



CONSORZIO DI TUTELA DELLA PERA DELL'EMILIA ROMAGNA IGP

Via Bela Bartok 29/G - 44124 FERRARA

Tel +39 0532 904511 • Fax +39 0532 904520

Codice Fiscale Partita IVA 01562890382

R.E.A. 178174 • PEC: consorzioperaigp@registerpec.it

*Svelato alla stampa e al trade il nuovo percorso promozionale del frutto più distintivo dell'E-R*

## **PERA DELL'EMILIA ROMAGNA IGP: È L'INIZIO DI UNA NUOVA P-ERA. AL VIA IL NUOVO CORSO DEL FRUTTO PER ECCELLENZA**

*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».*

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 per riconoscere l'IGP.** A partire dal 6 novembre la Pera dell'Emilia Romagna IGP è in commercio con il nuovo bollino di riconoscimento. 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».

**"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.



## CONSORZIO DI TUTELA DELLA PERA DELL'EMILIA ROMAGNA IGP

Via Bela Bartok 29/G - 44124 FERRARA

Tel +39 0532 904511 • Fax +39 0532 904520

Codice Fiscale Partita IVA 01562890382

R.E.A. 178174 • PEC: consorzioperaigp@registerpec.it

Il progetto di rilancio sarà sostenuto da una intensa campagna di comunicazione che prevede un primo *flight* di due settimane di spot da 15 e 30 secondi sulle principali emittenti televisive Rai, Mediaset e Cairo – a partire dal 6 novembre –, una pianificazione stampa nei mesi di novembre e dicembre su una selezione di quotidiani e riviste consumer di Mondadori, Rcs, Cairo e Manzoni, e una costante e coinvolgente presenza sui canali Facebook e Instagram del Consorzio di Tutela Pera dell'Emilia Romagna IGP, attraverso l'implementazione di un ricco calendario editoriale sulle caratteristiche organolettiche del frutto, curiosità e versatilità delle otto varietà tipiche. A questo farà seguito un secondo *flight* che verrà programmato all'inizio del nuovo anno per sostenere la parte centrale della campagna commerciale del frutto.

**La Pera dell'Emilia Romagna IGP.** La Pera dell'Emilia Romagna IGP si riferisce al frutto allo stato fresco delle seguenti varietà di pero: Abate Fétel, Conference, Decana del Comizio, Kaiser, Max Red Bartlett, Cascade, Passa Crassana, William, Santa Maria e Carmen. Il sistema di coltivazione e lavorazione delle Pere dell'Emilia-Romagna è il primo al mondo per dimensione e, per la sua eccezionale qualità, nel 1998 è stato il primo frutto della Regione a ricevere il riconoscimento IGP nell'Unione Europea. L'Indicazione Geografica Protetta tutela i produttori delle zone vocate fra Bologna, Reggio Emilia, Modena, Ferrara e Ravenna. In Emilia-Romagna la Pera ha trovato il suo habitat naturale, favorita da eccellenti condizioni climatiche e di terreno.

In media il 70% delle pere italiane, infatti, proviene da questa regione: grazie al loro elevato standard qualitativo e di produzione vengono apprezzate in tutto il mondo. La coltivazione delle Pere dell'Emilia-Romagna con il marchio IGP è garantita e controllata in tutte le sue procedure da un disciplinare di produzione dettagliato che consente una produzione nel rispetto dei frutteti, dell'ambiente e della salute del consumatore. Ogni fase del processo produttivo viene monitorata da strutture di controllo che consentono la totale tracciabilità dei prodotti, la garanzia sulla qualità e la certezza del gusto, dalla produzione alla commercializzazione. Dal maggio del 2002 il Consorzio opera per difendere la qualità delle Pere dell'Emilia-Romagna, facendo applicare il disciplinare di produzione e valorizzando, attraverso azioni di comunicazione e supporto a produttori e consumatori, i prodotti per incentivarne il consumo interno e all'estero.

