



PANORAMA

AGRICOLTURA

Patata di Bologna Dop, produttori alla prese con una crescita del 33%

È ancora una piccola nicchia nel mercato, ma la patata di Bologna Dop comincia ad avere i numeri e la forza per far parlare di sé. I numeri sono il +33% di crescita dei consumi messo a segno nei primi dieci mesi di questo pandemico 2020 (a fronte di un +6,3% dei consumi generici del tubero) e il +19,8% di aumento dei volumi prodotti nell'ultima stagione agricola. La forza è data invece non solo dalle caratteristiche nutrizionali di questo tubero top di gamma della varietà Primura, unica denominazione protetta tra le patate italiane, ma anche dal milione di euro di investimento annunciato ieri per lanciare la prima campagna istituzionale di comunicazione, al claim "Molto più che buona", complice il finanziamento dell'Unione europea (nell'ambito del bando 1144/2014 "Azioni di informazione e promozione dei prodotti agricoli").

Il consumo di patate tende ad essere costante (mediamente un italiano ne consuma circa 35 kg l'anno) ed è uno dei prodotti che per definizione è a domanda rigida. «La crescita registrata dalla nostra Dop evidenzia la fiducia che siamo riusciti a infondere nel consumatore che torna a riacquistare le nostre confezioni perché sa di trovare sempre le stesse patate e la stessa garanzia di qualità e bontà. Siamo l'unica referenza monovarietale, la Primura, presente sul mercato e in più con la certificazione di origine protetta. Primi ad avere ottenuto questa importante certificazione e fra i primi ad avere voluto

un consorzio a tutela della denominazione e del prodotto», sottolinea Davide Martelli, presidente del Consorzio di Tutela Patata di Bologna Dop, nato nel 2002 e che rappresenta una novantina di aziende del territorio bolognese tra i fiumi Sillaro e Reno.

Complessivamente sono 420 gli ettari seminati oggi a Dop (che saranno raccolti il prossimo anno) e si stima di superare i 500 ettari per la campagna 2021/2022. Superfici in forte crescita, rispetto ai 300 ettari coltivati un decennio fa, di riflesso a un raddoppio abbondante (+127%) della produzione certificata, che ha superato nell'ultima stagione le 11mila tonnellate. Erano neppure 5mila nel 2010. Ancora una piccola fetta, dunque, delle 130mila tonnellate di produzione pataticola tricolore, ma è quella con i più alti tassi di crescita, cinque volte quelli medi del comparto.

Il lockdown ha cambiato il canale di consumo di pa-



tate spostandolo dal fuori casa (Horeca) al consumo domestico e questo permette alla Dop bolognese - che per il 95% viene venduta nella grande distribuzione - di far leva su un maggior appeal in fase di acquisto diretto da parte del consumatore, in virtù della confezione e del brand riconoscibili e del prezzo comunque abbordabile (tra 1,30 e 1,70 euro al kg). «Un prezzo che va a remunerare il maggior costo sostenuto dal produttore della varietà Primura, naturalmente meno produttiva, ma con migliori proprietà nutrizionali e un minor impatto sull'ambiente», rimarca Martelli. Ed è proprio sul rafforzamento della notorietà della Dop tra le famiglie italiane che punta la campagna triennale di comunicazione in partenza il prossimo 13 dicembre.

—Ilaria Vesentini

■ RIPRODUZIONE RISERVATA

Il settore quest'anno ha stanziato un milione di euro per farsi pubblicità sui mercati europei



Il lockdown fa volare il consumo di patate

Il settore della 'Bologna Dop' fa segnare un più 33 per cento. Il presidente del Consorzio: «Abbiamo ottenuto la fiducia dei consumatori»

La Patata di Bologna Dop è sempre più un prodotto esclusivo e rappresentativo del territorio, che ne esalta qualità e proprietà, unicum nel panorama nazionale del 'settore pataticolo'. Un valore che si rafforza anche in tempo di pandemia: se è vero che il lockdown ha cambiato il canale di consumo delle patate passando dal 'fuori casa' (Horeca) al consumo domestico, è altrettanto vero che i dati relativi alla patata Dop evidenziano - fino a ottobre - un incremento di vendita pari al 33 per cento, rispetto allo stesso periodo dello scorso anno.

Il fenomeno si inserisce nel contesto di una crescita generale del 'prodotto patata' nella distribuzione moderna, anche se con volumi inferiori: +6,3% (Fonte Nielsen). Ma l'apprezzamento dell'eccellenza locale è un percorso che arriva da lontano, al di là dell'emergenza sanitaria, e in grado di resistere all'impatto del Covid: le patate sono uno degli alimenti che vengono considerati a lunga conservazione e quindi buoni per una scorta di medio periodo.

In media, infatti, gli italiani consumano 35 chili di patate procapite, con una netta maggioranza di acquisto nella Grande Distribuzione (che interessa il 95% delle vendite della Dop).

«Questa crescita evidenzia la fiducia che siamo riusciti a infondere nel consumatore - spiega Davide Martelli, presidente del

Consorzio di tutela Patata di Bologna Dop -. Il consumo di patate tende a essere costante, è uno dei prodotti che per definizione è a domanda rigida e il consumatore tende a riacquistare: nel nostro caso, viene semplicemente riacquistato per la bontà che ci viene riconosciuta e per la notevole qualità che trova nelle nostre confezioni». Ottimi risultati che portano il consorzio a lanciare una nuova campagna di comunicazione: 'Quali-Pat', che poggia le fondamenta su uno slogan chiaro: «Molto più che buona».

Un progetto finanziato con il contributo dell'Unione europea, nell'ambito del bando «Azioni di informazione e pro-

mozione dei prodotti agricoli», per un importo di circa un milione di euro.

«La comunicazione sarà orientata a rafforzare la notorietà della Patata di Bologna Dop - sottolinea Andrea Galli, coordinatore della campagna -, informando sulle qualità e peculiarità del prodotto e rendendo note anche le garanzie della certificazione. E sarà soprattutto rivolta ai giovani». Di varietà 'Primura', «la Dop bolognese ha inoltre un gusto unico e una composizione che la rendono ottima per tutte le preparazioni»: la stagione 2019/2020 ha toccato quota 11.229 tonnellate, con una crescita in percentuale del +19,8%. È l'attestazione di un prodotto sempre più apprezzato dal consumatore, con un gradimento



► 3 dicembre 2020 - Edizione Bologna

creciuto nel corso degli anni. Dieci anni fa la produzione certificata non era neanche la metà (4.936 tonnellate) e in una decade la crescita è stata del +127,5 per cento.

Francesco Moroni

CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE

Il progetto triennale è stato finanziato dalla Unione europea con un milione di euro



Davide Martelli, presidente del consorzio Patata dop di Bologna con Andrea Galli, di QualiPat



Contro il +6,3% del prodotto patata

Patata di Bologna Dop, vendite boom Nel 2020 consumo cresciuto del 33%



Cresce il consumo della Patata di Bologna Dop: +33% nel 2020 rispetto al +6,3 del prodotto patata. Produzione oltre 11mila tonnellate (+19,8). In Italia il consumo medio è di 35 kg di patate l'anno, soprattutto comprate nella grande distribuzione: Patata di Bologna Dop vende così il 95%.



COINVOLTI I COMUNI

E a Roma nasce una nuova associazione

È nata ufficialmente a Roma l'associazione nazionale «Città della Patata», che vede coinvolti i Comuni italiani che sono caratterizzati dalla presenza nel territorio comunale di terreni coltivati a patata o che siano sede storica di consolidate e collaudate manifestazioni a sostegno della produzione e del consumo delle patate. Il Comune di Muro Lucano (Pz) diventa socio fondatore e vede il suo sindaco Giovanni Setaro tra i sette membri eletti nel consiglio direttivo nazionale, così come previsto dallo stesso Statuto. L'associazione, si legge in una nota, opererà per sostenere e sviluppare la qualità delle produzioni e dei territori delle Città della Patata, tramite iniziative e servizi nel campo della tutela, del sostegno allo sviluppo, della promozione e dell'informazione. In particolare, opera per valorizzare e tutelare la patatocoltura di qualità, i biotipi di patata autoctoni e antichi.

Patata di Bologna, produzione boom

Davide Martelli, presidente del consorzio: «Superate per la prima volta le 10mila tonnellate, crescita del 19,8%»

di Francesco Moroni
BOLOGNA

La Patata di Bologna è la prima in Italia ad avere ricevuto la certificazione Dop (Denominazione Origine Protetta). Prodotta e confezionata esclusivamente nella provincia di Bologna, terra che vanta una lunga storia pataticola di almeno due secoli, è caratterizzata da un'unica varietà, la Primura, vero e proprio unicum nel panorama nazionale. Per valorizzarla nel 2002 è nato il Consorzio della Patata di Bologna Dop, che quattro anni fa ha anche ottenuto l'incarico di Tutela della denominazione. Una novantina le aziende agricole coinvolte per una produzione lorda di oltre 14mila tonnellate. Presidente – e anche produttore – è Davide Martelli, con cui facciamo il punto sul prodotto. **La Patata e Bologna: un rapporto quasi inscindibile.** «È proprio così, la certificazione Dop non ha fatto altro che confermarlo. L'unica varietà della Patata di Bologna Dop è la Primura, presente da oltre mezzo secolo nel territorio bolognese. Le sue caratteristiche sono determinate dalla genetica e dall'ambiente di coltivazione: suolo, clima, tecniche di coltiva-

zione, naturalmente preposta ad una lunga conservazione, sono gli ingredienti di un prodotto che trae la sua tipicità nello stretto legame con i fertili suoli. La qualità è tutta naturale e nasce da queste specifiche condizioni. Non a caso abbiamo scelto come claim della nostra campagna promozionale 'La bontà è di questa terra'. **Il legame col territorio, dunque, è un aspetto centrale.** «Assolutamente sì. Con il progetto 'Coltivatori di valori' abbia-

mo dato un volto e raccontato la storia dei produttori proprio per rimarcare il legame col territorio e dare la possibilità al consumatore di conoscere chi ha prodotto le patate acquistate». **In che modo?** «Ogni confezione riporta un QR Code; una volta scansionato e inserito il codice C.R. riportato sulla confezione, consente di far conoscere l'agricoltore che ha coltivato quelle patate, la sua storia personale, il suo legame col territorio. In sostanza ol-

tre a tracciare il prodotto viene dato un volto a colui che lavora la terra e ne è custode geloso». **Produzione, di che numeri parliamo?** «Per la prima volta sono state superate le 10mila tonnellate. La stagione 2019/2020 infatti ha toccato quota 11.229 tonnellate, con una crescita in percentuale del +19,8%. È il segnale di un prodotto sempre più apprezzato dal consumatore con un gradimento cresciuto nel corso degli anni. Dieci anni fa la produzione certificata non era neanche la metà: 4.936 tonnellate. In una decade la crescita è stata del +127,5%».

Questo difficile 2020 contrassegnato dall'emergenza sanitaria ha favorito il consumo della Patata di Bologna? «Più che favorito direi consolidato. Già da prima dell'emergenza Covid-19 i numeri erano in crescita, frutto di una comunicazio-

ne attenta; un'ulteriore evoluzione la comunicheremo in anteprima mercoledì 2 dicembre in un evento alla stampa aperto anche al pubblico. La vendita in buona parte nel canale della grande distribuzione, unito alle campagne di promozione hanno fatto crescere un prodotto che piace sempre di più, che il consumatore riconosce e torna in negozio a riacquistare. Questo per merito di un elemento distintivo: la sua qualità, cresciuta in maniera sempre maggiore grazie al grande lavoro dei produttori e alla sua bontà».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Davide Martelli è il presidente del Consorzio della Patata di Bologna

FATTORI DETERMINANTI

La certificazione Dop e la varietà unica della Primura. E ora si potrà scoprire la coltivazione grazie al QR Code

LA SCHEDA

Una novantina le aziende coinvolte

Il Consorzio è nato nel 2002. Anche il confezionamento si fa tutto nel Bolognese

1 La specialità
Prodotta e confezionata esclusivamente nella provincia di Bologna, terra che vanta una lunga storia pataticola di almeno due secoli, la patata è caratterizzata da un'unica varietà, la Primura, vero e proprio unicum nel panorama nazionale.

2 L'organizzazione
Per valorizzare la Primura nel 2002 è nato il Consorzio della Patata di Bologna Dop, che quattro anni fa ha anche ottenuto l'incarico di Tutela della denominazione. Una novantina le aziende agricole coinvolte.



3 Il balzo
Dieci anni fa la produzione certificata della Patata di Bologna non era neanche la metà: 4.936 tonnellate. In una decade la crescita è stata del +127,5%. È il segnale di un prodotto sempre più apprezzato con un gradimento cresciuto nel corso degli anni.

