

IERI 7 NOVEMBRE 2022 IL PROGETTO E' STATO PRESENTATO ALLA STAMPA E ADDETTI AI LAVORI - LO SLOGAN CHE DA' IL SENSO DEL CAMBIAMENTO PER LA VALORIZZAZIONE DELLA PERA DELL'EMILIA ROMAGNA IGP: E' L'INIZIO DI UNA NUOVA P-ERA - AL VIA IL NUOVO CORSO DEL FRUTTO PER ECCELLENZA

Di Giovanni Tavassi



Da sx: Luca Pagliacci - Alessio Mammi - Roberto Della Casa - Mauro Grossi - Adriano Aldrovandi - Paolo Bruni

Si è tenuta ieri, nella bellissima cornice del **Grand Hotel Majestic già Baglioni** di Bologna, la conferenza stampa per la valorizzazione e la conoscenza, attraverso la comunicazione, della **Pera dell'Emilia Romagna IGP**. Giornalisti, player, associazioni di categoria e produttori hanno riempito la sala Europa. Tutti gli sforzi fatti fino ad oggi, dopo i mille ostacoli, le difficoltà incontrate e il lavoro in sinergia fra **Produttori, Consorzio di Tutela e Regione Emilia Romagna**, si completano oggi con la partenza, già dal 6 novembre, della massiccia campagna di promozione e di valorizzazione della **Pera dell'Emilia Romagna IGP** attraverso la stampa nazionale e riviste del settore agricolo e, attraverso le televisioni (Rai, - Mediaset - Dazn - Cairo) e social network. Le **Pera IGP**, in questo modo, si presenta per la prima volta al grande pubblico per stimolare e valorizzare il consumo di questo incredibile prodotto.

Mauro Grossi - Presidente del Consorzio di Tutela Pera dell'Emilia Romagna IGP



Mauro Grossi (presidente del Consorzio di Tutela): *«Un lavoro importante che darà un nuovo corso a questo frutto della tradizione frutticola regionale che porta in dote anche un indotto economico-sociale di tutto rilievo»*. Per questo, una nuova immagine, un nuovo progetto e un nuovo corso per la **Pera dell'Emilia Romagna IGP**, uno dei prodotti a **Indicazione Geografica Protetta** di riferimento per l'Italia che, grazie a un progetto di rilancio voluto fortemente dagli aderenti al Consorzio di Tutela, è pronto a entrare nelle case degli italiani con una consapevolezza diversa. *«Un atto dovuto per uno dei frutti più importanti nella dieta degli italiani che, nonostante la sua qualità distintiva, non ha finora beneficiato di un giusto processo di valorizzazione – spiega il presidente del Consorzio di Tutela, Mauro Grossi –. L'obiettivo di questo percorso è creare valore al prodotto attraverso l'indicazione geografica, collaborando con le marche della grande distribuzione, per esempio, ma anche arrivando direttamente al consumatore finale attraverso una adeguata campagna di comunicazione e promozione. A questo proposito – conclude – l'altra grande novità è quella di aver proposto una segmentazione del prodotto, con l'introduzione nel mercato della top quality "Selezione", in affiancamento allo standard previsto dal disciplinare IGP»*.

Un **nuovo bollino di riconoscimento IGP** è partito dal 6 novembre 2022. Un restyling studiato per far vivere il logo da solo e, al contempo, adattarlo a **operazioni di co-branding con le principali marche di prodotto e/o di gamma della produzione e della distribuzione**. Anche questo rientra nell'ambizioso progetto di valorizzazione del prodotto. *«In quest'ottica è stato necessario ripensare anche al bollino di riconoscimento del frutto – spiega Roberto Della Casa, docente dell'Università di Bologna, incaricato di curare la strategia del progetto –. Il logo in questo senso rappresenta il prodotto stesso comunicato attraverso le sue peculiarità estetiche e, soprattutto, ne valorizza l'origine territoriale: tutti concetti che saranno espressi al meglio nelle campagne di comunicazione sia a livello televisivo che tabellare»*.



Nuovo bollino IGP

"Selezione", una soluzione per segmentare il mercato. L'introduzione della categoria di qualità "Selezione" nell'ambito della Pera dell'Emilia Romagna IGP prevede alcuni *upgrade* rispetto al prodotto IGP standard. Tale categoria, infatti, è disciplinata da uno specifico Regolamento adottato dall'Assemblea del Consorzio su proposta del Consiglio di Amministrazione secondo il modello adottato per la stagionatura dai formaggi DOP, Parmigiano Reggiano in testa. La categoria Selezione verrà evidenziata sul prodotto e sulle confezioni tramite una declinazione specifica del nuovo logotipo dell'IGP. Tra i caratteri che contraddistinguono questa selezione vi è la qualità gustativa, ottenuta con un livello zuccherino maggiore: 2 gradi brix in più rispetto alle prescrizioni dell'IGP standard, salvo eccezioni. La durezza, poi, sarà adeguata ad avere un prodotto pastoso mentre – per rendere la "Selezione" identificabile in fase di acquisto – si è scelto un calibro distintivo rispetto a quello di solito usato per l'IGP finora in commercio.

