiano Reggiano con un'offerta veramente innovativa:

- **Parmigiano Reggiano da pasto**. Parmareggio da pasto, la prima proposta di Parmigiano Reggiano *per il consumo a tavola*, un'alternativa naturale, leggera e nutriente ai secondi piatti tradizionali.

- **Parmareggio Fior di Spicchi**. È una proposta innovativa per stimolare i consumi, ideale per la merenda e l'aperitivo, 120 grammi di Parmigiano Reggiano in 8 comodi spicchi.

- **Parmareggio Crema di Parmigiano Reggiano**. Morbida crema spalmabile di solo Parmigiano Reggiano senza aggiunta di conservanti. È un prodotto pensato per il fuori pasto e per condire i piatti più prelibati. È pensata anche per rispondere alle esigenze di responsabili d'acquisto attente all'alimentazione dei loro bambini

- **Parmareggio Parmigiano Reggiano grattugiato in vaschetta formaggiera**. La qualità del Parmigiano Reggiano grattugiato Parmareggio unita alla praticità di una vaschetta da portare in tavola per un prodotto dall'alto contenuto di servizio. Una referenza pensata per dare valore alla categoria.

- **Parmareggio Parmigiano Reggiano grattugiato in vaschetta monodose 4x25 grammi**. La qualità del Parmigiano Reggiano grattugiato Parmareggio unita alla praticità di una vaschetta per offrire al consumatore una risposta molto innovativa alla domanda di value for money. Una referenza assolutamente distintiva per il segmento dei grattugiati.

Leader nel confezionamento e commercializzazione del Parmigiano Reggiano, Parmareggio rilancia la sua gamma, firmandola con un logo e un pack rinnovati e segmentandola in modo da soddisfare le esigenze dei consumatori in fatto di qualità e destinazione d'uso, dando più servizio e valore al prodotto.

Avviare e gestire il cambiamento

Parmareggio si attende molto da questa grande e profonda operazione di rinnovamento del proprio assortimento e, più in generale, della propria strategia. "Un progetto – sottolinea Paolo Micheli, presidente Parmareggio – nato dalla convinzione che, a fronte di uno scenario socio-economico sempre più complesso e difficile, fosse opportuno avviare e gestire il cambiamento, piuttosto che essere costretti a rincorrerlo". In questo modo, l'azienda ha valorizzato il ruolo di un prodotto che è e resta straordinario, i cui valori nutrizionali eccezionali ne fanno un alimento unico e insostituibile nella dieta quotidiana. E ha definito una gamma di prodotti distintivi di Parmigiano Reggiano, sia per le caratteristiche organolettiche oggettive, sia per il loro valore percepito: perfette per soddisfare tutte le esigenze dei diversi target e occasioni di consumo.

Gruppo Granterre: un modello di economia industriale

Il Gruppo Granterre rappresenta sicuramente un modello originale di economia industriale, capace di costruire reti: un bisogno forte del Paese e, in particolare, del comparto agroalimentare. Pilastri del Gruppo sono il Consorzio Granterre, Unigrana spa e Parmareggio spa, unite insieme con numerose altre società in una struttura di filiera che copre ogni segmento, dalle materie prime alla produzione, dal confezionamento alla commercializzazione. Si tratta ovviamente di una realtà di dimensioni a dir poco considerevoli. Basti pensare che il Consorzio Granterre riunisce 278 soci: 73 caseifici in rappresentanza di circa 1.600 imprese agricole, che forniscono latte, panne/burro e formaggio; 132 produttori singoli (latte e foraggio) e 73 sovventori (capitale). Granterre è un modello d'impresa "il cui valore materiale e immateriale è indivisibile e transgenerazionale – afferma Eros Valenti, presidente del Gruppo –, un modello che è insieme un sistema valoriale e una strategia di economia industriale".

Parmareggio spa
via Togliatti, 34/AB
42020 Montecavolo di Q.C. (Re)
Tel. 0522.245711
Fax 0522.245707
info@parmareggio.