AdnKronos

2 dicembre 2020

AGROALIMENTARE: PER PATATA BOLOGNA DOP +33% CONSUMO, AL VIA CAMPAGNA COMUNICAZIONE =

Bologna, 2 dic. (Adnkronos/Labitalia) - 'Molto più che buona'. Con questo claim il Consorzio di Tutela della Patata di Bologna Dop inaugura la campagna di comunicazione triennale QualiPat. Un progetto finanziato con il contributo dell'Unione europea nell'ambito del bando 1144/2014 'Azioni di informazione e promozione dei prodotti agricoli' per un importo di circa un milione di euro. Il planning comunicativo dei 3 anni prevede l'utilizzo di diversi canali (Tv, radio, social, web), con l'obiettivo di parlare a diversi target, inclusi i più giovani. La comunicazione sarà orientata a rafforzare la notorietà della Patata di Bologna Dop, informando sulle qualità e peculiarità del prodotto e rendendo note anche le garanzie dei prodotti a marchio Dop.

La Patata di Bologna Dop è infatti un prodotto esclusivo di un territorio che ne esalta qualità e proprietà, proprio per questo un unicum nel panorama nazionale del settore pataticolo. Le produzioni a Denominazione di origine sono certificate e garantite dal Consorzio anche attraverso un organismo di controllo aggiuntivo che, rispetto ai prodotti a norma di legge, aggiunge un controllo in più di rispetto del disciplinare di produzione imposto dal Consorzio. Di varietà Primura, la Patata di Bologna Dop ha inoltre un gusto unico e una composizione che la rendono ottima per tutte le preparazioni. Per l'anno 2020 il progetto prevede una campagna TV di 3 settimane, su emittenti del gruppo Cairo Editore, in partenza il prossimo 13 dicembre.

Quello che è certo è la crescita della patata nella scelta dei consumatori. Se è vero che il lockdown ha cambiato il canale di consumo delle patate passando dal fuori casa (horeca) al consumo domestico, è altrettanto vero che l'apprezzamento della Patata di Bologna Dop è un percorso che arriva da lontano, prima dell'attuale particolare situazione. Le patate sono uno degli alimenti che vengono considerati a lunga conservazione e quindi buone per la dispensa da utilizzare nel medio periodo al bisogno. Come ricordano i nutrizionisti, una o due porzioni di patate a settimana dovrebbero sempre essere presenti nella dieta. Mediamente un italiano consuma circa 35 kg di patate procapite, con una netta maggioranza di acquisto nella Grande Distribuzione.

(segue)

AGROALIMENTARE: PER PATATA BOLOGNA DOP +33% CONSUMO, AL VIA CAMPAGNA COMUNICAZIONE (2) =

(Adnkronos/Labitalia) - Entrando nei numeri i dati relativi alla Patata di Bologna Dop evidenziano nel corso dell'anno (fino a ottobre 2020) un incremento di vendita della Patata di Bologna Dop del +33%, rispetto allo stesso periodo precedente. Il dato si inserisce nel contesto di una crescita generale del 'prodotto patata' nella distribuzione moderna, anche se con volumi inferiori: +6,3% (Fonte Nielsen). Il canale di vendita della Patata di Bologna ha interessato per lo più la Grande distribuzione (95%), presente nelle principali catene distributive, in alcune delle quali con confezioni in co-branding dove è molto evidente la dicitura 'Patata di Bologna', con il logo del consorzio e il bollino Dop comunitario a garanzia del prodotto.

'Questa crescita - spiega Davide Martelli, presidente del Consorzio di Tutela Patata di Bologna Dop - evidenzia la fiducia che siamo riusciti ad infondere nel consumatore che ricompra le nostre confezioni perché sa di trovare sempre le stesse patate. Il consumo di patate tende ad essere costante, è uno dei prodotti che per definizione è a domanda rigida e il consumatore tende a riacquistare; nel nostro caso viene semplicemente riacquistato per la bontà che ci viene riconosciuta e per la notevole qualità che trova nelle nostre confezioni. Siamo l'unica referenza monovarietale, la Primura, presente sul mercato e in più con la certificazione Dop. Primi ad avere ottenuto questa importante certificazione e fra i primi ad avere voluto un consorzio a tutela della denominazione e del prodotto'.

La Patata di Bologna Dop proprio per le sue peculiarità di essere unica è collocata fra i prodotti top di gamma per qualità e prezzo. Il prezzo medio in vendita è collocato tra 1,30 a 1,70 al kg, specificando che il consorzio non ha il controllo dei prezzi alla vendita, essendo appannaggio esclusivo del rivenditore finale. Nel caso della patata di Bologna Dop il maggior prezzo richiesto serve per remunerare il produttore della varietà Primura che si ritrova con una varietà naturalmente meno produttiva, i cui costi di produzione incidono in maniera maggiore ma impatta meno sull'ambiente.

(segue)

AGROALIMENTARE: PER PATATA BOLOGNA DOP +33% CONSUMO, AL VIA CAMPAGNA COMUNICAZIONE (3) =

(Adnkronos/Labitalia) - Centrale nella Patata di Bologna Dop è il legame con il territorio, valorizzato dal progetto lanciato lo scorso anno, 'Coltivatori di valori'. Per rimarcare

il legame inscindibile col suo terroir ogni confezione del prodotto riporta un Qr Code che una volta scansionato e inserito il codice Cr riportato sulla confezione, consente di far conoscere l'agricoltore che ha coltivato quelle patate, la sua storia personale, il suo legame col territorio. In sostanza oltre a tracciare il prodotto viene dato un volto a colui che lavora la terra e ne è custode geloso.

La stagione 2019/2020 ha toccato quota 11.229 tonnellate, con una crescita in percentuale del +19,8%. È l'attestazione di un prodotto sempre più apprezzato dal consumatore con un gradimento cresciuto nel corso degli anni. Dieci anni fa la produzione certificata non era neanche la metà: 4.936 tonnellate. In una decade la crescita è stata del +127,5%.

Analizzando i dati delle superfici certificate, complessivamente sono stati 357 gli ettari seminati nell'annata 2019-2020, con la previsione per la stagione 2020/2021 di 419 ettari messi a regime. Anche in questo caso, mettendo a confronto i numeri nel periodo degli ultimi dieci anni emerge una crescita delle superfici pari al +36,3%.

(Tri/Adnkronos)

ISSN 2465 - 1222
02-DIC-20 18:49



Learn more about our premium blends
sales@trustthequeen.com

QUEEN OF GREENS

Patata di Bologna Dop sales increase by 33%

The lockdown pushed potato sales, so much so that, as president Davide Martelli reported during the press conference to present the new Qualipat project, Consorzio Patata di Bologna Dop registered a 33% increase compared to the previous year.



"Potato sales increased on average by 6.3% and our PDO produce increased by 33%. This is due to its recognizable high quality and to the fact we grow and commercialize only one variety - Primura."

Announcements

- Click here to receive this news directly in your inbox



Job Offers

- Grower / Head Grower Canada
- Maintenance Engineer (CA, USA)
- Head of Horticulture - Thuwal, Saudi Arabia
- Executive Officer - Brisbane, Australia
- European Export Sales Manager (Asia Market)
- Greenhouse Manager - Carlisle (PA)



Left to right: Davide Martelli, Maurizio Magni (Prima Pagina) and Andrea Galli

Patata di Bologna Dop sales increase by 33%

The lockdown pushed potato sales, so much so that, as president Davide Martelli reported during the press conference to present the new Qualipat project, Consorzio Patata di Bologna Dop registered a 33% increase compared to the previous year.

Patata di Bologna D.O.P., molto più che buona



"Potato sales increased on average by 6.3% and our PDO produce increased by 33%. This is due to its recognizable high quality and to the fact we grow and commercialize only one variety - Primura."



Left to right: Davide Martelli, Maurizio Magni (Prima Pagina) and Andrea Galli

Andrea Galli, manager of the Qualipat project, explained that "we have invested €1 million over three years for TV, radio and social media ads. We took part in a European tender that financed 70% of the expenses. The claim is *Molto più che buona* (Much more than just nice)."



On an agronomic level, production was affected by drought in spring. The wireworm problem is always lurking but, as Primura is an early variety, it partially avoids attacks.

The Consortium gathers 90 businesses and 9 packers. The product sold in a year was 12 thousand tons. Each packet has a QR code and is fully traceable.

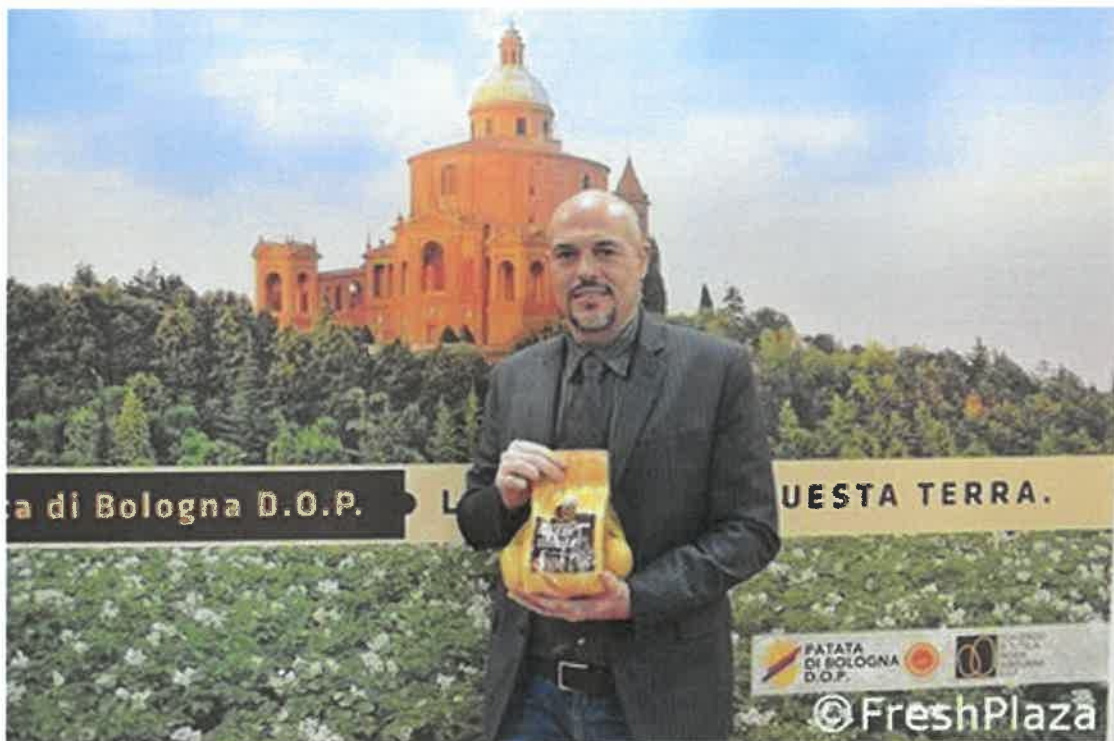


Due to their unique qualities, PDO potatoes from Bologna are considered top-of-the-range when it comes to quality and price. The average price is €1.30-1.70/kg. "During the last campaign, producers made around €0.30/kg. This year quotations seem to be lower, but they should be satisfactory anyway."

"Packagers usually pay a few cents more per kg for the PDO produce, as they know yields per hectare are lower than those of traditional potatoes and because they know they make a higher revenue. This revenue, however, is spread along the entire Framework Agreement. For PDO products, framework agreements indicate the minimum base to form the producer price."



As for certified plots, 357 hectares were sowed in total during the 2019-2020 campaign. 419 hectares are envisaged for the 2020/21 season. In this case too, the growth over the past ten years has been 36.3%.



Most of the produce is sold through big retail chains (95%), also in co-branding with the "Patata di Bologna" wording, logo of the consortium and PDO mark well visible on packets.



Contatti

Consorzio di tutela patata di Bologna DOP

via Tosarelli 155

40050 Villanova di Castenaso (BO)

Tel.: +39 (0)51 7821709

Fax: +39 (0)51 782356

Website: www.patataadibologna.it (<http://www.patataadibologna.it/>)

Publication date: Fri 4 Dec 2020

© FreshPlaza.com



Usiamo i cookie per fornire un'esperienza più sicura e per rivolgere alcune inserzioni al pubblico giusto. Cliccando o navigando sul sito, acconsenti alla raccolta da parte nostra di informazioni tramite i cookie. Puoi anche disattivare la personalizzazione degli annunci o consultare la nostra informativa privacy.



Non riceve alcun finanziamento pubblico

Direttore responsabile:
CLARA MOSCHINI



Home ► Agroalimentare ► Comunicati stampa

Patata di Bologna, via alla nuova campagna di comunicazione

Secondo il Consorzio di tutela "cresce il consumo del prodotto nel 2020, +33%"



"Molto più che buona". Con questo claim il Consorzio di tutela della patata di Bologna Dop inaugura la campagna di comunicazione triennale QualiPat. Un progetto finanziato con il contributo dell'Unione europea nell'ambito del bando 1144/2014 "Azioni di informazione e promozione dei prodotti agricoli" per un importo di circa un milione di Euro. Il planning comunicativo dei 3 anni prevede l'utilizzo di diversi canali (Tv, radio, social, web), con l'obiettivo di parlare a diversi target, inclusi i più giovani. La comunicazione sarà orientata a rafforzare la notorietà della patata di Bologna Dop. Per l'anno 2020 il progetto prevede una campagna Tv di 3 settimane, su emittenti del gruppo Cairo Editore, in partenza il prossimo 13 dicembre.

