

CHOOSE THE EUROPEAN FRIENDSHIP: PIADINA ROMAGNOLA IGP

Genuina e accogliente per natura

RIMINI, ITALIA, May 26, 2023 /EINPresswire.com/ -- Alfio Biagini, Presidente Consorzio: L'accoglienza della piadina Romagnola IGP diventa anche messaggio di unione tra territori, possibilità di scoprire gusti inaspettati, e racconto dal grande potenziale educativo.

Al via la campagna triennale di comunicazione e informazione dedicata alla Piadina Romagnola IGP, cofinanziata dall'Unione Europea e dal Consorzio di Promozione e Tutela della Piadina Romagnola. Il programma è inoltre finanziato dalle aziende italiane: L'angolo della piada food srl, Morato Pane spa, Alimenta Produzioni s.r.l., Gastone srl, Loriani Piadina Romagnola, Negrini Umberto, Orva srl, Piadina da Giorgia-Terzaera, Piadina del mare, Riccione Piadina srl, Riviera Piada srl.

Il progetto, denominato PGI-EU PiadinaFriends, punta a migliorare il grado di conoscenza delle Indicazioni Geografiche dell'Unione Europea e, in particolare, della Piadina Romagnola IGP attraverso un insieme sinergico di attività nei due mercati target del progetto: Italia e Germania. Infatti, la Piadina Romagnola ha ottenuto il riconoscimento di Indicazione Geografica Protetta nel 2014 e da quel momento ha registrato una crescita costante in termini di volumi commercializzati e di valore della produzione, con un +251% negli ultimi nove anni passando dalle 6.768 tonnellate del 2014 alle 23.756 del 2022.

Il progetto si articolerà in azioni above the line e below the line. La strategia social sarà orientata ad ottenere una vera e propria community di fan che verranno direttamente coinvolti nella creazione dei contenuti tramite attività di influencer marketing. Verrà messo a disposizione un numero Whatsapp, per costruire un rapporto diretto con tutti quei consumatori interessati ad approfondire le conoscenze sul prodotto e sulle sue caratteristiche. Gli stessi produttori verranno coinvolti in dirette social per raccontare la Piadina Romagnola IGP, le garanzie offerte e le sue peculiarità. A queste azioni digitali, declinate sui social e sul sito web, si affiancheranno le



attività di ufficio stampa, sia in Italia che in Germania, per coinvolgere i media B2B e B2C più affini ai temi trattati.

Per rispondere al meglio alle esigenze del mercato, la campagna europea seguirà due strade complementari ma leggermente diverse nei due mercati target.

In Italia si punterà rafforzare e consolidare il “valore” differenziale dell’IGP, con la realizzazione di un’importante campagna televisiva nazionale che sarà un fondamentale volano per il raggiungimento della consapevolezza del consumatore. Inoltre, verrà realizzato un vero e proprio tour annuale itinerante, chiamato Piadina Romagnola IGP Sustainability Tour, che toccherà tutte le spiagge della Riviera Romagnola.

In Germania la strategia di penetrazione metterà in evidenza le peculiarità del prodotto IGP sfruttando soprattutto la leva salutistica, il legame con la Dieta Mediterranea e con la tradizione storica del prodotto romagnolo. Per esempio, si punterà a valorizzare la Piadina Romagnola IGP preparata con olio extra vergine di oliva anziché strutto, una variante prevista dal disciplinare di produzione dall’elevato potenziale di crescita e sviluppo. Un pasto veloce e versatile ma completo e salutare, adatto anche ai consumatori vegani. Non mancheranno infatti le attività in-store per consolidare in questo senso lo spazio dedicato al prodotto.

Il vero leitmotiv del progetto sarà, però, il valore di accoglienza rappresentato dalla Piadina Romagnola IGP. Un cibo inclusivo, in grado di legare tradizione e innovazione, un piatto “contenitore” ideale per gustare tanti prodotti europei. Ma anche farcita con erbe di campo o con il pesce azzurro, come usavano fare i contadini e i pescatori della Romagna. “L’accoglienza della piadina Romagnola IGP diventa anche messaggio di unione tra territori, possibilità di scoprire gusti inaspettati, e racconto dal grande potenziale educativo, ha dichiarato Alfio Biagini, Presidente del Consorzio di Promozione e Tutela della Piadina Romagnola, in questa campagna la Piadina Romagnola IGP varca i confini territoriali diventando simbolo di accoglienza, inclusività e amicizia fra i paesi d’Europa.”

La strategia comunicativa sarà articolata in diverse fasi e utilizzerà diversi strumenti in modo da accompagnare, nel triennio, i consumatori e i retailer nell’acquisizione di una conoscenza attualmente non ancora sedimentata di un prodotto dalle caratteristiche uniche sul mercato europeo e garantite dal sistema di qualità UE.

Notizie sul Consorzio di Promozione e Tutela della Piadina Romagnola

Il Consorzio di Promozione e Tutela della Piadina Romagnola IGP è stato costituito per promuovere e valorizzare la Piadina Romagnola o Piada Romagnola, e la variante di Piadina o Piada Romagnola alla Riminese, oltre a far applicare il disciplinare, testo di riferimento per la produzione della Piadina che rispetta la ricetta tradizionale. L’impegno del Consorzio ha portato all’ottenimento del riconoscimento della denominazione di Indicazione Geografica Protetta (IGP) il 24 ottobre 2014. Attualmente il Consorzio conta 12 realtà di diversa grandezza fra aziende artigianali, industriali e chioschi appartenenti alle zone della Romagna. Per queste aziende il

Consorzio svolge il ruolo di mediatore e di rappresentanza.

Renato Pagani
SEC Newgate Italia Srl
+39 335 683 9561
[email us here](#)

This press release can be viewed online at: <https://www.einpresswire.com/article/635988278>

EIN Presswire's priority is source transparency. We do not allow opaque clients, and our editors try to be careful about weeding out false and misleading content. As a user, if you see something we have missed, please do bring it to our attention. Your help is welcome. EIN Presswire, Everyone's Internet News Presswire™, tries to define some of the boundaries that are reasonable in today's world. Please see our Editorial Guidelines for more information.

© 1995-2023 Newsmatics Inc. All Right Reserved.