



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

27 MARS 2025

PARMIGIANO REGGIANO : PRODUCTION ET EXPORTS EN HAUSSE EN 2025 (+2,7 %), MALGRÉ UN MARCHÉ ITALIEN EN BAISSSE (-10 %)

Le Parmigiano Reggiano poursuit son expansion à l'international : les exportations dépassent 50 % du total (50,5 %), avec une croissance soutenue hors Union européenne (+4,2 %).



De gauche à droite,

Cristiano Casa, responsable des marchés du Consortium, ***Carmine Forbuso***, directeur marketing du Consortium, ***Nicola Bertinelli***, président du Consortium et ***Riccardo Deserti***, directeur du Consortium

UNE CROISSANCE SOLIDE DANS UN CONTEXTE SOUS TENSION

Le Parmigiano Reggiano renforce son positionnement à l'international et consolide sa valeur, dans un contexte macroéconomique complexe. C'est ce qui ressort des données économiques 2025 présentées le 26 mars par le Consortium lors de sa conférence de presse annuelle au Palazzo Giureconsulti à Milan.

Dans un contexte marqué par des crises géopolitiques, des incertitudes sur les marchés internationaux et des tensions sur le commerce mondial, le chiffre d'affaires à la consommation atteint **3,96 milliards d'euros**. Les dynamiques de marché révèlent une évolution contrastée entre l'Italie et l'international : d'un côté, la demande à l'étranger continue de progresser (+2,7 %), représentant désormais plus de la moitié des ventes (50,5 %) ; de l'autre, le marché domestique enregistre un recul significatif des volumes.

UN MARCHÉ ITALIEN SOUS PRESSION

En détail, en Italie, la hausse des prix à la consommation a entraîné une diminution de la fréquence d'achat et des quantités achetées par acte, tout en maintenant une base de consommateurs stable et en soutenant la valeur globale. Le Parmigiano Reggiano ne perd pas d'acheteurs parmi les foyers italiens, mais il est acheté moins souvent et en plus petites quantités : il en résulte une baisse des volumes d'environ 10 %, malgré un chiffre d'affaires globalement préservé.

UNE VALORISATION EN FORTE HAUSSE

Sur le plan des prix, la valorisation à l'origine poursuit sa progression : pour l'affinage 12 mois, le prix moyen annuel s'établit à 13,22 €/kg (+20,6 % vs 2024), tandis que pour l'affinage 24 mois, la hausse atteint +24,8 %, passant de 12,50 €/kg à 15,59 €/kg en 2025.

UNE PRODUCTION EN PROGRESSION

La production est en hausse par rapport à l'année précédente, atteignant 4,19 millions de meules contre 4,079 millions en 2024 (+2,7 %). La province de Parme reste la première en volume (1,391 million de meules), suivie de Reggio Emilia (1,242 million), Modène (0,918 million), Mantoue (0,524 million) et Bologne (0,115 million).

UNE DISTRIBUTION DOMINÉE PAR LA GMS

La part du marché italien s'établit à 49,5 % (Observatoire Nielsen Sell-In). Au niveau de la distribution, la grande distribution (GMS) reste le premier canal (65,5 %), suivie de l'industrie (17,3 %), portée par la diffusion croissante de produits intégrant le Parmigiano Reggiano comme ingrédient. Le canal Horeca reste marginal (6,7 %), mais présente un fort potentiel de croissance. Les 10,5 % restants se répartissent entre d'autres circuits.

UNE DYNAMIQUE INTERNATIONALE PORTEUSE

L'année 2025 marque une nouvelle étape dans l'internationalisation de l'AOP : les exportations dépassent la moitié du total, atteignant 50,5 % (soit 74 980 tonnes), en progression de +2,7 %. Parmi les principaux marchés, de bonnes performances sont enregistrées au Royaume-Uni (+7,8 %, 8 400 t), au Canada (+8,3 %, 3 900 t), en Suède (+8,8 %, 2 500 t) et en Espagne (+2,5 %, 1 850 t). Les États-Unis confirment également une dynamique positive (+2,3 %, 16 800 t), tandis que les volumes restent stables en France (-0,3 %, 14 800 t) et en Allemagne (+0,1 %, 10 400 t).

LES ÉTATS-UNIS : UN MARCHÉ STRATÉGIQUE SOUS INCERTITUDE

Aux États-Unis, premier marché export du Parmigiano Reggiano, la situation reste toutefois complexe. L'introduction récente de droits de douane supplémentaires, s'ajoutant au tarif historique de 15 %, porte le niveau global à 25 %, avec un risque de nouvelles hausses. À cela s'ajoute une forte incertitude réglementaire et opérationnelle, qui ralentit les importations : de nombreux opérateurs attendent davantage de visibilité avant de passer de nouvelles commandes. Cette situation, combinée aux tensions géopolitiques, constitue un facteur de risque pour 2026.

UN INVESTISSEMENT MASSIF POUR RENFORCER LA MARQUE

Dans ce contexte, le Consortium poursuit ses investissements pour renforcer le positionnement global de la marque. Avec un budget d'environ 34,3 millions d'euros consacré au marketing et à la communication, le Parmigiano Reggiano consolide son statut de spécialité premium et poursuit son affirmation comme marque iconique du Made in Italy. Le travail sur la différenciation de l'AOP reste central, notamment à travers une meilleure information des consommateurs sur l'affinage, l'origine, le processus de production et les caractéristiques organoleptiques.

UN PROJET TOURISME POUR FAIRE DU PRODUIT UNE DESTINATION

Lors de la conférence, le nouveau « Projet Tourisme » a également été présenté, marquant une évolution stratégique pour le Consortium : le Parmigiano Reggiano devient une véritable destination. Il s'agit de la première initiative structurée valorisant le territoire comme levier de construction de marque, en intégrant fromageries, exploitations agricoles, hébergements et expériences gastronomiques. Le projet vise à capter et développer un flux touristique dédié dans un territoire qui accueille déjà environ 4 millions de visiteurs par an, avec l'objectif de passer d'environ 85 000 à 300 000 visiteurs d'ici 2029.