Di varietà Primura, il prodotto ha un gusto e una composizione che la rendono versatile per diverse preparazioni. Mediamente un italiano consuma circa 35 kg di patate procapite, con una netta maggioranza di acquisto nella grande distribuzione. I dati Nielsen evidenziano nel corso dell'anno (fino a ottobre 2020) un incremento di vendita della patata di Bologna Dop del +33%, rispetto allo stesso periodo precedente. Il dato si inserisce nel contesto di una crescita generale del "prodotto patata" nella distribuzione moderna, anche se con volumi inferiori: +6,3%. Il canale di vendita del prodotto ha interessato per lo più la grande distribuzione (95%), presente nelle principali catene distributive, in alcune delle quali con confezioni in co-branding dove è molto evidente la dicitura "Patata di Bologna", con il logo del consorzio e il bollino Dop comunitario a garanzia del prodotto.

Il prezzo medio in vendita è collocato tra 1,30 a 1,70 al kg. "Nel caso della patata di Bologna Dop il maggior prezzo richiesto serve per remunerare il produttore della varietà Primura che si ritrova con una varietà naturalmente meno produttiva, i cui costi di produzione incidono in maniera maggiore ma impatta meno sull'ambiente", comunica il Consorzio nel corso di una conferenza stampa organizzata nella giornata odierna. Grazie al progetto lanciato lo scorso anno, "Coltivatori di valori", viene sottolineato il legame del prodotto col suo "terroir"; ogni confezione riporta un Qr Code che una volta scansionato consente di far conoscere l'agricoltore che ha coltivato quelle patate, la sua storia personale, il suo legame col territorio. In sostanza oltre a tracciare il prodotto viene dato un volto a colui che lavora la terra e ne è custode.

La stagione 2019/2020 ha toccato quota 11.229 tonnellate di patate prodotte, con una crescita in percentuale del +19,8%. Dieci anni fa la produzione certificata non era neanche la metà: 4.936 tonnellate. In una decade la crescita è stata del +127,5%. Analizzando i dati delle superfici certificate, complessivamente sono stati 357 gli ettari seminati nell'annata 2019-2020, con la previsione per la stagione 2020/2021 di 419 ettari messi a regime. Anche in questo caso, mettendo a confronto i numeri nel periodo degli ultimi dieci anni, il Consorzio evidenzia una crescita delle superfici pari al +36,3%.

In allegato i consigli della nutrizionista Sara Olivieri e la ricetta del tortino di patate con fili di cipolle croccanti e gamberi, della blogger Sonia Paladini.

Guarda il video:



Giovedì 3 Dicembre 2020 | Home | Chi siamo | Pubblicità | Contatti | Multimedia | Cerca nel sito | Segui su:

ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER



home / L'Approfondimento / Patata di Bologna Dop, consumi in crescita del 33%



Giovedì 3 Dicembre 2020

L'APPROFONDIMENTO

Patata di Bologna Dop, consumi in crescita del 33%

È un'ottima stagione per la **Patata di Bologna Dop** che da un lato può contare su una crescita a doppia cifra sul mercato e, allo stesso tempo, è pronta a comunicare i valori della sua eccellenza con la nuova campagna di comunicazione triennale **QualIPat**.

Ma andiamo per ordine. Di quanto è cresciuto il prodotto? "Fino ad ottobre 2020 la patata di Bologna Dop ha registrato un incremento di vendita del 33%, rispetto allo stesso periodo dello scorso anno - ha spiegato il presidente del consorzio **Davide Martelli** durante la diretta facebook di ieri mattina - Un dato che, stando alle fonti Nielsen, si inserisce nel contesto di una crescita generale del 'prodotto patata' nella distribuzione moderna, anche se con volumi inferiori: +6,3%".

Relativamente ai canali di vendita non ci sono dubbi: "Il più interessato è stata la **Grande distribuzione** - ha specificato il presidente - dove si è registrato il 95% degli acquisti. Il prodotto si ritrova spesso in confezioni in co-branding dove è molto evidente la dicitura 'Patata di Bologna', con il logo del consorzio e il bollino Dop comunitario a garanzia del prodotto".





Da sinistra Davide Martelli (presidente consorzio), Maurizio Magni (ufficio stampa) e Andrea Galli (coordinatore consorzio) durante la conferenza

E ha aggiunto: "Il lockdown ha cambiato il canale di consumo delle patate passando dal fuori casa (Horeca) al consumo domestico, ma l'apprezzamento della Patata di Bologna Dop è un percorso che arriva da lontano, prima dell'attuale 'particolare' situazione. Le patate sono considerate un alimento a lunga conservazione e quindi da utilizzare nel medio periodo al bisogno. Come ricordano i nutrizionisti, una o due porzioni di patate a settimana dovrebbero sempre essere presenti nella dieta. Mediamente un italiano consuma circa 35 kg di patate procapite".

Tra i valori propri della patata di Bologna Dop, come ha ricordato il presidente, ci sono l'identificazione di un territorio che da solo fa brand ed un ottimo sistema di tracciabilità tramite QR code riportato sulle confezioni. Ma come è garantita la qualità? "Nelle nostre confezioni, il consumatore trova sempre la stessa varietà di patata Primura, versatile, con note delicate e decise allo stesso tempo, ideale per piatti salati ma anche dolci – ha continuato Martelli – una volta provate, i consumatori tendono a ricomprarle". E conclude: "Un altro elemento che ci sta ripagando in termini di fedeltà è il nostro disciplinare: oltre a garantire qualità, ci permette di fare una operazione di sostenibilità per il territorio attraverso tecniche di produzione integrata".

"Ora con Qualipat – ha concluso – vogliamo far conoscere ai consumatori i valori propri dei nostri produttori e le peculiarità racchiuse nelle nostre patate: la nostra è la prima patata Dop riconosciuta a libello nazionale e, per quanto rimanga un prodotto di nicchia, sta acquistando notorietà anche grazie alle iniziative di promozione".



A spiegare nei dettagli il progetto Qualipat, è stato il coordinatore del consorzio di tutela patata di Bologna Dop Andrea Galli: "Si tratta di una campagna di comunicazione triennale, finanziata con il contributo dell'Unione europea per un importo di circa un milione di euro distribuito su tre anni. E' previsto l'utilizzo di diversi canali (Tv, radio, social, web), con l'obiettivo di parlare a diversi target, inclusi i più giovani". E ha aggiunto: "Il claim scelto dal consorzio di tutela della patata di Bologna Dop per inaugurare la campagna è 'Molto più che buona' con riferimento alla qualità e alle peculiarità del prodotto e del territorio in cui è coltivato, oltre a sottolineare la garanzia dei prodotti a marchio Dop". Per l'anno 2020 il progetto prevede una campagna Tv di 3 settimane, su emittenti del gruppo Cairo Editore, in partenza il prossimo 13 dicembre".

La qualità si riflette sul mercato

Le produzioni a denominazione di origine sono certificate e garantite dal consorzio anche attraverso un organismo di controllo aggiuntivo che, rispetto ai prodotti a norma di legge, aggiunge un controllo in più di rispetto del disciplinare di produzione imposto dal consorzio. Sono le peculiarità del prodotto a collocare la Patata di Bologna Dop tra i prodotti top di gamma, con un prezzo medio di vendita che oscilla da 1,30 a 1,70 euro al chilogrammo. "Il consorzio non ha il controllo dei prezzi alla vendita – specifica Galli – essendo appannaggio esclusivo del rivenditore finale. Per quanto riguarda il prezzo percepito dai produttori, l'anno scorso è stata pagata una cifra media di 30 centesimi. Per quest'anno, visto che il 95% del prodotto Dop è in conto deposito nell'ambito del contratto quadro, il prezzo non è ancora stato definito: si prevede un prezzo leggermente inferiore, probabilmente di 28 centesimi al chilo".





meridiem seeds



La Patata di Bologna Dop in numeri

La stagione 2019/2020 ha toccato quota 11.229 tonnellate, con una crescita in percentuale del +19,8%. Dieci anni fa la produzione certificata non era neanche la metà (4.936 tonnellate) e in una decade la crescita è stata del +127,5%.

Analizzando i dati delle superfici certificate, complessivamente sono stati 357 gli ettari seminati nell'annata 2019-2020, con la previsione per la stagione 2020/2021 di 419 ettari messi a regime. Anche in questo caso, mettendo a confronto i numeri nel periodo degli ultimi dieci anni emerge una crescita delle superfici pari al +36,3%.

Costituito nel 2002, il consorzio della patata di Bologna Dop ha ottenuto l'incarico di Tutela nel 2016: oggi raggruppa 90 aziende per una produzione certificata di oltre 14mila tonnellate. Complessivamente sono 420 gli ettari seminati, con una previsione di crescita vicina ai 500 ettari per la prossima campagna.

Alla diretta sono intervenute anche la nutrizionista Sara Olivieri di InizioLunedì e la food blogger Sonia Paladini per analizzare la patata di Bologna Dop dal punto di vista nutrizionale (un prodotto ricco di vitamina C, potassio e fibre) e per suggerire gustose ricette.

Copyright 2020 Italiafruit News



Alice Magnani
Contributor
alice@italiafruit.net

Leggi altri articoli di:
[Alice Magnani](#)

Leggi altri articoli su:
[Patata di Bologna Dop](#)
[Patate](#)



Metti il futuro del business delle tue Mele in ottime mani.



Scopri il vero volto della natura



Altri articoli che potrebbero interessarti:



Patate al selenio, Apofruit investe in Sicilia



Romagnoli solidale: donate 50 tonnellate di patate





CONSUMI
& CONSUMATORE ▾

PRODUZIONE
& MERCATI ▾

RETAIL
& MARKETING ▾

TECH
& LOGISTICA ▾

HORECA
& FOOD SERVICE ▾

ACCEDI / REGISTRATI

I PIÙ VISTI

VIDEO

PREZZI ORTOFRUTTA

SPECIALI 2020 ▾

SPECIALI 2019 ▾

SPECIALI 2018 ▾

Home > Consumi & consumatore > Numeri e previsioni > Patata di Bologna Dop, al via una campagna di comunicazione triennale

Consumi & consumatore

Numeri e previsioni

Spot&promo

Patata di Bologna Dop, al via una campagna di comunicazione triennale

Dal 13 dicembre spot TV per 3 settimane. Crescono nel 2020 i consumi del prodotto certificato: +33%

Daniele Colombo 3 dicembre 2020



Patata di Bologna Dop, al via una campagna di comunicazione triennale

Dal 13 dicembre spot TV per 3 settimane. Crescono nel 2020 i consumi del prodotto certificato: +33%

Daniele Colombo 3 dicembre 2020



Molto più che buona. Con questo claim il **Consorzio di Tutela della Patata di Bologna Dop**, che raggruppa una novantina di aziende, inaugura una **campagna di comunicazione triennale**. Per l'anno 2020 il progetto prevede spot TV per 3 settimane su emittenti del Gruppo Cairo Editore, in partenza il prossimo 13 dicembre.

Focus sulle qualità e peculiarità: "Unica referenza monovarietale e con la Dop"

Il planning comunicativo del 3 anni (un progetto finanziato con il contributo dell'**Unione europea** per un **importo di circa un milione di euro**) prevede l'utilizzo di diversi canali (Tv, radio, social, web), con l'obiettivo di parlare a diversi target. La comunicazione sarà orientata a rafforzare la notorietà della Patata di Bologna Dop, con focus sulle sue **qualità e peculiarità**, rendendo note anche le garanzie dei prodotti a marchio Dop.

"Siamo **l'unica referenza monovarietale**, la **Primura**, presente sul mercato e in più con la certificazione Dop. Primi ad avere ottenuto questa importante certificazione e tra i primi ad avere voluto un Consorzio a tutela della denominazione e del prodotto" ricorda **Davide Martelli, presidente del Consorzio di Tutela Patata di Bologna Dop**.

La Patata di Bologna Dop è collocata fra i **prodotti top di gamma** per qualità e prezzo. Il **prezzo medio** in vendita è collocato tra 1,30 a 1,70 euro al Kg. Giustifica anche la remunerazione del produttore della varietà **Primura**, meno produttiva, ma con **minore impatto sull'ambiente**. Dallo scorso anno, con il progetto **Coltivatori di valori**, è anche **tracciata**: ogni confezione riporta un QR Code che consente di risalire all'agricoltore- coltivatore.

L'aumento delle vendite della Patata di Bologna Dop 5 volte quello del prodotto patata. Per il 95% è distribuita nella Grande distribuzione

I dati (fino a ottobre 2020) evidenziano un **Incremento di vendita della Patata di Bologna Dop del 33%** rispetto allo stesso periodo precedente. Che rispecchia una crescita generale del "prodotto patata" nella distribuzione moderna, anche se con volumi inferiori (+6,3%, fonte Nielsen). **Il canale di vendita** della Patata di Bologna ha interessato per lo più la **Grande distribuzione (95%)**.

Riguardo alla passata stagione 2019-2020, i volumi hanno toccato quota 11.229 tonnellate, con una crescita in percentuale del +19,8% (in una decade è stata del +127,5%). Complessivamente sono stati **357 gli ettari seminati**, con la **previsione** per la stagione 2020-2021 di arrivare a **419 ettari** a regime (in dieci anni la crescita delle superfici è del 36,3%).



