

Data: 04.03.2026 Pag.: 23
 Size: 801 cm2 AVE: € 38448.00
 Tiratura: 14757
 Diffusione: 13472
 Lettori: 84000



La Pera dell'Emilia-Romagna ha il potenziale per essere il perno dei consumi italiani

IL FUTURO PARLA CON L'IGP

Crescono quantità certificate e fidelizzazione

La pericoltura italiana ha Luna sua culla, l'Emilia-Romagna, e un frutto che è il perno di questa filiera: la Pera dell'Emilia-Romagna Igp. Negli ultimi il sistema produttivo ha spinto con decisione sulla certificazione e questa tendenza si vede nel catasto dell'Igp: i pericoltori stanno investendo sulla qualità certificata.

Gli ettari certificati Igp, infatti, sono passati da 700 a circa 3.600, con un potenziale di commercializzazione di 90mila tonnellate e un raddoppio delle quantità commercializzate nel 2025/26 rispetto alla campagna precedente. Una grande opportunità per rilanciare il settore e valorizzare il prodotto italiano, puntando sulla qualità e sulla sostenibilità, grazie anche al sostegno di Masaf e Regione Emilia-Romagna.

Il potenziale produttivo di 90mila tonnellate è un fattore importante, perché rappresenta la potenzialità per diventare il cuore del consumo domestico di pere in Italia. Le quantità commercializzate sono in crescita costante e uno degli obiettivi dei prossimi anni è re-

alizzare uno sviluppo discontinuo delle vendite. Nell'ultima stagione sono state certificate 4.500 tonnellate di pere Igp: un volume ancora lontano dal potenziale, ma indicativo della direzione intrapresa.

«La Pera dell'Emilia-Romagna Igp porta con sé un messaggio potente: comunica eccellenza e tutela una filiera regionale che rimane tra le più rilevanti in Italia - sottolinea il presidente del Consorzio di tutela della Pera dell'Emilia-Romagna Igp, **Giuliano Do-**

nati -. Siamo consci di questo valore e ora dobbiamo trasferirlo con ancor più decisione al consumatore, ampliando il bacino di chi acquista il nostro prodotto: la pera è un frutto fantastico, ma spesso associa-

to a un target maturo. Il marchio Igp può diventare un riferimento stabile del consumo domestico di pere nel nostro Paese. Mi piace parlare della nostra pera come un frutto con un nome e un cognome: questo è un valore anche la grande distribuzione. Al consumatore

possiamo infatti garantire un frutto coltivato nel rispetto di un disciplinare e una produzione sostenibile legata al territorio: elementi che rendono più chiara la scelta d'acquisto».

«Siamo partiti quattro anni fa con il progetto UnaPera per rilanciare la filiera. L'Igp è il nostro fiore all'occhiello: racconta un territorio, le persone che lo coltivano e un insieme di valori che questo prodotto porta con sé - aggiunge Adriano Aldrovandi, presidente di Unapera - Per noi è prioritario valorizzare il lavoro dei soci e mantenere il posizionamento presso i clienti, puntando non solo sui volumi ma sulla capacità di garantire qualità e servizio lungo tutta la stagione. Ricerca, nuovi impianti resilienti, rilancio varietale, certificazione e marketing coordinato compongono così un percorso unitario: l'obiettivo è fare dell'Igp il sinonimo della pera italiana di qualità, con l'Emilia-Romagna al centro di una nuova fase di riconoscibilità sul mercato». (riproduzione riservata)

Alessandro Iasevoli

Data: 04.03.2026 Pag.: 23
 Size: 801 cm2 AVE: € 38448.00
 Tiratura: 14757
 Diffusione: 13472
 Lettori: 84000



Giuliano Donati
*presidente del Consorzio di tutela della Pera
 dell'Emilia-Romagna Igp*

Le otto regine del paniere

Sono le 8 varietà di Pera dell'Emilia-Romagna Igp: Abate Fetel, Conference, Decana del Comizio, Kaiser, Max Red Bartlett, Williams, Santa Maria e

Carmen. Ognuna si distingue per le sue caratteristiche particolari, adatte a ogni gusto. La Williams, ad esempio, è l'ideale per chi apprezza cocktail e macedonie perché molto succosa e profumata, mentre gli amanti della dolcezza sceglieranno la Max Red

Bartlett, per via del suo sapore delicato e aromatico. L'Abate Fetel si caratterizza per una polpa croccante mentre la Decana del Comizio alterna il suo gusto zuccherino con piacevoli punte acidule. La Conference si distingue per la sua polpa soda, succosa e dall'aroma inconfondibile.

