

IL CIBO DI STRADA CONQUISTA GLI STRANIERI

La piadina traina il turismo teutonico, «parla di Romagna»

Il 70% dell'export del prodotto certificato Igp viaggia nelle tavole imbandite di Germania e Austria

RIMINI

Il 70% dell'export della piadina romagnola certificata Igp viaggia nelle tavole imbandite di Germania e Austria. Numeri imponenti, pari a 45.649 chilogrammi nel mercato tedesco e 37.087 in quello austriaco, per un totale che oltrepassa gli 82mila chilogrammi. Numeri che possono certificare come la piadina romagnola sia un volano per il turismo teutonico.

«Il consumatore tedesco ama la piadina romagnola tanto da essere il primo nostro mercato in fatto di export – spiega il presidente del Consorzio di promo-

zione e tutela della piadina romagnola Alfio Biagini. – È il prodotto simbolo della nostra terra, il “cibo di strada” che grazie al suo prezzo contenuto e alla varietà di abbinamenti, rappresenta un fenomeno di costume che cattura gli amanti della buona tavola. E che non piace solo agli italiani, ma cattura anche gli amanti della buona tavola oltreconfine, a partire dal mercato di cultura tedesca».

È di questi giorni la presenza in Romagna di un giornalista tedesco, Ralf Bender, della testata Lebensmittel Zeitung che ha visitato di persona i luoghi della piadina romagnola rimanendo



Alfio Biagini insieme al giornalista tedesco Ralf Bender

IL CONSORZIO PROMOZIONE E TUTELA

Alfio Biagini: «È il prodotto simbolo della nostra terra che piace ai tedeschi e che ha tanto da raccontare»

stregato di come quattro semplici ingredienti (farina, acqua, sale, strutto o olio d'oliva) siano divenuti il simbolo culturale di una terra.

«La piadina romagnola è un prodotto che piace e che ha tanto da raccontare – conclude Biagini –. Dire piadina è parlare di Romagna. Ben vengano i turisti tedeschi nelle nostre spiagge e nel-

l'entroterra: noi li accoglieremo con una buona piadina romagnola».

E se la piadina sfonda nel mercato tedesco, piace sempre di più anche agli italiani: secondo i recenti dati Iri-Nielsen negli ultimi due anni (2018-2019) ha registrato una crescita in volume del 3% nel mercato di casa nostra.