Alla conferenza stampa sono intervenuti:

Mauro Grossi - Presidente del Consorzio di Tutela Pera dell'Emilia Romagna IGP

Roberto Della Casa - Coordinatore del progetto di valorizzazione della Pera dell'Emilia Romagna IGP

Luca Pagliacci - Coordinatore attività di comunicazione della Pera dell'Emilia Romagna IGP

Francesco Bettelli - Presidente e Direttore Creativo LDB Advertising

Alessio Mammi - Assessore all'Agricoltura e all'Agroalimentare, Caccia, Pesca Regione Emilia Romagna

Paolo Bruni - Presidente CSO Italy

Paolo Bruno - Presidente CSO Italy



Il moderatore della conferenza, **Paolo Bruni** ha preso la parola per i saluti evidenziando che oggi c'è la chiusura di un cerchio per il progetto di valorizzazione che oggi sarà illustrato. Un progetto partito l'8 luglio di due anni fa, tanto tempo perchè c'era da decidere e costruire lo strumento che aggregasse la maggior parte della produzione, e lo strumento è il Consorzio di Tutela Pera dell'Emilia Romagna IGP. E' stato fatto un grande lavoro per questo percorso con tanti incontri ed opera di convincimento dei frutticoltori per convincerli sulla validità della proposta e della scelta. Non è stato facile perchè abbiamo avuto tutto contro, il clima negli ultimi due anni ci ha regalato di tutto, dalle siccità di

quest'anno alle gelate dell'anno scorso. Insetti e parassiti hanno fatto la loro parte. Nonostante tutte queste difficoltà presentate, il mondo qui rappresentato ha deciso di andare avanti lo stesso e di continuare la realizzazione del progetto che si era dato, questo con grande coraggio. La Regione insieme a noi e all'Assessore Mammi ha creduto nel progetto, infatti, la convinzione è che uno senza l'altro avrebbe portato alla non riuscita del progetto. La Regione ha mantenuto gli impegni e il mondo agricolo che seguiva ha fatto la sua parte.

Il Presidente del Consorzio, **Mauro Grossi** ha detto che i veri eroi sono i pericoltori che nonostante gli ultimi quattro anni per quattro campagne non hanno fatto reddito, ma comunque hanno deciso di sposare il progetto e seguirci per il rilancio del comparto. Il progetto ha una valenza socio-economico, per la regione, fondamentale che va oltre la semplice attività della produzione agricola. Per questo c'è bisogno di tutto l'appoggio, coesione e sostegno della istanze regionali come le rappresentanze agricole, professionali e politica. Tutto questo è importante perchè si tratta di salvare un settore, quello della frutticoltura emiliano-romagnola. Siamo partiti dal concetto di non mollare e senza la Regione al nostro fianco non ce l'avremmo fatta, questo per salvaguardare la nostra produzione che conta ancora oggi 15000 ettari che grazie all'impegno dei produttori è stata organizzata, inizialmente due anni fa, con riferimento alla costituzione dell'AOP UNApera resa possibile grazie alla normativa comunitaria che raggruppa la maggioranza di questi ettari più di 10.000. Il secondo elemento è stato quello dell'IGP, valorizzare il prodotto attraverso il Consorzio di Tutela e questo ha portato nei due anni al raddoppio degli ettari iscritti, da 2.000 a 4.000 . La situazione è ancora difficile ma siamo per cogliere questi lati positivi e rinnovare il nostro impegno per il rilancio del settore. Oggi la presentazione dello spot e la campagna promozionale per la valorizzazione è un passaggio importantissimo fatto dopo l'organizzazione commerciale messo in piedi in precedenza attraverso la costituzione di UNApera che ha messo insieme e fatto rete fra aziende che prima erano in competizione e ora collaborano. Con la campagna di comunicazione mettiamo al centro la valorizzazione e l'aumento qualitativo che vogliamo dare al settore della pera. Da tutto questo nasce lo slogan "L'inizio di una nuova *Pera*", una nuova era per la Pera perchè siamo assolutamente convinti che il settore va mantenuto, dobbiamo sostenere le aziende sia dal punto di vista commerciale che della comunicazione.