Il progetto di comunicazione della Patata di Bologna Dop ha avuto un contributo dell'Ue

Daniele Colombo

Gli ettari sono in forte aumento. Guarda il video dello spot

Patata di Bologna Dop, vendite in crescita del 33 per cento

Il lockdown ha fatto decollare le vendite di patate. Il Consorzio Patata di Bologna Dop ha registrato un incremento del 33% rispetto all'anno precedente. Lo ha detto il presidente del Consorzio Davide Martelli durante la conferenza stampa di presentazione del progetto Qualipat per la nuova campagna di comunicazione.

"Mediamente, la crescita delle vendite di patate - ha precisato Martelli - è stata del 6,3%. Nell'ambito di questa performance del comparto, il nostro prodotto Dop è aumentato del 33%. Merito di una qualità riconoscibile e di una sola varietà coltivata e commercializzata, la Primura".



Da sinistra Davide Martelli, Maurizio Magni (Prima Pagina) e Andrea Galli

Andrea Galli, responsabile del progetto Qualipat, ne ha descritte le caratteristiche: "Sul fronte della comunicazione, investiamo un milione di euro in 3 anni per visibilità in tv, radio e social. Abbiamo partecipato a un bando europeo che ha finanziato il 70% della spesa. Il claim dello spot è *Molto più che buona*".



Sul fronte agronomico, le produzioni hanno risentito della siccità primaverile. Il problema degli elateridi è sempre in agguato, ma Primura, essendo una varietà precoce, in parte evita gli attacchi delle larve.

Il Consorzio conta 90 aziende e 9 confezionatori. Il prodotto venduto su base annua è stato pari a 12mila tonnellate. Ogni confezione ha un QR Code per la totale rintracciabilità.

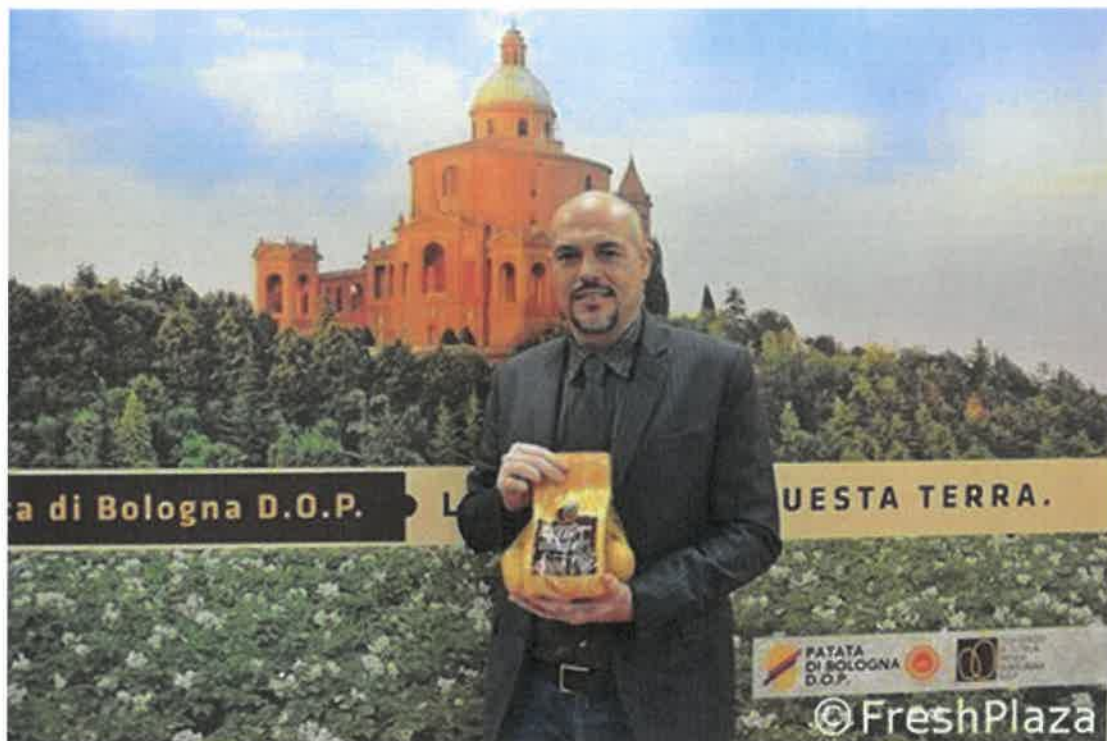


La Patata di Bologna Dop, proprio per le sue peculiarità uniche, è collocata fra i prodotti top di gamma per qualità e prezzo. Il prezzo medio alla vendita si colloca tra 1,30 e 1,70 euro al kg, specificando che il Consorzio non ha il controllo su questi prezzi, essendo essi appannaggio esclusivo del rivenditore finale. "Ai produttori - ha detto Galli - nella scorsa campagna sono andati circa 30 cent/kg. Quest'anno le quotazioni paiono inferiori, ma dovrebbero comunque risultare soddisfacenti".

"I consorziati confezionatori, di solito, pagano alcuni centesimi al kg in più il prodotto Dop, consapevoli del fatto che la resa per ettaro è più bassa delle patate comuni, oltre che per riconoscere il maggior introito che dà. Maggiore introito che spesso viene spalmato su tutto il prodotto del Contratto Quadro e non solo sulla Dop. Rileviamo che di solito il contratto quadro, per il prodotto Dop, indica la base minima da cui partire per la formazione del prezzo al produttore".



Analizzando i dati delle superfici certificate, complessivamente sono stati 357 gli ettari seminati nell'annata 2019-2020, con la previsione per la stagione 2020/21 di 419 ettari messi a regime (cfr. [Freshplaza del 10/07/2020](#)). Anche in questo caso, mettendo a confronto i numeri nel periodo degli ultimi dieci anni, emerge una crescita delle superfici pari al +36,3%.



Il canale di vendita della Patata di Bologna ha interessato per lo più la Grande distribuzione (95%), presente nelle principali catene distributive, in alcune delle quali con confezioni in co-branding dove è molto evidente la dicitura "Patata di Bologna", con il logo del consorzio e il bollino Dop comunitario a garanzia del prodotto.



Contatti

Consorzio di tutela patata di Bologna DOP

via Tosarelli 155

40050 Villanova di Castenaso (BO)

Tel.: +39 (0)51 7821709

Fax: +39 (0)51 782356

Web: www.patatadibologna.it



NEWS MONDO

DALLE AZIENDE

FOCUS GDO

FRUTTA SECCA

PICCOLI FRUTTI

NEWSLETTER

COS'È MYFRUIT



Prodotti

Patata di Bologna Dop, crescono i consumi (+33%) e le sfide

3 Dicembre 2020



Patata di Bologna Dop, crescono i consumi (+33%) e le sfide

3 Dicembre 2020



Autore **Emanuela Stifano**

La performance dovuta, anche, alla maggiore penetrazione della Gdo. Una nuova campagna di comunicazione per incrementare le quote di mercato

Crescono le vendite di patata di Bologna Dop (Denominazione di origine controllata) e si fanno più **ambiziosi gli obiettivi per il futuro**. Anche, grazie, alla nuova **campagna di comunicazione triennale** che prenderà avvio il 13 dicembre e sarà veicolata tramite tv, radio, web e social: “L’obiettivo – ha spiegato **Andrea Galli**, coordinatore del progetto di **comunicazione triennale QualiPat**, durante la conferenza stampa di ieri – è di **raggiungere diversi target di consumatori**, compresi i **giovani**. E naturalmente tutti coloro che sono **interessati all’origine dei prodotti**”.

La conferenza stampa è stata anche l’occasione per fare il punto sull’**andamento di mercato**: “I **consumi** della patata di Bologna Dop sono **in aumento** – ha raccontato **Davide Martelli**, presidente del consorzio di tutela – **In dieci anni la produzione certificata è cresciuta del 127,5 per cento**. Riteniamo questi risultati il giusto riconoscimento a tutto quello che sta dietro la Dop”. Il riferimento è al rispetto del **disciplinare di produzione**, al **sistema di tracciabilità** messo a punto attraverso l’apposito **codice** presente in tutte le confezioni dal quale si può **risalire al nome del produttore** e, anche, alla scelta di includere nel pack patate di un’unica varietà, la **Premura**.

La patata di Bologna Dop in numeri

Sono **90 le aziende agricole** che aderiscono al Consorzio di tutela, per un totale di **420 ettari** seminati, e sono **nove i confezionatori**. Il **venduto** ammonta a una media di **poco meno di 12mila tonnellate ogni anno**, la stagione **2019-20** ha toccato quota **11.229 tonnellate**, con una crescita del **+19,8%** rispetto allo **scorso anno**. Per dare la dimensione, si sappia che la **produzione nazionale** è di **130mila tonnellate**: “Il nostro è ancora un **prodotto di nicchia** – ha commentato il presidente – La campagna di comunicazione è anche volta a **incrementare le nostre quote di mercato**”.

Complice la pandemia, quest'anno, a ottobre, rispetto allo stesso periodo del 2019, i **consumi complessivi di patate** sono cresciuti, secondo i dati Nielsen, del **6,3 per cento**. Un trend che non rispecchia quello delle vendite di **patata di Bologna Dop**, che **cresce invece a doppia**: "Grazie, anche, a una **maggiore penetrazione della Gdo** – ha spiegato Martelli – registriamo un'incremento del **33 per cento**. Oggi siamo presenti presso **quasi tutte le insegne**".

Quanto ai **prezzi**, la forbice è tra **1,30-1,70 euro il chilo**, a seconda delle decisioni delle catene distributive; per la **remunerazione del produttore**, invece, è ancora presto per dare cifre, poiché la stagione non è ancora conclusa. Ma a proposito Galli ha chiarito: "Lo **scorso anno**, con **0,30 euro il chilo**, è stata una buona annata. Quest'anno **ci aspettiamo qualcosa in meno**".



Davide Martelli, presidente del consorzio di tutela patata di Bologna Dop

Patata di Bologna Dop, molto più che buona



Tornando alla campagna, si tratta di un progetto finanziato con il contributo dell'Unione europea nell'ambito del bando 1144-2014 volto a mettere a punto azioni di informazione e promozione dei prodotti agricoli: "L'investimento triennale è di circa **un milione di euro** – ha precisato Galli – Di questi, **il 70% è finanziato**".

"**Molto più che buona**" è il **claim** scelto allo scopo: "La denominazione di origine – ha concluso Galli – è la tutela intellettuale del territorio. Con il progetto di comunicazione vogliamo **trasmettere i valori** dei luoghi di produzione della patata di Bologna Dop e

3/12/2020

Patata di Bologna Dop, crescono i consumi (+33%) e le sfide

ricordare l'**impegno dei nostri produttori**, grazie ai quali è possibile tracciare e garantire ogni singola confezione venduta".

(Visited 12 times, 11 visits today)

DOP comunicazione patata di bologna dop



[HOME](#) [PRIMO PIANO](#) [EDITORIALI](#) [NEWS](#) [COMUNICATI](#) [REDAZIONE](#) [CONTATTI](#) [ABBONATI](#) [NEWSLETTER](#)

L'INFORMAZIONE PROFESSIONALE PER IL TRADE ORTOFRUTTICOLO

[HOME](#) [PRIMO PIANO](#)

[EDITORIALI](#) [NEWS](#)

[COMUNICATI](#) [REDAZIONE](#)

[CONTATTI](#) [ABBONATI](#)

[NEWSLETTER](#)



L'INFORMAZIONE INDIPENDENTE PER PROFESSIONISTI E APPASSIONATI DI ORTOFRUTTA

[HOME](#) [PRIMO PIANO](#) [EDITORIALI](#) [NEWS](#) [COMUNICATI](#) [REDAZIONE](#) [CONTATTI](#)



[ABBONATI](#) [NEWSLETTER](#)

Patata di Bologna Dop, cresce del 33% il consumo nel 2020. Nuovo spot e Adv

3 Dicembre 2020

[Tags](#) [Categorie](#)

"Molto più che buona". Con questo claim il **Consorzio di Tutela della Patata di Bologna Dop** inaugura la campagna di comunicazione triennale QualiPat. Un progetto finanziato con il contributo dell'Unione europea nell'ambito del bando 1144/2014 "Azioni di informazione e

promozione dei prodotti agricoli per un importo di circa un milione di euro. Il planning comunicativo dei tre anni prevede l'utilizzo di diversi canali (tv, radio, social, web), con l'obiettivo di parlare a diversi target, inclusi i più giovani. La comunicazione sarà orientata a rafforzare la notorietà della Patata di Bologna Dop, informando sulle qualità e peculiarità del prodotto e rendendo note anche le garanzie dei prodotti a marchio Dop.

La Patata di Bologna Dop è infatti un prodotto esclusivo di un territorio che ne esalta qualità e proprietà, proprio per questo un *unicum* nel panorama nazionale del settore pataticolo. Le produzioni a Denominazione di Origine sono certificate e garantite dal Consorzio anche attraverso un organismo di controllo aggiuntivo che, rispetto ai prodotti a norma di legge, aggiunge un controllo in più di rispetto del disciplinare di produzione imposto dal Consorzio. Di **varietà Primura**, la Patata di Bologna Dop ha inoltre un gusto unico e una composizione che la rendono ottima per tutte le preparazioni.

