

Alimentare: Ferrarini punta sull'export
Da giugno a Las Vegas da Eataly e dal 23 al 25 giugno a New York
al Summer Fancy Food Show

Il brand è già presente da anni negli store di New York, Chicago, Boston e Los Angeles

Lisa Ferrarini: "Continua la crescita all'estero. Educare i consumatori è fondamentale per il successo"

Ferrarini arriva da Eataly a Las Vegas con i prodotti simbolo del Made in Italy. Lo storico marchio di Reggio Emilia rafforza la sua presenza sul mercato americano, dove negli ultimi 2 anni ha segnato un forte incremento delle vendite.

Oltre al Prosciutto di Parma stagionato nelle cantine di Lesignano de' Bagni (Parma), ai salami e alla mortadella, è molto apprezzato negli store statunitensi il burro non Ogm, ottenuto esclusivamente con il latte proveniente dagli allevamenti delle Fattorie Ferrarini.

I prodotti Ferrarini si trovano anche nei menù dei ristoranti all'interno di Eataly e, con Las Vegas, il brand diventa presente in tutti i negozi Eataly americani, da New York a Chicago, da Boston a Los Angeles.

In linea con il motto di Eataly "Eat, Shop, Learn", Ferrarini Spa sostiene le vendite con continue attività di degustazione in cui vengono illustrati, da personale esperto, i processi produttivi, la storia dei prodotti, le caratteristiche organolettiche e gli abbinamenti e utilizzi ideali anche per il mercato locale.

Continua, quindi, la crescita all'estero per Ferrarini, che oggi è presente in 34 paesi ed è tra i leader di mercato nel food made in Italy di qualità in Giappone, USA, Svizzera, Spagna, Hong Kong e in importanti Paesi del Sud Est Asiatico come Singapore e Thailandia.

"Educare i mercati internazionali al gusto del made in Italy di qualità è un carattere distintivo del nostro Gruppo" afferma la presidente di Ferrarini Spa, Lisa Ferrarini. "Vogliamo divulgare la cultura alimentare italiana e formare i rivenditori, attraverso le continue degustazioni con nostro personale dedicato nei paesi in cui siamo presenti, grazie alle quali i consumatori possono conoscere i valori e la storia dei prodotti tipici italiani e imparare ad apprezzarli e consumarli. Da sempre negli Usa, e a maggior ragione negli store Eataly, ci posizioniamo come prodotti di alta qualità, 100 per cento Made in Italy, garantiti dall'affidabilità di un marchio con oltre 60 anni di storia. Anche quest'anno presenteremo i nostri prodotti agli specialisti del Retail e della Ristorazione del Nord America, durante il Summer Fancy Food Show, il più importante evento dell'industria enogastronomica del Nord America, che si svolgerà a New York dal 23 al 25 Giugno 2019."

Fondata a Reggio Emilia nel 1956 da Lauro Ferrarini, l'azienda è ormai una tra le più importanti realtà europee nel settore agroalimentare e propone in tutto il mondo, oltre al suo prosciutto cotto, i prodotti tipici dell'italianità: dal prosciutto di Parma alle diverse specialità di salumeria, accompagnate dai prodotti dell'azienda agricola Ferrarini, dalla quale l'attività imprenditoriale ha preso avvio, come il Parmigiano Reggiano Dop, i vini e l'aceto balsamico di Modena e Tradizionale Dop.

L'area della produzione agricola, delle Fattorie Ferrarini si è notevolmente sviluppata nel tempo e rappresenta oggi un importante supporto all'attività industriale. La produzione del "Parmigiano Reggiano DOP" vanta il presidio da parte di Ferrarini dell'intera filiera – il foraggio, le bovine da latte, la lavorazione e la stagionatura – oltre che l'essere stata la prima azienda del comprensorio del Parmigiano Reggiano che nella primavera del 2007 ha ottenuto la certificazione di prodotto "formaggio Parmigiano Reggiano prodotto con latte ottenuto da alimentazione NON OGM".