Alcuni dati di riferimento

Pera dell'E.R. IGP	2018/19	2019/20	2020/21	2021/22	2022/23	Delta 22/23 su 21-22
Ettari	1.783	2.011	2.049	3.495	4.221	21%
Aziende	299	311	317	392	696	78%
Controllo Tonn.	47.274	27.603	43.415	23.459		

Roberto Dalla Casa - Coordinatore del progetto di Valorizzazione Pera dell'Emilia Romagna IGP



Il prof. **Roberto Dalla Casa** - Perché un progetto di valorizzazione sulla pera IGP dell'Emilia Romagna? E' una domanda legittima perché con tutto quello che è capitato in questi anni farebbe pensare che oggi valorizzare la pera sia un'impresa disperata. Quando hanno chiesto se secondo me aveva un senso, oggi, pensare ad un rilancio visto le condizioni, ho risposto sì per due motivi, uno è la rilevanza e la distintività che in un progetto di valorizzazione devono essere presenti entrambi. La Pera ha un potenziale unico nel panorama nazionale ed internazionale. Ci sono due elementi importanti, uno è la perdita dei consumi che è sotto gli occhi dei consumatori e nel comparto della Pera c'è stata una perdita importante negli ultimi anni, per la disomogeneità del prodotto. Per il 30% degli italiani la Pera è il frutto preferito, ma il 50% degli italiani considera la Pera non soddisfacente. Il secondo elemento, siamo rilevanti perché siamo il primo paese in Europa per produzione di Pere, e questo è un fattore decisivo. Per l'Italia, invece, la produzione delle Pere dell'Emilia Romagna si attesta intono al 70% della produzione nazionale. L'IGP della Pera in Emilia Romagna ha un potenziale di oltre l'80% della superficie, nel 2022 si è raggiunto il 30%, quindi, c'è un potenziale ancora enorme da rincorrere, e comunque in progressiva crescita. Gli asset della strategia di comunicazione sono due, il primo è "*dolce ma leggero*" con la capacità di soddisfare a tavola (il suo contenuto è alto ma non altissimo, ma è fatto dall'80% di fruttosio). Il secondo è "Soddisfa a tavola, ma senza appesantire". Invertire la tendenza di consumo sviluppando la Pera ER IGP. Vogliamo far diventare la Pera il frutto gourmet per eccellenza, qualificando il consumo costruendo un prodotto distintivo. La Pera ha già un profilo alto, ma vogliamo alzare un pò il profilo con questa selezione verso le pere pastose perché masticando debbono dare una soddisfazione al palato, anche perché tendenzialmente stiamo andando sempre di più verso prodotti più duri al palato anche con gli altri tipi di frutto. In ultimo, le pere devono essere belle, non dal punto di vista della perfezione, ma devono essere gradevoli, senza difetti, con la giusta dimensione, col giusto grado zuccherino. La Pera ha comunque l'originalità proprio nella sua imperfezione.

Francesco Bettelli ha presentato lo spot che è in onda sulle televisioni già dal 6 novembre. Siamo partiti per portare avanti la realizzazione di questo spot siamo partiti da un punto che solitamente non si affronta "il dove", dove collocare questo prodotto. Essendo un prodotto del territorio si pensa la sua collocazione in valli incontaminate, paradisi terrestri, ma quando abbiamo iniziato a ragionare su che cos'è l'Emilia Romagna "Una regione ricca di cultura gastronomica e cultura generale, ricca anche di poli tecnologici, da qui è nata l'idea di comunicare il territorio che la produce con riferimento alle persone che lavorano, perchè l'Emilia Romagna è terra di lavoro, innovazione e aperta alla modernità e a questo punto "il dove" è diventato fondamentale per "il cosa" che cosa dovevamo dire della Pera Dell'Emilia Romagna IGP. Il frutto di un mix unico e straordinario in cui l'innovazione si fonda con la tradizione, la cultura insieme al pensiero tecnologico per creare eccellenza. In ultimo da "cosa" siamo passati "al come" raccontare questa Pera. Volevamo raccontarla con una narrazione contemporanea che fosse un filmato un video accattivante, emozionante, spettacolare anche. Dove la narrazione all'improvviso si fermasse per far entrare il territorio ed i protagonisti all'interno della narrazione stessa. Gli spot sono trasmessi dalle televisioni nazionali (Rai - Mediaset - DAZN - Cairo). Luca

Pagliacci

Coordinatore attività di comunicazione della Pera dell'Emilia Romagna IGP



Luca Pagliacci ha curato la campagna della comunicazione. Siamo partiti proprio pensando all'Alta Velocità, dare subito a questa campagna e a questo spot un forte impulso perchè ci siamo accorti di avere per le mani un progetto veramente particolare. Questo spot e la comunicazione stampa realizzata esce fuori dai canoni convenzionali della comunicazione ortofrutticola. Uno spot diverso che cattura subito l'attenzione. La difficoltà che uno spot così va visto, capito, digerito, interpretato, quindi richiede una comunicazione e una pianificazione estremamente mirata e interessante. Per quanto riguarda la campagna stampa abbiamo coinvolto le principali concessionarie che riguardano il mondo della stampa e digita con due tipi di comunicazione, da un lato il mondo della Pera deve parlare anche al mondo della produzione, operation leader, al consumatore, quindi, una comunicazione legata ai principali quotidiani e le riviste del settore agricolo, che andasse a raccontare in modo chiaro e diretto che cosa volevamo ottenere. Quindi abbiamo realizzato la pagina con lo slogan e la Pera Abate e sotto tutte le altre pere IGP. (Conference, Decana del Comizio, Kaiser, Max Red Bartlett, Cascade, Passa Grassana, William, Santa Maria e Carmen).