Per l'anno 2020 il progetto prevede una **campagna TV di tre settimane**, su emittenti del gruppo Cairo Editore, **in partenza il prossimo 13 dicembre**.

Quello che è certo è la **crescita della patata nella scelta dei consumatori**. Se è vero che il lockdown ha cambiato il canale di consumo delle patate passando dal fuori casa (horeca) al consumo domestico, è altrettanto vero che l'apprezzamento della Patata di Bologna D.O.P. è un percorso che arriva da lontano, prima dell'attuale "particolare" situazione. Le patate sono uno degli alimenti che vengono considerati a lunga conservazione e quindi buone per la dispensa da utilizzare nel medio periodo al bisogno. Come ricordano i nutrizionisti, una o due porzioni di patate a settimana dovrebbero sempre essere presenti nella dieta. **Mediamente un italiano consuma circa 35 kg di patate procapite**, con una netta maggioranza di acquisto nella Grande Distribuzione.

Entrando nei numeri, i dati evidenziano nel corso dell'anno (fino a ottobre 2020) un **incremento di vendita della Patata di Bologna Dop del +33%**, rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Il dato si inserisce nel contesto di una crescita generale del "prodotto patata" nella distribuzione moderna, anche se con volumi inferiori: **+6,3%** (Fonte Nielsen). Il canale di vendita della Patata di Bologna ha interessato per lo più la **Grande distribuzione (95%)**: il prodotto è presente nelle principali catene distributive, in alcune delle quali con confezioni in co-branding dove è molto evidente la dicitura "Patata di Bologna", con il logo del consorzio e il bollino Dop comunitario a garanzia del prodotto.



"Questa crescita evidenzia la fiducia che siamo riusciti a infondere nel consumatore che ricompra le nostre confezioni perché sa di trovare sempre le stesse patate – spiega **Davide Martelli**, presidente del Consorzio di Tutela Patata di Bologna Dop -. Il consumo di patate tende a essere costante, è uno dei prodotti che per definizione è a domanda rigida e il consumatore tende a ricomprare; nel nostro caso viene semplicemente riacquistato per la bontà che ci viene riconosciuta e per la notevole qualità che trova nelle nostre confezioni. **Siamo l'unica referenza monovarietale, la Primura**, presente sul mercato e in più con la certificazione Dop. Primi ad avere

ottenuto questa importante certificazione e fra i primi ad avere voluto un consorzio a tutela della denominazione e del prodotto”.

La Patata di Bologna Dop proprio per le sue peculiarità di essere unica è collocata fra i **prodotti top di gamma** per qualità e prezzo. Il prezzo medio in vendita è collocato tra 1,30 a 1,70 al kg, specificando che il consorzio non ha il controllo dei prezzi alla vendita, essendo appannaggio esclusivo del rivenditore finale. Nel caso della patata di Bologna DOP il maggior prezzo richiesto serve per remunerare il produttore della varietà Primura che si ritrova con una varietà naturalmente meno produttiva, i cui costi di produzione incidono in maniera maggiore ma impatta meno sull'ambiente. Centrale nella Patata di Bologna Dop è il **legame con il territorio**, valorizzato dal progetto lanciato lo scorso anno, *“Cultivatori di valor”*. Per rimarcare il legame inscindibile col suo *“terroir”* ogni confezione del prodotto riporta un **QR Code** che una volta scansionato e inserito il codice C.R. riportato sulla confezione, consente di far conoscere l'agricoltore che ha coltivato quelle patate, la sua storia personale, il suo legame col territorio. In sostanza oltre a tracciare il prodotto viene dato un volto a colui che lavora la terra e ne è custode geloso.

La **stagione 2019/2020** della Patata di Bologna Dop ha toccato quota **11.229 tonnellate**, con una **crescita in percentuale del +19,8%**. È l'attestazione di un prodotto sempre più apprezzato dal consumatore, con un gradimento cresciuto nel corso degli anni. Dieci anni fa la produzione certificata non era neanche la metà: 4.936 tonnellate. In una decade la crescita è stata del +127,5%. Analizzando i dati delle **superfici** certificate, complessivamente sono stati **357 gli ettari seminati nell'annata 2019-2020**, con la **previsione** per la stagione 2020/2021 di **419 ettari** messi a regime. Anche in questo caso, mettendo a confronto i numeri nel periodo degli ultimi dieci anni emerge una crescita delle superfici pari al +36,3%.

Costituito nel 2002, il **Consorzio Patata di Bologna Dop** ha ottenuto l'incarico di Tutela nel 2016. Raggruppa una novantina di aziende per una produzione certificata di oltre 14mila tonnellate (la produzione nazionale di patate è di 130mila tonnellate). Complessivamente sono 420 gli ettari seminati, con la previsione di crescita ottimistica vicina ai 500 ettari per la prossima campagna. Il Consorzio di Promozione della Patata di Bologna Dop valorizza e tutela la Primura. L'area di coltivazione della Patata di Bologna DOP è principalmente tra due fiumi, il Sillaro e il Reno, all'interno di una determinata zona che comprende: i Comuni di Budrio, Castenaso, Ozzano dell'Emilia, San Lazzaro di Savena, Castel San Pietro Terme, Imola, Castel Guelfo di Bologna, Medicina, Molinella, Baricella, Minerbio, Granarolo dell'Emilia, San Giovanni in Persiceto e Crevalcore.

Copyright: Fruitbook Magazine

News

04 Dicembre 2020

Il Consorzio di tutela della patata di Bologna Dop lancia la campagna di comunicazione





CORRIERE ORTOFRUTTICOLO

THE FIRST ITALIAN MONTHLY ON FRUIT AND VEGETABLE MARKET

ATTUALITÀ ▾ AZIENDE ▾ DISTRIBUZIONE ▾ ESTERO ▾ FIERE ▾ INNOVAZIONE ▾ LOGISTICA ▾ PRODOTTI ▾

PATATA DI BOLOGNA DOP, BOOM DI VENDITE. PREZZI IN LIEVE DISCESA



Davide Martelli

Presidente Consorzio di Tutela Patata di Bologna D.O.P.

LA SPREMUTA

IN Puglia, ad Andria, u
agredito alcuni opera
rubare un trattore. Br
rispetto alle rapine qu
subiscono sui banchi c



SEG



SEG



SEI

Pubblicato il 2 dicembre 2020

Condividi     

Boom di vendite per la patata di Bologna DOP mentre i prezzi sono in leggera discesa. Nell'anno caratterizzato dal cambio di abitudini alimentari a causa della pandemia da Covid19, la patata tipica del territorio petroniano, registra un'impennata delle vendite, a fine ottobre, di oltre il 33%.

Molto al di sopra dell'andamento di quelle relative al comparto pataticolo in generale che, registrano una crescita media del 6,3% rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso (Fonte: Nielsen).

In controtendenza, invece, i prezzi per i quali vige un accordo quadro e di cui, quest'anno, è attesa una diminuzione non ancora quantificabile, secondo i vertici del consorzio.

È quanto è emerso nel corso della conferenza stampa di presentazione della nuova campagna di comunicazione triennale **QualiPat della Patata di Bologna DOP**, dal claim 'Molto più che buona', lanciata con una diretta Facebook dalla pagina del consorzio, questa mattina.

"La campagna di comunicazione – spiega **Andrea Galli, coordinatore del progetto QualiPat** – è frutto di un progetto finanziato con il contributo dell'Unione Europea nell'ambito del bando 1144/2014 relativo alle 'Azioni di informazione e promozione dei prodotti agricoli'. L'importo del progetto è di **un milione di euro di cui il 70% viene finanziato dall'Europa**. Il planning comunicativo dei tre anni prevede l'utilizzo di diversi canali, Tv, radio, social come Facebook e Instagram, web, con l'obiettivo di parlare a diversi target, inclusi i più giovani. La comunicazione

L'ASSAGGIO

**FRESCA, SUCCO
CRIMSON SNC
MERCATO: 4/5**



sarà orientata a rafforzare la notorietà della Patata di Bologna DOP, informando sulle qualità e peculiarità del prodotto e rendendo note anche le garanzie dei prodotti a marchio”.

Il canale di vendita principale è la Gdo (95%), dato che è presente nelle principali catene distributive, in alcuni casi anche in co-branding con la PL ma con la presenza comunque, della dicitura “Patata di Bologna”, il logo del consorzio e il bollino Dop comunitario a garanzia del prodotto.

“La crescita che registriamo, evidenzia la fiducia che siamo riusciti ad fidelizzare il consumatore che sa di trovare sempre le stesse patate nella confezione – spiega **Davide Martelli (nella foto), Presidente del Consorzio di Tutela Patata di Bologna DOP** –. Il consumo di questo prodotto, poi, tende ad essere costante e si attesta intorno ai 35 kg l'anno, pro-capite. Siamo, inoltre, l'unica referenza mono-varietale, la Primura, presente sul mercato e in più con la certificazione DOP. Primi ad avere ottenuto questa importante certificazione e fra i primi ad avere voluto un consorzio a tutela della denominazione e del prodotto”.

Proprio per le sue peculiarità, la Patata di Bologna DOP è collocata fra i prodotti top di gamma per qualità e prezzo. Il prezzo medio in vendita è collocato tra 1,30 a 1,70 al kg, ma se l'anno scorso le remunerazioni al produttore viaggiavano sui 30 centesimi al chilo, superiore alle quotazioni medie di mercato del comparto pataticolo in generale, quest'anno è attesa una riduzione.

“Il maggior prezzo richiesto – precisa Galli – serve per remunerare il produttore della varietà Primura che è meno produttiva rispetto alle altre e i cui costi di produzione incidono in maniera maggiore a fronte, però, di un minore impatto ambientale”.

La stagione 2019/2020 ha toccato quota 11.229 tonnellate di prodotto confezionato e venduto, con una crescita dei volumi del 19,8%. È l'attestazione di un prodotto sempre più apprezzato dal consumatore con un gradimento cresciuto nel corso degli anni. Dieci anni fa la produzione certificata non era neanche la metà: 4.936 tonnellate. In una decade la crescita è stata del +127,5%.

Analizzando i dati delle superfici certificate, complessivamente sono stati **357 gli ettari seminati nell'annata 2019-2020**, con la previsione, per la stagione 2020/2021, di **419 ettari a regime**, +36,3% in dieci anni. E per la prossima campagna la previsione è di arrivare ai 500 ettari distribuiti tra i circa 90 soci del consorzio situati nell'area ricompresa tra il fiume Sillaro e il Reno, nel territorio dei Comuni di Budrio, Castenaso, Ozzano dell'Emilia, San Lazzaro di Savena, Castel San Pietro Terme, Imola, Castel Guelfo di Bologna, Medicina, Molinella, Baricella, Minerbio, Granarolo dell'Emilia, San Giovanni in Persiceto e Crevalcore.

Mariangela Latella



[Consorzio di Tutela Patata di Bologna DOP](#)

[Davide Martelli](#)

[Patata di Bologna Dop](#)

[patate](#)

Leggi anche altri articoli correlati



Associato ANETT - Associazione Nazionale Editori Telematici Tempolibero

 APRI LE RUBRICHE

Scegli una voce...

Cerca....

TU SEI QUI

[Home \(index.php\)](#) → [Food and beverage \(sezione.php?idsez=53\)](#) → [Tendenze \(categoria.php?id=1&idsez=53\)](#) → Patata di Bologna Do..

[Privacy](#)



IL CONSORZIO DI TUTELA HA LANCIATO LA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE TRIENNALE

Patata di Bologna Dop: "Molto più che buona"

Food and beverage

Mercoledì 2 dicembre, in diretta streaming sulla pagina facebook del **Consorzio di tutela Patata di Bologna Dop**, Davide Martelli, Presidente del Consorzio, ed Andrea Galli, coordinatore del progetto **QualiPat** hanno presentato la campagna di comunicazione triennale, il cui claim è "*Molto più che buona*", e fornito anche i dati relativi all'andamento del mercato del prodotto negli ultimi mesi.



Privacy

Il progetto della campagna di comunicazione è stato finanziato con il contributo dell'Unione europea nell'ambito del bando n. 1144/2014 "Azioni di informazione e promozione dei prodotti agricoli" per un importo di circa un milione di euro.

Il planning comunicativo dei 3 anni, che prevede l'utilizzo di diversi canali (Tv, radio, social, web), intende rafforzare la notorietà della **Patata di Bologna D.O.P.**, informando sulle qualità e peculiarità del prodotto e rendendo note anche le garanzie dei prodotti a marchio D.O.P. Per l'anno 2020 il progetto prevede una campagna TV di 3 settimane sulle emittenti del gruppo Cairo Editore, partite lo scorso 13 dicembre (link dello spot: www.youtube.com/watch?v=U7bIU89mCkI).



