

Il rilancio della pera passa da qualità e marchio



Aumento del livello di **aggregazione commerciale, valorizzazione qualitativa dell'offerta, promozione sul mercato** interno e consolidamento dell'export. Questa è la strada tracciata per la pericoltura dell'Emilia-Romagna, la produzione ortofrutticola di punta della regione, che negli ultimi anni ha conosciuto però una crisi senza precedenti, tra gelate, siccità, nuove malattie e cali produttivi.

Ora una nuova spinta alla crescita del comparto viene dalle attività messe in campo dall'Aop Unapera, che raggruppa 25 soggetti. Come dice il presidente

Adriano Aldrovandi, «se l'anno scorso avevamo iniziato con l'uniformare i controlli di qualità, oggi invece **siamo giunti all'adozione di un sistema di qualità commerciale comune, che pone standard più elevati di quelli previsti dalla normativa europea** e che è stato adottato da tutti i soci. Ogni settimana il comitato commerciale sviluppa la strategia sul prodotto, con listini di riferimento che valgono sia a livello nazionale sia internazionale».

«Tra qualche settimana lanceremo **una campagna di comunicazione istituzionale sulla Pera dell'Emilia-Romagna igp** tutta incentrata sulle caratteristiche di questo straordinario prodotto. Un'iniziativa per la quale è previsto un investimento complessivo in comunicazione di 1,7 milioni di euro per quest'anno».

«Malgrado tutte le difficoltà del sistema, dalle annate siccitose alle patologie difficili da contenere per mancanza dei presidi fitosanitari, – dice Aldrovandi – oggi le superfici dedicate alle pere igp sono in costante crescita, così come **stanno aumentando gli agricoltori che si convertono all'igp**. E questo era il secondo grande obiettivo dell'Aop: valorizzare l'offerta, elevare le caratteristiche qualitative del prodotto puntando sull'igp come marchio ombrello per la produzione regionale, che rappresenta il 70% di quella nazionale. Vogliamo aumentare l'offerta di prodotto a marchio e portarla in maniera capillare a tutti i consumatori».

«Noi puntiamo a far sì che i produttori possano ricavare un reddito stabile dalla loro produzione di qualità. Solo così potranno scegliere di continuare a investire convintamente in questo prodotto».

Tratto dall'articolo pubblicato su *L'Informatore Agrario* n. 34/2022

Aldrovandi: il prodotto a marchio rilancerà la pera

Per leggere l'articolo completo **abbonati** a *L'Informatore Agrario*