Grazie al progetto avviato dalla Regione e dal Consorzio di Tutela sull'IGP si è assistito ad un incremento del 78% delle aziende con produzione IGP nella campagna 2022. Sono già 700, sulle 4.600 presenti in Emilia-Romagna, le aziende che producono l'IGP, pari al 15% delle imprese, ma in rappresentanza di oltre il 25% della superficie a pero, e controllano, in un'annata di produzione ordinaria, oltre 100.000 tonnellate di Pera, ovvero oltre il 25% della produzione regionale potenziale (era solo il 10% nel 2020). Il progetto di valorizzazione commerciale parte ora con la nascita di UNApera, la AOP di valorizzazione nata fra 25 imprese del territorio ai sensi del regolamento UE Omnibus.

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%
Controllato Tonn	47.274	27.603	43.415	23.459		



## CONSORZIO DI TUTELA DELLA PERA DELL'EMILIA ROMAGNA IGP

Via Bela Bartok 29/G - 44124 FERRARA

Tel +39 0532 904511 • Fax +39 0532 904520

Codice Fiscale Partita IVA 01562890382

R.E.A. 178174 • PEC: consorziooperaigp@registerpec.it

### **Un po' di storia: dal Trecento a oggi, l'evoluzione di un frutto. I**

primi dati storici sulla coltura del pero risalgono agli inizi del Trecento. Il frutto è ben conosciuto e apprezzato in Emilia-Romagna, tanto da essere raffigurato su una tavola del 1420 circa, la Madonna della pera, considerata opera di un anonimo maestro veneto e conservata alla Pinacoteca Comunale di Cesena. Nell'Alto Medioevo l'arboricoltura non appare molto praticata; solo alla fine del Quattrocento gli agronomi cominciano a dedicare seria attenzione a questo comparto produttivo, così che, già a partire dal Seicento, la Romagna e l'Emilia presentavano colli disseminati da frutteti.

**I metodi di produzione.** I sestri di impianto utilizzabili sono quelli tradizionalmente usati nella zona di produzione, con possibilità, per i nuovi impianti, di avere una densità per ettaro fino a un massimo di 6.000 piante. Per la difesa fitosanitaria si preferiscono, dove è possibile, le tecniche di lotta integrata o biologica. La raccolta avviene in modo scalare a seconda della maturazione delle diverse varietà: ad esempio, la prime a giungere a maturazione sono le varietà estive Santa Maria e Carmen, segue la William, poi la Conference, che si raccoglie nella prima metà di settembre; la Kaiser si raccoglie invece nella seconda decade di settembre mentre la Decana del Comizio e la Abate Fétel maturano a fine settembre. Le operazioni di raccolta sono generalmente eseguite a mano. La produzione unitaria massima è di 50 tonnellate per ettaro per tutte le cultivar ammesse.

**Aspetto e sapore.** La Pera dell'Emilia Romagna IGP nella varietà Abate Fétel è calebassiforme, piuttosto allungata e di colore verde chiaro-giallastro, con rugginosità agli estremi; la Conference è piriforme, spesso simmetrica, con buccia verde-giallo e rugginosità diffusa; la Decana del Comizio ha forma turbinata, buccia liscia verde chiaro-giallastra spesso colorata di rosa, con rugginosità sparsa; la Kaiser è calebassiforme-piriforme e ha buccia ruvida completamente rugginosa; la William e la Max Red Bartlett sono cidoniformi-brevi o piriformi, con buccia liscia dal colore di fondo verde-giallo, più o meno ricoperto da sovracoloro rosato o rosso vivo, a volte striato; la Cascade ha forma doliforme eterogenea con asimmetria verticale e trasversale, con buccia verde chiaro di sfondo con sovracoloro rosso vivo e con rugginosità sparsa; la Passa Crassana è maliforme, spesso doliforme ed è consistente, verde e con rugginosità lenticellare; la Santa Maria è piriforme o piriforme troncata, con buccia liscia di colore verde-giallo; la Carmen è calebassiforme, leggermente allungata e si presenta verde con sfaccettature rosate. Il sapore è per tutte dolce, a volte aromatico.