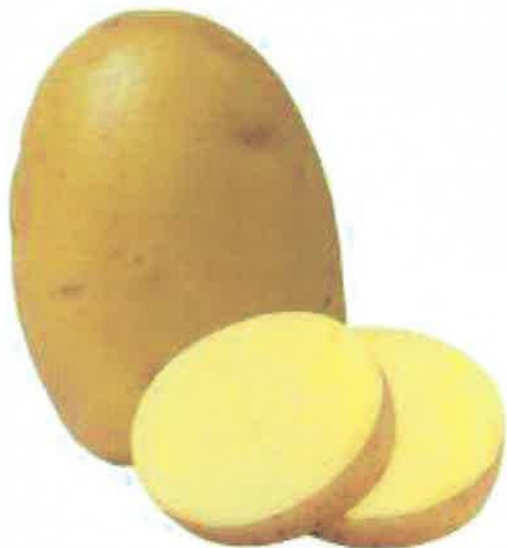
Il Presidente del Consorzio, costituito nel 2002 e che ha ottenuto l'incarico di Tutela nel 2016, ha ricordato che la **Patata di Bologna D.O.P.** è un prodotto esclusivo di un territorio (l'area, compresa tra i fiumi Sillaro e Reno, comprende i Comuni di Budrio, Castenaso, Ozzano dell'Emilia, San Lazzaro di Savena, Castel San Pietro Terme, Imola, Castel Guelfo di Bologna, Medicina, Molinella, Baricella, Minerbio, Granarolo dell'Emilia, San Giovanni in Persiceto e Crevalcore.), che ne esalta qualità e proprietà, e che proprio per questo è un *unicum* nel panorama nazionale del settore pataticolo.

Il legame con il territorio è tanto centrale nella **Patata di Bologna Dop**, che, a partire dall'anno scorso, viene valorizzato con il progetto "**Coltivatori di valori**": ogni confezione del prodotto, infatti, riporta un QR Code che, una volta scansionato ed inserito il codice C.R. riportato sulla confezione, consente di conoscere l'agricoltore che ha coltivato quelle patate, la sua storia ed il suo legame con il territorio. In questo modo non solo è tracciato il prodotto, ma viene anche dato un volto a colui che lavora la terra e ne è custode geloso.

Le produzioni a Denominazione di Origine, lo ricordiamo, sono certificate e garantite non solo dal Consorzio, ma anche da un organismo di controllo aggiuntivo che aggiunge, così, un controllo in più di rispetto del disciplinare di produzione imposto dal Consorzio.

Il **Consorzio** valorizza e tutela la varietà *Primura*, che ha un gusto unico ed una composizione che la rendono ottima per tutte le preparazioni.

Il Consorzio, che, ad oggi, raggruppa una novantina di aziende, la cui produzione è certificata, ha comunicato che la patata cresce nelle scelte dei consumatori.



Se è vero che il lockdown ha cambiato il canale di consumo delle patate passando dal fuori casa (horeca) al consumo domestico, è altrettanto vero che l'apprezzamento della **Patata di Bologna D.O.P.** è un percorso che

arriva da lontano, prima dell'attuale "particolare" situazione.

Le patate, infatti, sono uno degli alimenti che vengono considerati a lunga conservazione e, quindi, buone per la dispensa da utilizzare nel medio periodo al bisogno.



Come ha ricordato nel corso della diretta streaming la nutrizionista Sara Olivieri, autrice del blog iniziolunedì.com, ... *una o due porzioni di patate a settimana dovrebbero sempre essere presenti nella dieta.*

Per quanto riguarda l'andamento del mercato della **Patata di Bologna Dop**, poi, abbiamo appreso che nel corso di quest'anno e fino ad ottobre c'è stato un incremento di vendita del +33%, rispetto allo stesso periodo precedente. Questo dato si inserisce nel contesto di una crescita generale del "prodotto patata" nella distribuzione moderna, anche se con volumi inferiori: +6,3% (Fonte Nielsen).

Il canale di vendita della **Patata di Bologna** ha interessato per lo più la Grande distribuzione (95%), presente nelle principali catene distributive, in alcune delle quali con confezioni in co-branding dove è molto evidente la dicitura "**Patata di Bologna**", con il logo del consorzio e il bollino **Dop** comunitario a garanzia del prodotto.

Questa crescita evidenzia la fiducia che siamo riusciti ad infondere nel consumatore che ricompra le nostre confezioni perché sa di trovare sempre le stesse patate. - ha spiegato Davide Martelli, Presidente del Consorzio di Tutela Patata di Bologna DOP - *Il consumo di patate tende ad essere costante, è uno dei prodotti che per definizione è a domanda rigida e il consumatore tende a ricomprare; nel nostro caso viene semplicemente riacquistato per la bontà che ci viene riconosciuta e per la notevole qualità che trova nelle nostre confezioni. Siamo l'unica referenza monovarietale, la Primura, presente sul mercato e in più con la certificazione DOP. Primi ad avere ottenuto questa importante certificazione e fra i primi ad avere voluto un consorzio a tutela della denominazione e del prodotto.*

La **Patata di Bologna Dop**, proprio per le sue peculiarità di essere unica, è collocata fra i prodotti top di gamma per qualità e prezzo. Il prezzo medio in vendita è collocato tra 1,30 a 1,70 al kg: è stato altresì precisato che il Consorzio non ha il controllo dei prezzi alla vendita, che sono, invece, appannaggio esclusivo del rivenditore finale.

Privacy

La stagione 2019/2020 della **Patata di Bologna Dop** ha toccato quota 11.229 tonnellate, con una crescita in percentuale del +19,8%. È l'attestazione di un prodotto sempre più apprezzato dal consumatore con un gradimento cresciuto nel corso degli anni. Dieci anni fa la produzione certificata non era neanche la metà: 4.936 tonnellate. In una decade la crescita è stata del +127,5%.

Analizzando i dati delle superfici certificate, complessivamente sono stati 357 gli ettari seminati nell'annata 2019-2020, con la previsione per la stagione 2020/2021 di 419 ettari messi a regime. Anche in questo caso, mettendo a confronto i numeri nel periodo degli ultimi dieci anni emerge una crescita delle superfici pari al +36,3%.



In questi giorni **Agripat**, che partecipa attivamente al **Consorzio di Tutela per la Patata di Bologna D.O.P.** e al **Consorzio Patata Italiana di Qualità**, che detiene il marchio "**Selenella**", ha approvato il Regolamento per l'uso del marchio e terminato, così, l'iter di messa a punto del sistema di tracciabilità delle patate con isotopi.

Il sistema approvato da **Agripat**, infatti, prevede l'apposizione del marchio "**Origine e Qualità AGRIPAT SYSTEM**" sulle confezioni di patate ottenute nel rispetto delle regole definite da **AgriPat** e **U-Series** e certificate dall'organismo di Certificazione **CCPB** di Bologna.

Info: www.patatadibologna.it.



[Versione stampabile \(stampa.php?id=10850\)](#)



ABANO RITZ
SPA & WELL-FEELING RESORT • ITALY



<http://www.abanoritz.it>

Mi piace Com

[Torna \(index.php\)](#)

Articoli della stessa categoria

[Privacy](#)

 (/blog/feed)  (<https://www.facebook.com/EmiliaRomagnadaBereEdaMangiare/>)

 (<https://twitter.com/guidaviniER?lang=it>)  (<https://www.instagram.com/emiliaromagnadabereedamangiare/>)

GUIDA
([HTTPS://WWW.EMILIAROMAGNAVINI.IT/IT/GUIDA](https://www.emiliaromagnavini.it/it/guida))

EMILIA
ROMAGNA


Vini

MAGAZINE
([HTTPS://WWW.EMILIARIO](https://www.emiliario))



LA PATATA DI BOLOGNA LANCIA IL NUOVO SPOT

REDAZIONE EMILIAROMAGNAVINI ([HTTPS://WWW.EMILIAROMAGNAVINI.IT/IT/AUTORE/ITEM?ID=6](https://www.emiliaromagnavini.it/it/autore/item?id=6)) /
NOTIZIE ([HTTPS://WWW.EMILIAROMAGNAVINI.IT/IT/BLOG/ITEMS?CATEGORY=1](https://www.emiliaromagnavini.it/it/blog/items?category=1)) /
11 DECEMBER 2020 ([HTTPS://WWW.EMILIAROMAGNAVINI.IT/IT/BLOG/ITEMS?DATE=2020-12](https://www.emiliaromagnavini.it/it/blog/items?date=2020-12))

"Molto più che buona". Con questo claim il **Consorzio di Tutela della Patata di Bologna Dop** inaugura la campagna di comunicazione triennale QualiPat. Un progetto finanziato con il contributo dell'Unione europea nell'ambito del bando 1144/2014 "Azioni di informazione e promozione dei prodotti agricoli" per un importo di circa un milione di euro. Il planning comunicativo dei 3 anni prevede l'utilizzo di diversi canali (Tv, radio, social, web), con l'obiettivo di parlare a diversi target, inclusi i più giovani. La comunicazione sarà orientata a rafforzare la notorietà della Patata di Bologna D.O.P., informando sulle qualità e peculiarità del prodotto e rendendo note anche le garanzie dei prodotti a marchio D.O.P.

La Patata di Bologna D.O.P. è infatti un **prodotto esclusivo** di un **territorio** che ne esalta qualità e proprietà, proprio per questo un unicum nel panorama nazionale del settore pataticolo. Le produzioni a Denominazione di Origine sono certificate e garantite dal Consorzio anche attraverso un organismo di controllo aggiuntivo che, rispetto ai prodotti a norma di legge, aggiunge un controllo in più di rispetto del disciplinare di produzione imposto dal Consorzio. Di varietà Primura, la Patata di Bologna D.O.P. ha inoltre un gusto unico e una composizione che la rendono ottima per tutte le preparazioni.

Per l'anno 2020 il progetto prevede una **campagna TV** di 3 settimane, su emittenti del gruppo Cairo Editore, in partenza il prossimo 13 dicembre.

Patata di Bologna D.O.P., molto più che buona



La Patata di Bologna Dop piace

Quello che è certo è la crescita della patata nella scelta dei consumatori. Se è vero che il lockdown ha cambiato il canale di consumo delle patate passando dal fuori casa (horeca) al consumo domestico, è altrettanto vero che l'apprezzamento della Patata di Bologna D.O.P. è un percorso che arriva da lontano, prima dell'attuale "particolare" situazione. Le patate sono uno degli alimenti che vengono considerati a lunga conservazione e quindi buone per la dispensa da utilizzare nel medio periodo al bisogno. Come ricordano i nutrizionisti, una o due porzioni di patate a settimana dovrebbero sempre essere presenti nella dieta. Mediamente un italiano consuma circa 35 kg di patate procapite, con una netta maggioranza di acquisto nella Grande Distribuzione.

Entrando nei numeri i dati relativi alla Patata di Bologna Dop evidenziano nel corso dell'anno (fino a ottobre 2020) un incremento di vendita della Patata di Bologna Dop del +33%, rispetto allo stesso periodo precedente. Il dato si inserisce nel contesto di una crescita generale del "prodotto patata" nella distribuzione moderna, anche se con volumi inferiori: +6,3% (Fonte Nielsen).

Il canale di vendita della Patata di Bologna ha interessato per lo più la Grande distribuzione (95%), presente nelle principali catene distributive, in alcune delle quali con confezioni in co-branding dove è molto evidente la dicitura "Patata di Bologna", con il logo del consorzio e il bollino Dop comunitario a garanzia del prodotto.

"Questa crescita evidenzia la fiducia che siamo riusciti ad infondere nel consumatore che ricompra le nostre confezioni perché sa di trovare sempre le stesse patate – spiega **Davide Martelli, Presidente del Consorzio di Tutela Patata di Bologna DOP** – Il consumo di patate tende ad essere costante, è uno dei prodotti che per definizione è a domanda rigida e il consumatore tende a ricomprare; nel nostro caso viene semplicemente riacquistato per la bontà che ci viene riconosciuta e per la notevole qualità che trova nelle nostre confezioni. Siamo l'unica referenza monovarietale, la Primura, presente sul mercato e in più con la certificazione DOP. Primi ad avere ottenuto questa importante certificazione e fra i primi ad avere voluto un consorzio a tutela della denominazione e del prodotto".



