



INNOVAZIONE

IL CONSUMO DIVENTA ON THE GO

Per formaggi tanto classici quanto unici – in termini di prodotto, lavorazione, storia – come il Parmigiano Reggiano e il Grana Padano, **innovazione fa rima con ipersegmentazione**. Negli ultimi anni, in prima linea su questo fronte c'è Parmareggio.

“La creatività del marketing e un'intensa attività di ricerca & sviluppo – spiega **Maurizio Moscatelli, Direttore Commerciale di Parmareggio** – ci hanno permesso di sviluppare una gamma di prodotti che potessero rispondere alle esigenze della clientela evidenziando nuove occasioni di consumo per un formaggio di grande tradizione come il Parmigiano Reggiano. Una strada che vogliamo continuare a perseguire, come attestano anche le diverse novità presentate quest'anno”. Tre i progetti su cui l'azienda emiliana si è concentrata in modo particolare nel 2016: in primis il lancio dei gusti fragola e banana per **L'ABC della frutta**, merenda dessert per bambini, che coniuga le proprietà nutrizionali del Parmigiano Reggiano alla freschezza dello yogurt. Lo scorso settembre è toccato al restyling grafico della linea **L'ABC della merenda** (che a fine luglio ha raggiunto una copertura distributiva del 92%, secondo Iri) e al lancio di due nuovi kit, uno con il Parmigiano Reggiano Bio e l'altro con la frutta secca (uva, anacardi, noci) al posto dei grissini in abbinamento con il Parmareggio Snack e il frullato. Last but not least, la presentazione a ottobre di **Però!** Parmareggio, un'inedita barretta al Parmigiano Reggiano, pere in morbidi pezzetti e granella di anacardi. Grazie a una speciale tecnica di lavorazione, sapori caratteristici e consistenze diverse si uniscono in uno snack proponibile a merenda, come spuntino o anche a fine pasto: un'extension line del Parmareggio Snack in pack da 4 pezzi.