

UOMINI E STRATEGIE

Largo Consumo 3/2006

Il Consorzio Agrario Parma, storica realtà imprenditoriale emiliana, lancia quest'anno una nuova linea di Parmigiano Reggiano e interviene sul suo "storico" Burro. Un impegno importante, che ci illustra il direttore del CAP Franco Seletti.

D. Come vede questo inizio d'anno, dal suo punto di osservazione, per il Consorzio e per i mercati in cui opera?

R. La forte trasformazione che il sistema agricolo sta attraversando, alla quale ha ampiamente contribuito la nuova PAC (Politica Agricola Comune) si ripercuote su tutti gli attori di mercato. Per ammortizzare gli effetti negativi sulle imprese agricole, il Consorzio Agrario Parma, in quanto fornitore di tutti i mezzi per l'agricoltura, ha avviato un progetto complesso e articolato in strumenti combinati e coordinati di natura tecnica, finanziaria e commerciale. Il formaggio Parmigiano Reggiano, dopo l'impennata d'orgoglio dell'ultimo periodo d'anno che peraltro ha anche consentito una riduzione delle giacenze, da alcune settimane osserva prezzi all'ingrosso stazionari, confermando il periodo di crisi. Ormai, i momenti di debolezza del settore si presentano a ciclicità sempre più frequente. Per questo, abbiamo inteso avviare il progetto di commercializzazione dai contenuti innovativi: strategico per il Consorzio Agrario Parma, ma anche per il sistema agroalimentare parmense.

D. Qual è la strategia alla base del lancio della nuova linea di Parmigiano Reggiano e del riposizionamento del Burro?

R. I presupposti nascono dalla volontà degli agricoltori parmensi di proporsi non solo come produttori, ma anche come operatori commerciali del Parmigiano Reggiano.

CONSORZIO AGRARIO PARMA

Sempre più protagonista con il progetto della nuova linea di Parmigiano Reggiano



Franco Seletti è direttore del Consorzio Agrario Parma, una delle maggiori realtà imprenditoriali dell'Emilia Romagna, con i suoi oltre 120 milioni di fatturato nel 2005, i circa 2.000 soci, gli 8.500 clienti e centinaia tra dipendenti, collaboratori, agenti e tecnici. Grazie alle sue competenze e a strutture all'avanguardia, il CAP è protagonista nella difesa e sviluppo dei valori della tradizione agroindustriale parmense.

La nuova gamma nasce dalla volontà degli agricoltori di proporsi non solo come produttori, ma anche come operatori commerciali del Parmigiano Reggiano.

Il target è costituito da un pubblico "metropolitano", da consumatori che apprezzano e riconoscono la qualità.

In futuro, il CAP intende sviluppare il ruolo di attore nella filiera produttiva e commerciale del Parmigiano Reggiano.

no, individuando nel "loro" Consorzio il naturale e più competente gestore della filiera produttiva e commerciale. Abbiamo così deciso di proporre una gamma di prodotti d'alta qualità. Abbiamo cercato la visibilità richiamando nella fattura del contenitore la tradizionale forma di Parmigiano Reggiano, attribuendo al packaging anche un contenuto di servizio attraverso un pratico dosatore salvafreschezza. La gamma, composta da "Margherite", "Cubetti" e "Grattugiato", si rivolge principalmente a un pubblico "metropolitano" (i piccoli nuclei familiari, i single), a chi apprezza la qualità e ne riconosce il valore e, infine, a coloro che pongono attenzione ai fattori nutrizionali senza disdegnare il piacere della "gola". Per quanto concerne il Burro, invece, intendiamo fare ordine nei diversi marchi di nostra pro-

prietà, per riportarli tutti sotto il marchio "Consorzio Agrario Parma". La riconosciuta qualità della nostra produzione è ora evidenziata da un nuovo look dell'involucro, stile "malfatto", che intende richiamare l'artigianalità produttiva per mettere in evidenza la provenienza esclusiva della materia prima da latte per la produzione di Parmigiano Reggiano.

D. Quali i punti di forza e gli obiettivi del progetto?

R. Della qualità, del packaging e del valore aggiunto di servizio abbiamo già parlato: resta da sottolineare il vettore, che abbiamo individuato nella grande distribuzione organizzata. La gdo sta aumentando la sua forza di distribuzione ed è quindi lì che si fa mercato. Puntiamo sull'immagine positiva e storicamente riconosciuta del mar-

chio "Consorzio Agrario Parma", che richiama un territorio di grande tradizione di qualità ed elevata sicurezza alimentare. Non per nulla la sede europea della sicurezza (EFSA) è stata assegnata a Parma. Le confezioni saranno gli strumenti più efficaci per veicolare i plus della nuova linea.

D. Quali le finalità della "Carta dei valori" del Consorzio?

R. Abbiamo inteso riproporre, in chiave moderna, i valori che furono di Antonio Bizzozzero, il fondatore del Consorzio Agrario. Attraverso la ricerca scientifica, l'assistenza tecnica e la divulgazione, affiancate da una più attenta osservazione delle necessità dei soci, ci proponiamo di rafforzare il sistema agricolo di Parma. Vogliamo una lunga vita per il "Consorzio Agrario". Perciò intendiamo consolidare i rapporti a lungo termine con tutti: fornitori, clienti e gli altri stakeholder, attraverso uno scambio reciproco e trasparente delle informazioni a beneficio degli obiettivi comuni.

D. Quali sono a breve gli obiettivi del Consorzio?

R. Intendiamo sviluppare il ruolo di sempre più importante attore nella filiera produttiva e commerciale del Parmigiano Reggiano, con un forte orientamento verso la gdo.



Consorzio Agrario Parma
Soc. coop. a r.l.
Strada dei Mercati, 17
43100 Parma
Tel. 0521.9281
Fax 0521.928202
www.consorzioagrarioparma.it
www.valparma.it
info@valparma.it