ABOUT REDAZIONE EMILIAROMAGNAVINI

([HTTPS://WWW.EMILIAROMAGNAVINI.IT/IT/AUTORE/ITEM?ID=6](https://www.emiliaromagnavini.it/it/autore/item?id=6))

Storie di vino e di cibo che meritano di essere raccontate. Vigneron intimamente legati alla loro terra, cuochi avvezzi alla materia prima e alla tipicità, eventi che fanno grande l'Emilia Romagna. Perché bere e mangiare sono prima di tutto un atto agricolo. Tutto il resto è noia. Per scrivere alla redazione: redazione@emiliaromagnavini.it
redazione@emiliaromagnavini.it (<mailto:redazione@emiliaromagnavini.it>)

ARTICOLI REGENTI

- La Patata di Bologna lancia il nuovo spot (<https://www.emiliaromagnavini.it/it/blog/543-la-patata-di-bologna-lancia-il-nuovo-spot>)
- Il buongiorno di Terre della Rocca (<https://www.emiliaromagnavini.it/it/blog/542-il-buongiorno-di-terre-della-rocca>)
- Tramonto DiVino in diretta social da Casa Artusi (<https://www.emiliaromagnavini.it/it/blog/541-tramonto-divino-in-diretta-social-da-casa-artusi>)
- Azzuchef, vi racconto la mia cucina (<https://www.emiliaromagnavini.it/it/blog/540-azzuchef-vi-racconto-la-mia-cucina>)
- I Tastevin regionali 2021 (<https://www.emiliaromagnavini.it/it/blog/539-i-tastevin-regionali-2021>)

CATEGORIE

- Approfondimenti (<https://www.emiliaromagnavini.it/it/blog/items?category=2>)
- Food (<https://www.emiliaromagnavini.it/it/blog/items?category=3>)
- Interviste (<https://www.emiliaromagnavini.it/it/blog/items?category=8>)

Home > Cronache > Food > Patata di Bologna Dop, cresce il consumo del prodotto nel 2020: +33%

Cronache Food

Patata di Bologna Dop, cresce il consumo del prodotto nel 2020: +33%

di Agricultura.it - BOLOGNA 2 Dicembre 2020

Condividi



“Molto più che buona” Con questo claim il Consorzio di Tutela della

“Molto più che buona”. Con questo *claim* il Consorzio di Tutela della Patata di Bologna Dop inaugura la campagna di comunicazione triennale QualiPat.

Un progetto finanziato con il contributo dell'Unione europea nell'ambito del bando 1144/2014 “Azioni di informazione e promozione dei prodotti agricoli” per un importo di circa un milione di euro. Il planning comunicativo dei 3 anni prevede l'utilizzo di diversi canali (Tv, radio, social, web), con l'obiettivo di parlare a diversi target, inclusi i più giovani. La comunicazione sarà orientata a rafforzare la notorietà della Patata di Bologna D.O.P., informando sulle qualità e peculiarità del prodotto e rendendo note anche le garanzie dei prodotti a marchio D.O.P.

La Patata di Bologna D.O.P. è infatti un prodotto esclusivo di un territorio che ne esalta qualità e proprietà, proprio per questo un *unicum* nel panorama nazionale del settore pataticolo. Le produzioni a Denominazione di Origine sono certificate e garantite dal Consorzio anche attraverso un organismo di controllo aggiuntivo che, rispetto ai prodotti a norma di legge, aggiunge un controllo in più di rispetto del disciplinare di produzione imposto dal Consorzio. Di varietà *Primura*, la Patata di Bologna D.O.P. ha inoltre un gusto unico e una composizione che la rendono ottima per tutte le preparazioni.

Per l'anno 2020 il progetto prevede una campagna TV di 3 settimane, su emittenti del gruppo Cairo Editore, in partenza il prossimo 13 dicembre.

GUARDA LO SPOT

La Patata di Bologna Dop cresce

Quello che è certo è la crescita della patata nella scelta dei consumatori. Se è vero che il lockdown ha cambiato il canale di consumo delle patate passando dal fuori casa (horeca) al consumo domestico, è altrettanto vero che l'apprezzamento della Patata di Bologna D.O.P. è un percorso che arriva da lontano, prima dell'attuale “particolare” situazione. Le patate sono uno degli alimenti che vengono considerati a lunga conservazione e quindi buone per la dispensa da utilizzare nel medio periodo al bisogno. Come ricordano i nutrizionisti, una o due porzioni di patate a settimana dovrebbero sempre essere presenti nella dieta. **Mediamente un italiano consuma circa 35 kg di patate procapite**, con una netta maggioranza di acquisto nella Grande Distribuzione.

Entrando nei numeri i dati relativi alla Patata di Bologna Dop evidenziano nel corso dell'anno (fino a ottobre 2020) un **incremento di vendita della Patata di Bologna Dop del +33%**, rispetto allo stesso periodo precedente. Il dato si inserisce nel contesto di una crescita generale del “prodotto patata” nella distribuzione moderna, anche se con volumi inferiori: **+6,3%** (Fonte Nielsen).

Il canale di vendita della Patata di Bologna ha interessato per lo più la **Grande distribuzione (95%)**, presente nelle principali catene distributive, in alcune delle quali con confezioni in co-branding dove è molto evidente la dicitura “Patata di Bologna”, con il logo del consorzio e il bollino Dop comunitario a garanzia del prodotto.

“Questa crescita evidenzia la fiducia che siamo riusciti ad infondere nel consumatore che ricompra le nostre confezioni perché sa di trovare sempre le stesse patate – spiega **Davide Martelli, Presidente del Consorzio di Tutela Patata di Bologna DOP** – Il consumo di patate tende ad essere costante, è uno dei prodotti che per definizione è a domanda rigida e il consumatore tende a ricomprare; nel nostro caso viene semplicemente riacquistato per la bontà che ci viene riconosciuta e per la notevole qualità che trova nelle nostre confezioni. Siamo l’unica referenza monovarietale, la Primura, presente sul mercato e in più con la certificazione DOP. Primi ad avere ottenuto questa importante certificazione e fra i primi ad avere voluto un consorzio a tutela della denominazione e del prodotto”.

Patata top di gamma e tracciata

La Patata di Bologna Dop proprio per le sue peculiarità di essere unica è collocata fra i **prodotti top di gamma** per qualità e prezzo. Il prezzo medio in vendita è collocato tra 1,30 a 1,70 al kg, specificando che il consorzio non ha il controllo dei prezzi alla vendita, essendo appannaggio esclusivo del rivenditore finale. Nel caso della patata di Bologna DOP il maggior prezzo richiesto serve per remunerare il produttore della varietà Primura che si ritrova con una varietà naturalmente meno produttiva, i cui costi di produzione incidono in maniera maggiore ma impatta meno sull’ambiente.

Centrale nella Patata di Bologna Dop è il legame con il territorio, valorizzato dal progetto lanciato lo scorso anno, “**Coltivatori di valori**”. Per rimarcare il legame inscindibile col suo “*terroir*” ogni confezione del prodotto riporta un QR Code che una volta scansionato e inserito il codice C.R. riportato sulla confezione, consente di far conoscere l’agricoltore che ha coltivato quelle patate, la sua storia personale, il suo legame col territorio. In sostanza oltre a tracciare il prodotto viene dato un volto a colui che lavora la terra e ne è custode geloso.

I numeri di produzione della Patata di Bologna Dop

La stagione 2019/2020 ha toccato quota 11.229 tonnellate, con una crescita in percentuale del +19,8%. È l’attestazione di un prodotto sempre più apprezzato dal consumatore con un gradimento cresciuto nel corso degli anni. Dieci anni fa la produzione certificata non era neanche la metà: 4.936 tonnellate. In una decade la crescita è stata del +127,5%.

Analizzando i dati delle **superfici** certificate, complessivamente sono stati **357 gli ettari seminati nell’annata 2019-2020**, con la **previsione** per la stagione 2020/2021 di **419 ettari** messi a regime. Anche in questo caso, mettendo a confronto i numeri nel periodo degli ultimi dieci anni emerge una crescita delle superfici pari al +36,3%.

Il Consorzio Patata di Bologna Dop

Costituito nel 2002 ha ottenuto l'incarico di Tutela nel 2016. Il Consorzio raggruppa una novantina di aziende per una produzione certificata di oltre 14mila tonnellate (la produzione nazionale di patate è di 130mila tonnellate).

Complessivamente sono 420 gli ettari seminati, con la previsione di crescita ottimistica vicina ai 500 ettari per la prossima campagna.

Il Consorzio di Promozione della Patata di Bologna Dop valorizza e tutela la Primura. L'area di coltivazione della Patata di Bologna DOP è principalmente tra due fiumi il Sillaro e il Reno all'interno di una determinata zona che comprende: i Comuni di Budrio, Castenaso, Ozzano dell'Emila, San Lazzaro di Savena, Castel San Pietro Terme, Imola, Castel Guelfo di Bologna, Medicina, Molinella, Baricella, Minerbio, Granarolo dell'Emilia, San Giovanni in Persiceto e Crevalcore.



MARKETING & COMUNICAZIONE

La nuova campagna della Patata di Bologna



La nuova campagna della Patata di Bologna



"*Molto più che buond*". Con questo *claim* il Consorzio di Tutela della Patata di Bologna Dop inaugura la campagna di comunicazione triennale QualiPat. Un progetto finanziato con il contributo dell'Unione europea nell'ambito del bando 1144/2014 "*Azioni di informazione e promozione dei prodotti agricoli*" per un importo di circa un milione di euro. Il planning comunicativo dei 3 anni prevede l'utilizzo di diversi canali (Tv, radio, social, web), con l'obiettivo di parlare a diversi target, inclusi i più giovani. La comunicazione sarà orientata a rafforzare la notorietà della Patata di Bologna D.O.P., informando sulle qualità e peculiarità del prodotto e rendendo note

ITALIANFOODTECH

Ucima protesta per Interpack a febbraio

A nulla sono valsi gli appelli fatti da Ucima, l'associazione dei costruttori italiani di [...]

Da Virosac le vaschette PP per alimenti

Virosac presenta le nuove Vaschette PP con coperchio, che approdano ora sugli scaffali con [...]

Agrofood Bic investe in Mirnagreen specializzata nei microRNA

Agrofood BIC S.r.l. (Business Innovation Center), polo di innovazione aperta multi-azienda che dal [...]

Privacy



**Study in Italy, parola ai giovani stranieri
che hanno scelto di studiare nel nostro Paese**

Segui la rubrica sui profili social del Ministero Affari Esteri, su studyinitaly.it

News per abbonati

18:42 UE, CASTALDO (M5S): SU SCANDALO WIRECARD AUTORITÀ DI VIGILANZA FACCIANO MEA CULPA

18:39 MES: PE


MADE IN ITALY, PATATA BOLOGNA DOP: AL VIA CAMPAGNA COMUNICAZIONE (4)

Bologna, 2 dic - La stagione 2019/2020 ha toccato quota 11.229 tonnellate, con una crescita in percentuale del +19,8%. È l'attestazione di un prodotto sempre più apprezzato dal consumatore con un gradimento cresciuto nel corso degli anni. Dieci anni fa la produzione certificata non era neanche la me... (© 9Colonne - citare la fonte)

Patata di Bologna Dop, cresce il consumo del prodotto nel 2020: +33%

21 ora ago
Agricoltura.it

 [Condividi su Twitter](#)

 [Condividi su Facebook](#)



HOME › BOLOGNA › CRONACA › [IL LOCKDOWN FA VOLARE IL CONSUMO...](#)

Il lockdown fa volare il consumo di patate

Il settore della 'Bologna Dop' fa segnare un più 33 per cento. Il presidente del Consorzio: "Abbiamo ottenuto la fiducia dei consumatori"

Pubblicato il 3 dicembre 2020



Davide Martelli, presidente del consorzio Patata dop di Bologna con Andrea Galli, di QualiPat

La Patata di Bologna Dop è sempre più un prodotto esclusivo e rappresentativo del territorio, che ne esalta qualità e proprietà, unicum nel panorama nazionale del 'settore pataticolo'. Un valore che si rafforza anche in tempo di pandemia: se è vero che il lockdown ha cambiato il canale di consumo delle patate passando dal 'fuori casa' (Horeca) al consumo domestico, è altrettanto vero che i dati relativi alla patata Dop evidenziano - fino a ottobre - un incremento di vendita pari al 33 per cento, rispetto allo stesso periodo dello scorso anno.

Il fenomeno si inserisce nel contesto di una crescita generale del 'prodotto patata' nella distribuzione moderna, anche se con volumi inferiori: +6,3% (Fonte Nielsen). Ma l'apprezzamento dell'eccellenza locale è un percorso che arriva da lontano, al di là dell'emergenza sanitaria, e in grado di resistere all'impatto del Covid: le patate sono uno degli alimenti che vengono considerati a lunga conservazione e quindi buoni per una scorta di medio periodo.

In media, infatti, gli italiani consumano 35 chili di patate procapite, con una netta maggioranza di acquisto nella Grande Distribuzione (che interessa il 95% delle vendite della Dop). "Questa crescita evidenzia la fiducia che siamo riusciti a infondere nel consumatore – spiega Davide Martelli, presidente del Consorzio di tutela Patata di Bologna Dop –. Il consumo di patate tende a essere costante, è uno dei prodotti che per definizione è a domanda rigida e il consumatore tende a riacquistare: nel nostro caso, viene semplicemente riacquistato per la bontà che ci viene riconosciuta e per la notevole qualità che trova nelle nostre confezioni". Ottimi risultati che portano il consorzio a lanciare una nuova campagna

di comunicazione: 'QualiPat', che poggia le fondamenta su uno slogan chiaro: "Molto più che buona".

Un progetto finanziato con il contributo dell'Unione europea, nell'ambito del bando "Azioni di informazione e promozione dei prodotti agricoli", per un importo di circa un milione di euro.

