

I valori del Prosciutto di Parma tornano a “farsi sentire” con una campagna radiofonica

Il Consorzio del Prosciutto di Parma – l’organizzazione fondata nel 1963 che riunisce i produttori (allora 23, oggi 164) che utilizzano e salvaguardano il metodo tradizionale di lavorazione – dedica abitualmente ingenti risorse anche alla comunicazione. Proprio a cavallo tra ottobre e novembre, il Consorzio è stato protagonista di una nuova campagna pubblicitaria. Rivolta a tutti i consumatori abituali e potenziali, la pianificazione per questo periodo dell’anno ha privilegiato il mezzo di comunicazione radiofonico.

La campagna radiofonica ha visto protagonisti nuovi soggetti da 15” ideati dall’agenzia di comunicazione Cayenne, che richiamano alcune caratteristiche tipiche della produzione del Consorzio, quali “naturalità”, “sicurezza”, “salubrità”, “versatilità”. Gli spot sono stati pianificati dal 19 ottobre all’1 novembre e dal 9 al 15 novembre sulle emittenti radiofoniche Rai, Radio Montecarlo, Radio Capital, RTL, Radio 105, Radio Kiss Kiss, Radio Italia solo musica italiana, RDS, Radio Dj, Radio 24, CNR, Radio 101. A completamento di questa campagna, è stata prevista anche una pianificazione di “citazioni” inserite, durante lo stesso periodo di pianificazione, in alcuni programmi radiofonici su Radio Italia solo musica italiana, RDS, Radio 101, radio Kiss Kiss e Radio 24.

Il Consorzio in cifre

Il Consorzio si occupa di molteplici attività, che riguardano la gestione e la salvaguardia delle regole produttive, la gestione della politica economica del comparto, la vigilanza e la tutela delle disposizioni di leg-

ge e dei regolamenti, la protezione del nome “Prosciutto di Parma” e del relativo marchio (Corona Ducale).

Il Consorzio si occupa inoltre della valorizzazione del prodotto in Italia e nel mondo sviluppando campagne di advertising e iniziative promozionali, e svolge un importante lavoro di assistenza alle aziende produttrici.

A riconoscimento di questo rigore, l’Unione europea ha attribuito la dop già nel 1996 al Prosciutto di Parma, una tra le prime in Europa.



Nel 2008 il Consorzio, la cui filiera è composta da 4.987 allevamenti suinicoli, 128 macelli e circa 3.000 addetti complessivi alla lavorazione, ha marchiato 9.771.000 Prosciutti di Parma.

Il valore alla produzione del Prosciutto di Parma si è attestato su 820 milioni di euro, per un giro d’affari al consumo pari a 1.700 milioni di euro. Le vendite in Italia si sono attestate su 1.300 milioni di euro al consumo in Italia; all’export sono andati 2.029.000 Prosciutti di Parma, per un fatturato export pari a 177 milioni di

euro. Il Preaffettato ha raggiunto lo scorso anno un totale vendite di 52 milioni di confezioni (1 milione di prosciutti), di cui 15 milioni in Italia e 37 milioni all’estero.



Consorzio del Prosciutto di Parma
Via Marco dell’Arpa, 8/b – 43100 Parma
Tel. 0521.246211 – Fax 0521.243983
www.prosciuttodiparma.com