Ognuna delle otto varietà di Pera dell'Emilia Romagna IGP si distingue per le sue caratteristiche particolari, adatte a ogni gusto. La William, 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 Fétel si caratterizza per una polpa croccante mentre la Decana del Comizio alterna il suo gusto zuccherino con piacevoli punte acidule. Fra le più apprezzate si trova la Conference, soda, succosa e dall'aroma inconfondibile. Sul finire dell'estate viene colta la Santa Maria, dalla polpa bianca e dal 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 dal color bruno e un gusto deciso.



CONSORZIO DI TUTELA DELLA PERA DELL'EMILIA ROMAGNA IGP

Via Bela Bartok 29/G - 44124 FERRARA

Tel +39 0532 904511 • Fax +39 0532 904520

Codice Fiscale Partita IVA 01562890382

R.E.A. 178174 • PEC: consorziooperaigp@registerpec.it

## LA PERA DELL'EMILIA ROMAGNA IGP ON AIR PER “L'INIZIO DI UNA NUOVA P-ERA”

*Al via la campagna di comunicazione, firmata LDB Advertising, a sostegno del progetto di valorizzazione e rilancio promosso dal Consorzio di Tutela della Pera dell'Emilia Romagna IGP. Da domenica 6 novembre, primo flight con due settimane di spot tv sulle principali emittenti nazionali, una campagna stampa multisoggetto su quotidiani e testate consumer nei mesi di novembre e dicembre, e una costante e coinvolgente presenza su Facebook e Instagram.*

La Pera dell'Emilia Romagna IGP si presenta per la prima volta al grande pubblico. E lo fa con una **intensa campagna di comunicazione** che coinvolge **tv, stampa e social network**. Una pianificazione che si inserisce nel più ampio progetto di valorizzazione e rilancio promosso dal Consorzio di Tutela e che ha l'obiettivo di **stimolare e valorizzare il consumo**, sostenendo l'awareness di questo frutto d'eccellenza e comunicandone e promuovendone caratteristiche e qualità. La missione è coinvolgere ed entrare in empatia con il target, fornendo un'esperienza di consumo e di gusto unica e distintiva, rafforzando al contempo l'identità del prodotto che contribuisce a valorizzare il patrimonio di gusto dell'Emilia-Romagna.

Il grande **debutto** è stato programmato per **domenica 6 novembre**, con la messa in onda degli **spot tv da 15 e 30 secondi su Mediaset, Rai e Cairo**. I video, on air in questo **primo flight per due settimane** durante i programmi e negli spazi orari con maggiore audience, sono firmati dall'agenzia bolognese **LDB Advertising**, che ne ha curato anche la pianificazione. Si prevede di raggiungere **174.000.000 di contatti lordi su responsabili di acquisto**.

Il *concept* creativo è costruito intorno alla volontà di abbandonare la retorica, spesso abusata, della “nostalgia” per andare a sposare un linguaggio più contemporaneo, al passo con i tempi. La Pera dell'Emilia Romagna IGP viene dunque presentata all'interno di un teatro come se fosse l'ultima versione di un prodotto della Silicon Valley, una sorta di novità rivoluzionaria, sostenuta anche dall'utilizzo di tecnologia 3D e visual effects grazie al coinvolgimento del noto regista Federico Brugia e di Band VFX, specializzata in effetti visivi e post-produzione. In collegamento, uno chef del territorio ne esalta l'anima gourmet, mostrando una preparazione dedicata. Sul finale, la parete del teatro si apre su una splendida vallata della campagna dell'Emilia-Romagna, consentendo alla natura di fare il suo ingresso sul palcoscenico.