"La comunicazione sarà orientata a rafforzare la notorietà della Patata di Bologna Dop - sottolinea Andrea Galli, coordinatore della campagna -, informando sulle qualità e peculiarità del prodotto e rendendo note anche le garanzie della certificazione. E sarà soprattutto rivolta ai giovani". Di varietà 'Primura', "la Dop bolognese ha inoltre un gusto unico e una composizione che la rendono ottima per tutte le preparazioni": la stagione 2019/2020 ha toccato quota 11.229 tonnellate, con una crescita in percentuale del +19,8%. È l'attestazione di un prodotto sempre più apprezzato dal consumatore, con un gradimento cresciuto nel corso degli anni. Dieci anni fa la produzione certificata non era neanche la metà (4.936 tonnellate) e in una decade la crescita è stata del +127,5 per cento.

Francesco Moroni

© Riproduzione riservata

Monrif.net Srl A Company of Monrif Group - Dati societari - ISSN - Privacy

Copyright© 2019 - P.Iva 12741650159

Agrigornale

NEWS

CONTATTI

PRIVACY E COOKIES



Imprese

La Patata di Bologna Dop cresce

3 Dicembre 2020 Roberto Goitre



Per la Patata di Bologna Dop nel corso dell'anno (fino a ottobre 2020) c'è stato un incremento di vendita del +33%, rispetto allo stesso periodo precedente. Il dato si inserisce nel contesto di una crescita generale del "prodotto patata" nella distribuzione moderna, anche se con volumi inferiori: +6,3% (Fonte Nielsen).

Il canale di vendita della Patata di Bologna ha interessato per lo più la Grande distribuzione (95%), presente nelle principali catene distributive, in alcune delle quali con confezioni in co-branding dove è molto evidente la dicitura "Patata di Bologna", con il logo del consorzio e il bollino Dop comunitario a garanzia del prodotto.

"Questa crescita evidenzia la fiducia che siamo riusciti ad infondere nel consumatore che ricompra le nostre confezioni perché sa di trovare sempre le stesse patate – spiega Davide Martelli, Presidente del Consorzio di Tutela Patata di Bologna DOP – Il consumo di patate tende ad essere costante, è uno dei prodotti che per definizione è a domanda rigida e il consumatore tende a ricomprare; nel nostro caso viene semplicemente riacquistato per la bontà che ci viene riconosciuta e per la notevole qualità che trova nelle nostre confezioni. Siamo l'unica referenza monovarietale, la Primura, presente sul mercato e in più con la certificazione DOP. Primi ad avere ottenuto questa importante certificazione e fra i primi ad avere voluto un consorzio a tutela della denominazione e del prodotto".

La Patata di Bologna Dop proprio per le sue peculiarità di essere unica è collocata fra i prodotti top di gamma per qualità e prezzo. Il prezzo medio in vendita è collocato tra 1,30 a 1,70 al kg, specificando che il consorzio non ha il controllo dei prezzi alla vendita, essendo appannaggio esclusivo del rivenditore finale. Nel caso della patata di Bologna DOP il maggior prezzo richiesto serve per remunerare il produttore della varietà Primura che si ritrova con una varietà naturalmente meno produttiva, i cui costi di produzione incidono in maniera maggiore ma impatta meno sull'ambiente.

La stagione 2019/2020 la produzione della Patata di Bologna Dop ha toccato quota 11.229 tonnellate, con una crescita in percentuale del +19,8%. È l'attestazione di un prodotto sempre più apprezzato dal consumatore con un gradimento cresciuto nel corso degli anni. Dieci anni fa la produzione certificata non era neanche la metà: 4.936 tonnellate. In una decade la crescita è stata del +127,5%.

Analizzando i dati delle superfici certificate, complessivamente sono stati 357 gli ettari seminati nell'annata 2019-2020, con la previsione per la stagione 2020/2021 di 419 ettari messi a regime. Anche in questo caso, mettendo a

confronto i numeri nel periodo degli ultimi dieci anni emerge una crescita delle superfici pari al +36,3%.

Centrale nella Patata di Bologna Dop è il legame con il territorio, valorizzato dal progetto lanciato lo scorso anno, “Coltivatori di valori”. Per rimarcare il legame inscindibile col suo “terroir” ogni confezione del prodotto riporta un QR Code che una volta scansionato e inserito il codice C.R. riportato sulla confezione, consente di far conoscere l’agricoltore che ha coltivato quelle patate, la sua storia personale, il suo legame col territorio. In sostanza oltre a tracciare il prodotto viene dato un volto a colui che lavora la terra e ne è custode geloso.

Quello che è certo è la crescita della patata nella scelta dei consumatori. Se è vero che il lockdown ha cambiato il canale di consumo delle patate passando dal fuori casa (horeca) al consumo domestico, è altrettanto vero che l’apprezzamento della Patata di Bologna D.O.P. è un percorso che arriva da lontano, prima dell’attuale “particolare” situazione. Le patate sono uno degli alimenti che vengono considerati a lunga conservazione e quindi buone per la dispensa da utilizzare nel medio periodo al bisogno. Come ricordano i nutrizionisti, una o due porzioni di patate a settimana dovrebbero sempre essere presenti nella dieta. Mediamente un italiano consuma circa 35 kg di patate procapite, con una netta maggioranza di acquisto nella Grande Distribuzione.

“Molto più che buona”. Con questo claim il Consorzio di Tutela della Patata di Bologna Dop inaugura la campagna di comunicazione triennale QualiPat. Un progetto finanziato con il contributo dell’Unione europea nell’ambito del bando 1144/2014 “Azioni di informazione e promozione dei prodotti agricoli” per un importo di circa un milione di euro. Il planning comunicativo dei 3 anni prevede l’utilizzo di diversi canali (Tv, radio, social, web), con l’obiettivo di parlare a diversi target, inclusi i più giovani. La comunicazione sarà orientata a rafforzare la notorietà della Patata di Bologna D.O.P., informando sulle qualità e peculiarità del prodotto e rendendo note anche le garanzie dei prodotti a marchio D.O.P.

La Patata di Bologna D.O.P. è infatti un prodotto esclusivo di un territorio che ne esalta qualità e proprietà, proprio per questo un unicum nel panorama nazionale del settore pataticolo. Le produzioni a Denominazione di Origine sono certificate e garantite dal Consorzio anche attraverso un organismo di controllo aggiuntivo che, rispetto ai prodotti a norma di legge, aggiunge un controllo in più di rispetto del disciplinare di produzione imposto dal Consorzio. Di varietà Primura, la Patata di Bologna D.O.P. ha inoltre un gusto unico e una composizione che la rendono ottima per tutte le preparazioni.

Per l’anno 2020 il progetto prevede una campagna TV di 3 settimane, su emittenti del gruppo Cairo Editore, in partenza il prossimo 13 dicembre.

Il Consorzio Patata di Bologna Dop

Costituito nel 2002 ha ottenuto l'incarico di Tutela nel 2016. Il Consorzio raggruppa una novantina di aziende per una produzione certificata di oltre 14mila tonnellate (la produzione nazionale di patate è di 130mila tonnellate). Complessivamente sono 420 gli ettari seminati, con la previsione di crescita ottimistica vicina ai 500 ettari per la prossima campagna.

Il Consorzio di Promozione della Patata di Bologna Dop valorizza e tutela la Primura. L'area di coltivazione della Patata di Bologna DOP è principalmente tra due fiumi il Sillaro e il Reno all'interno di una determinata zona che comprende: i Comuni di Budrio, Castenaso, Ozzano dell'Emilia, San Lazzaro di Savena, Castel San Pietro Terme, Imola, Castel Guelfo di Bologna, Medicina, Molinella, Baricella, Minerbio, Granarolo dell'Emilia, San Giovanni in Persiceto e Crevalcore.



HOME > QUALIVITANEWS > Conferenza Stampa Patata di Bologna DOP

APPUNTAMENTI :: PROMOZIONE :: 2 dicembre 2020

Conferenza Stampa Patata di Bologna DOP



[\[https://www.qualivita.it/wcontent/uploads/new/2017,](https://www.qualivita.it/wcontent/uploads/new/2017)

Mercoledì 2 dicembre alle ore 11 sarà presentata in anteprima alla stampa la **Campagna di comunicazione della Patata di Bologna DOP**, nonché l'andamento di mercato del prodotto

negli ultimi mesi. L'evento si svolgerà in diretta streaming sulla pagina facebook del **Consorzio "Patata di Bologna DOP"** [<https://www.patatadibologna.it/>] @patatadibolognadop):

<https://www.facebook.com/patatadibolognadop> [<https://www.facebook.com/patatadibolognadop/>]

È possibile effettuare le domande direttamente dalla pagina facebook del Consorzio oppure via Whatsapp al numero 3471567681 esclusivamente dedicato ai giornalisti e lette in diretta.

Ti chiediamo di dare l'adesione di partecipazione in modo da inviarti la cartella stampa.

Di seguito gli interventi previsti nella mattinata.

Qualivita News

Sezioni Qualivita News

- ARTICOLI
- STAMPA
- DOP IGP
- NOTIZIE DAI
- CONSORZI
- NUOVI
- PRODOTTI IG
- APPUNTAMENTI

Canali Qualivita

- RASSEGNA
- STAMPA
- NEWSLETTER
- COMUNICATI
- STAMPA



Il Consorzio di Tutela della Patata di Bologna D.O.P. inaugura la campagna di comunicazione triennale QualiPat. L'evento sarà occasione per approfondire i plus della Patata di Bologna D.O.P. un ingrediente versatile in cucina, un alimento prezioso nella dieta, un prodotto garantito.

Intervengono:

Davide Martelli
Presidente del Consorzio di Tutela Patata di Bologna D.O.P.

Andrea Galli
Coordinatore del progetto QualiPat

Sara Olivieri
Nutrionista e blogger
@InizioLunedì

Sonia Paladini
Food blogger

Segui la diretta streaming sulla pagina Facebook @PatatadiBolognaDOP



[https://www.qualivita.it/wp-content/uploads/2020/12/20201201_PROGRAMMA_Conferenza-Patata-di-Bologna-DOP-579x1030.jpg]

Notizie per ambito

- AMBIENTE
- BENESSERE
- CULTURA
- ECONOMIA
- INNOVAZIONE
- PROMOZIONE
- SISTEMA
- IG
- SOCIALE
- TURISMO

Leggi news

mediakey.tv (/) » News (/news) » Leggi news (/leggi-news)

- ▶ Newsletter (/newsletter)
- ▶ Archivio News (/news/archivio-news)

La Patata di Bologna D.O.P. torna in Tv con “Molto più che buona”, il nuovo spot firmato dall’agenzia LDB Advertising



Si apre un nuovo capitolo della comunicazione del Consorzio Patata di Bologna D.O.P. con il nuovo progetto triennale QualiPat finanziato con il contributo dell’Unione europea nell’ambito del bando UE 1144/2014. Il Consorzio, dopo una consultazione pubblica, ha assegnato all’agenzia bolognese LDB Advertising in qualità di ente esecutore, la realizzazione della strategia di comunicazione e l’implementazione del progetto che vedrà coinvolti, nell’arco dei tre anni, i mezzi Tv, Radio e Social Media.

L’attività del nuovo piano è stata presentata durante la conferenza stampa di mercoledì 2 dicembre. L’evento, trasmesso in streaming sul profilo Facebook del Consorzio, è stato l’occasione per lanciare in anteprima anche il nuovo spot Tv “Molto più che Buona”. Alla conferenza stampa sono intervenuti il Presidente del Consorzio Davide Martelli, il Coordinatore Andrea Galli, la Nutrizionista Sara Olivieri e la Food Blogger Sonia Paladini.

Questo sito utilizza cookie, anche di terze parti, per gestire e migliorare la tua esperienza di navigazione. Cliccando Accetta acconsenti al loro uso. Per maggiori informazioni su come utilizziamo i cookie e su come rimuoverli, consulta la nostra. - [Informazione sui cookie \(/index.php?id=211\)](/index.php?id=211) - [gestione dei cookie](#)

Accetta

Per l'anno 2020 il progetto prevede una campagna Tv: il nuovo spot nei tagli 15" e 10" è on air per tre settimane sulle reti La7 e La 7D dal 13 dicembre fino al 31 dicembre 2020.

📅 16/12/2020 | 📁 Comunicazione

[Indietro \(/news\)](#)



Sitemap

Home (/)	Testate (/testate)	News (/news)
Awards (/awards)	Video (/tv)	Operatori (/operatori)
Shop (http://shop.mediakey.tv)	Il Gruppo (/gruppo-mediakey)	Contatti (/contatto)
Area Utenti (/area-utenti)	Job opportunities (/mediakey-tv/job-opportunities)	Privacy (/privacy)

Newsletter

Iscriviti alla newsletter di Media Key per restare aggiornato.

[Iscriviti \(/newsletter\)](#)

Gruppo editoriale Media Key

Via Arcivescovo Romilli 20/8 - 20139 - Milano

☎ +39 02.52.20.37.1 (tel:+39 02.52.20.37.1)

📠 +39 02.55.21.30.37

✉ info@mediakey.it (mailto:info@mediakey.it)

Questo sito utilizza cookie, anche di terze parti, per gestire e migliorare la tua esperienza di navigazione. Cliccando Accetta acconsenti al loro uso. Per maggiori informazioni su come utilizziamo i cookie e su come rimuoverli, consulta la nostra. - [Informazione sui cookie \(/index.php?id=211\)](#) - [gestione dei cookie](#)

Accetta