PERA DELL'EMILIA ROMAGNA IGP

L'inizio di una nuova Pera



Ogni volta è una prima volta con la Pera dell'Emilia Romagna IGP. Così dolce e leggera, dal gusto avvolgente, fonde squisitamente benessere e bontà. Vera prelibatezza gourmet, conquista tutti con grande qualità e versatilità. Una Pera così poteva nascere solo qui: in Emilia-Romagna, terra di sapori ed eccellenze.

SCOPRI IL GUSTO DELLE 8 VARIETÀ, GARANTITE DAL BOLLINO IGP.

Una seconda pagina dedicata al mondo del consumatore con un messaggio "Il Gusto diventa Emozione" con la Pera circondata da disegni grafici che vanno a raccontare il mondo dell'Emilia Romagna, e nella parte sottostante un testo che indica il prodotto.

IL GUSTO DIVENTA EMOZIONE

Quando assaggi la varietà **Abate Fétel** della Pera dell'Emilia Romagna IGP scopri un mondo di sensazioni ed emozioni uniche. La **naturale dolcezza**, un bacio che ti accarezza il palato. La **pura leggerezza**, un benessere che ti accompagna nella vita ogni giorno. Il **gusto avvolgente**, un'esperienza che fonde squisitamente piacere e bontà. E la **qualità e versatilità in cucina**, mille ispirazioni per prelibate ricette gourmet. **Dall'Emilia-Romagna con sapore: più di un frutto, un'eccellenza autentica.**

PERA DELL'EMILIA ROMAGNA IGP

L'INIZIO DI UNA NUOVA PERA.

Scopri il mondo di tutte le 8 varietà su peradellemiliaromagnaigp.it

Queste sono le prime pagine, ma nelle altre compariranno anche quelle parole che diceva il prof. Dalla Casa, leggerezza, dolcezza e tutti quei valori che permettono alla pere di diventare un perfetto frutto "gourmande". Per quanto riguarda le televisioni, abbiamo coinvolto le tre principali reti: RAI, Mediaset e Cairo con spot da 30" ed abbiamo previsto anche i 15". Inoltre, in una giornata come quella di ieri, dove si sono svolti grandi incontri di calcio, compreso il derby d'Italia fra Juventus e Inter, siamo entrati anche con gli spot nell'emittente DAZN.

Alessio Mammi
Assessore all'Agricoltura e all'Agroalimentare, Caccia e Pesca Regione ER



L'Assessore Regionale **Alessio Mammi** ha ringraziato tutti gli attori del progetto, ma principalmente i produttori coloro che sono in campo, ogni giorno e affrontano tante difficoltà, quelle che sono state già richiamate oggi. Ringrazio le associazioni dei produttori e le associazioni agricole per l'impegno portato avanti per questo progetto al quale noi non potevamo sottrarci come Regione. Quando sono venuti 3 anni per espormi tutti i problemi e le criticità che la filiera stava vivendo e sta vivendo, mi presentarono il progetto di rilancio. Ero diventato da poco assessore, ma ho detto ok la regione ci sta e lo sostiene e faremo ciò che è necessario, ma a una condizione "che il sistema pere sia unito", che sia un progetto di rilancio di tutti. Questo è bello perchè coinvolgerà il 70% dei produttori di Pera in Emilia Romagna. Quello che avete fatto è una cosa straordinaria in tempo anche breve e in tempi difficili come quelli in cui stiamo vivendo. La frutticoltura in generale, in Italia, sta soffrendo una grave crisi e per questo come Regione abbiamo chiesto, tante volte, al Governo, un tavolo ortofrutticolo nazionale nel quale fra Regioni e Governo trovare risposte concrete per un settore, quello ortofrutticolo, più esposto ai cambiamenti climatici. competizione globale, problemi di mercato. Il reparto ortofrutticolo va rilanciato perchè quando si parla di frutta, si parla di prodotti sani, indispensabili per la salute e per la dieta, di posti di lavoro, di economia, di valore sociale e culturale. Vogliamo rilanciare la pera perchè fa parte di quel grandioso patrimonio dei 44 prodotti a marchio DOP e IGP.

Scatola Pera con bollino IGP



Scola pere con Bollino IGP selezione



natoconlavaligia

08/11/2022 Giovanni Tavassi