Ad affiancare la programmazione tv, che riprenderà con un **secondo flight all'inizio del nuovo anno** per sostenere la parte centrale della campagna commerciale del frutto, una **pianificazione stampa su quotidiani e riviste consumer dei gruppi Mondadori, Rcs/Cairo e Manzoni** con formati di grande impatto sui mesi di **novembre e dicembre**. Doppio il soggetto proposto: **una creatività istituzionale e una consumer**.

Nella prima campeggia il *concept* “**L'inizio di una nuova P-ERA**” e il *visual* è dedicato al frutto “al naturale”, sotto il quale è riportato un groupage delle otto varietà di Pera dell'Emilia Romagna IGP e una *body-copy* dedicata alle sue caratteristiche organolettiche e *gourmand* e alla valorizzazione delle sue origini legate all'Emilia-Romagna, terra di sapori ed eccellenze.

Nella versione *consumer* rimane la Pera in primo piano ma scompare lo sfondo natura, sostituito con una composizione grafica molto attuale che illustra le tante “anime” di questo frutto: dalla leggerezza alla capacità di essere fonte di ispirazione per gli chef, fino al suo legame con il territorio. Il claim “**Il gusto diventa emozione**” è sostenuto in questo caso da una *body-copy* che esprime appunto la sua capacità di esprimere sensazioni ed emozioni uniche, ribadendo il valore dell'origine emiliano-romagnola.



**CONSORZIO DI TUTELA DELLA PERA DELL'EMILIA ROMAGNA IGP**

Via Bela Bartok 29/G - 44124 FERRARA

Tel +39 0532 904511 • Fax +39 0532 904520

Codice Fiscale Partita IVA 01562890382

R.E.A. 178174 • PEC: consorzioperaigp@registerpec.it

A corredo di queste operazioni, una presenza costante e coinvolgente sui canali Facebook e Instagram del Consorzio di Tutela, con un piano editoriale ricco di informazioni sulle caratteristiche organolettiche del frutto, curiosità e versatilità delle otto varietà tipiche.

“La volontà – spiegano Roberto Della Casa, coordinatore del progetto di valorizzazione, e Luca Pagliacci, coordinatore del progetto di comunicazione – è quella di riportare questo frutto, attraverso la Pera dell'Emilia Romagna IGP, all'attenzione dell'opinione pubblica per i suoi valori tradizionali e nutrizionali, stimolandone il consumo”.

**CREDITS AGENZIA LDB Advertising**

AD & Client Manager: Filippo Bettelli

Presidente & Chief Creative Officer: Francesco Bettelli

Creative Director: Paolo Pasini

Creative Team: Antonella Accorsi (Art Director), Matilde Maldini (Copywriter)

Media Planner: Susanna Albertini

Client Director&Strategist: Annalisa Moreschi, Teresa Avoni

Social Media Team: Antonietta Alagia, Luca Cipriani

**CREDITS PRODUCTION:**

Casa di produzione: Trees Home srl

Regia: Federico Brugia

Executive producer: Chiara Grandi

Direttore di produzione: Sara Rapelli

Aiuto regia: Viola Folador

Direttore della fotografia: Marcello Dapporto

Direttore della fotografia esterni: Fabrizio Acetulli

1st Ac: Roberto Mulè

2nd Ac: Massimo Alfarano

Set designer: Isotta Santus

Fonico: Luca Discenza

Responsabile post-produzione: Ivan Donadello

Editor: Samantha Faini

CGI Supervisor: Alberto Mantini

Post CGI: Band Vfx

Post audio: Red Line

Attore: Pierpaolo Benigni

Chef: Vincenzo Camerucci - Ristorante Agriturismo "Camì", Savio (RA)

**CREDITS CLIENTE: *Consorzio di Tutela Pera dell'Emilia Romagna IGP***

Presidente: Mauro Grossi

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

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

**Contatti per la stampa:**

Stefania Casagranda | 388 7216228

Alessandro Maurilli | 320 7668222

press@ldbvertising.com