Sul finire dell'estate viene colta la Santa Maria, dalla polpa bianca e un sapore fresco e zuccherino, come la Carmen, la più nutriente e golosa. Perfetta per torte e ricette in cucina è la Kaiser, dalla tipica pelle color bruno e dal gusto deciso. (riproduzione riservata)

Data: 04.03.2026 Pag.: 23
 Size: 801 cm2 AVE: € 38448.00
 Tiratura: 14757
 Diffusione: 13472
 Lettori: 84000



Una nuova verve per la comunicazione della pera Dalla tv alla ristorazione per dialogare con pubblici nuovi

A sostegno della campagna commerciale, tra l'autunno 2025 e l'inverno 2026 il Consorzio della Pera dell'Emilia-Romagna Igp ha spinto sull'acceleratore della comunicazione. Diverse iniziative accomunate da un obiettivo preciso: ampliare la platea di riferimento valorizzando le straordinarie caratteristiche di un prodotto di eccellenza, che nasce in Emilia-Romagna, da una filiera «corta» e sostenibile, e che vede nella certificazione Igp la sua massima espressione.

La comunicazione del Consorzio ha visto due progetti significativi. Da una parte «Il perfetto Frutto Gourmet», pensato per far conoscere le grandi potenzialità della Pera dell'Emilia Romagna Igp nel canale Horeca e stimolarne l'utilizzo tra i professionisti del settore, aprendo al contempo nuove interessanti opportunità commerciali e la possibilità di creare punti di contatto con il popolo dei gourmand;

dall'altra una campagna di comunicazione sui principali media nazionali incentrata sul tema del benessere per intercettare un target giovane, moderno, attivo e dinamico.

«Il perfetto frutto gourmet» ha voluto far leva sulla versatilità e l'eccellenza della Pera dell'Emilia Romagna Igp nel panorama della cucina d'autore. L'iniziativa ha visto sei talentuosi ambassador che incarnano valori come visionarietà, artigianalità, sperimentazione, eclettismo, essenzialità e contemporaneità. Si tratta in particolare di chef, mixologist e pastry chef che stanno ridefinendo la scena gastronomica italiana e che, grazie alla loro creatività e competenza, hanno dato vita a ricette inedite in grado di esaltare le infinite sfumature delle 8 varietà di Pera dell'Emilia Romagna Igp, diventando così partner strategici in questo nuovo percorso di valorizzazione. La nuova campagna di comunica-

zione cross mediale ha voluto comunicare un consumo di pere che si rinnova, abbracciando uno stile di vita sano e dinamico, che guarda al benessere, al movimento, all'energia e alla corretta alimentazione. Il messaggio veicolato è quella di una pera come la compagna ideale in ogni momento della giornata, dalla merenda del bambino, alla colazione in famiglia, fino allo spuntino sano dopo la palestra, grazie alle tante varietà disponibili tutto l'anno. La Pera dell'Emilia-Romagna Igp torna quindi protagonista, diventando la scelta naturale e versatile per chiunque desideri mangiare bene, ovunque e in qualsiasi momento. Oltre agli spot, la Pera dell'Emilia-Romagna Igp è stata protagonista in due trasmissioni di punta del palinsesto televisivo: «Avanti un altro» su Canale 5 con Paolo Bonolis e Luca Laurenti e «Affari tuoi» su Rai 1 con Stefano De Martino e Herbert Ballerina. (riproduzione riservata)

