



COMUNICATO STAMPA

12 Settembre 2025

Si chiude con successo la campagna commerciale 2025 della Pesca e Nettare di Romagna IGP: buoni risultati in Italia e Germania

Si è conclusa positivamente la campagna commerciale 2025 della **Pesca e Nettare di Romagna IGP**, uno dei simboli dell'eccellenza ortofrutticola italiana. La stagione, avviata con buone premesse in termini qualitativi, ha confermato le attese, registrando una solida risposta del mercato sia in Italia che in Germania, due dei principali paesi di destinazione del prodotto.

Nonostante un contesto climatico sfidante nella fase iniziale della produzione, i frutti hanno mantenuto elevati standard qualitativi, rispondendo ai criteri di dolcezza, consistenza e aroma propri dell'Indicazione Geografica Protetta. La **costanza nella qualità**, unite a un'efficace promozione del marchio IGP, hanno rappresentato i fattori chiave del successo commerciale.

In **Italia**, la campagna ha beneficiato di un rinnovato interesse da parte della distribuzione organizzata e del consumatore finale verso i prodotti locali di origine certificata. Gli sforzi comunicativi, focalizzati sui valori del territorio e dei suoi produttori, hanno rafforzato il posizionamento della Pesca e Nettare di Romagna IGP in GDO come prodotto locale.

Anche in **Germania**, principale mercato estero di riferimento, sulla base delle prime indicazioni delle imprese, la risposta è stata positiva. I consumatori tedeschi stanno differenziandosi in cluster molto specifici e, sono sempre più significativi i consumatori attenti al localismo certificato con IGP e Dop, ampliandosi molto anche le occasioni di consumo di frutti come le pesche e nettarine che, oltre ad essere consumate tal quali, vengono utilizzate ampiamente per smoothie e ricette plant based.

CSO Italy da sempre braccio operativo del Consorzio, ha un archivio di dati sulle pesche e nettarine quasi trentennali. La Direttrice Elisa Macchi evidenzia che – guardando i dati storici – si rileva un consolidamento della superficie produttiva in Romagna, dopo il crollo degli anni intorno al 2020. – **C'è una ripresa, dichiara Macchi** – e soprattutto un costante rinnovamento varietale che porta ad una offerta di qualità più alta e in linea con le esigenze dei consumatori. I consumi sono anch'essi in ripresa. Consideriamo che Italia, Grecia e Spagna consumano il 70% dell'intera produzione e l'Italia è leader per consumi procapite di pesche e nettarine con circa 15 Kg annui per famiglia (dati Yougov).



I consumi di pesche e nettarine negli ultimi due anni (2023 e 2024) in Italia sono cresciuti del 4%, un aumento che ha interessato in modo particolare le nettarine. I dati disponibili relativi alle prime fasi della campagna 2025 evidenziano un calo di consumi rispetto allo scorso anno, dovuto in particolare alla minore disponibilità di prodotto nel mese di giugno.

Credo – conclude Macchi – **che sia fondamentale proseguire nella valorizzazione del marchio IGP con strumenti innovativi capaci di raggiungere consumatori e distribuzione.**

“C’è un risveglio del settore pesche e nettarine che in futuro potrebbe presentare risvolti inaspettati – dichiara Paolo Pari – Presidente del Consorzio Pesca e Nettare di Romagna IGP . La crescente attenzione verso le produzioni certificate e il legame con il territorio ci spinge a **investire ancora di più in comunicazione, sostenibilità e innovazione.** Il supporto del progetto PSR finanziato dalla Regione Emilia – Romagna ha consentito di realizzare contenuti informativi ed eventi che hanno riscontrato grande interesse da parte del pubblico coinvolto. Per dare coerenza all’offerta IGP in termini qualitativi e di volumi è necessario aggiornare costantemente il panorama varietale del disciplinare di produzione, aggiungendo le nuove varietà eredi geneticamente delle storiche cultivar. Come Consorzio avanza la domanda di revisione agli organi competenti”.

Il buon andamento della campagna è confermato dalle aziende socie del Consorzio che hanno sostenuto e cofinanziato le iniziative promozionali del progetto di comunicazione PSR della Regione Emilia-Romagna, attivo nel biennio 2024- 2025.

“Antonio Zani, Responsabile commerciale di Granfrutta Zani conferma un leggero aumento dei volumi e l’inserimento di nuovi clienti che vedono l’IGP come nicchia strategica. **C’è sempre più interesse per la tipicità e il localismo – conferma Antonio Zani.** La ricetta per dare ulteriore slancio alle pesche e nettarine di Romagna IGP è apparentemente scontata ma sicuramente vincente: puntare su **frutti sempre più buoni da mangiare.** Se il cliente trova prodotto buono lo ricompra sempre.”

Anche per Agribologna, la campagna commerciale ha registrato segnali interessanti di ripresa, evidenziando un forte interesse per i progetti di filiera sia da parte delle principali insegne della Grande Distribuzione Organizzata sia dei consumatori . Il riscontro positivo conferma un **aumento dei volumi di acquisto non solo da parte del pubblico, ma anche del segmento strategico della ristorazione collettiva**, a testimonianza della validità del progetto. Secondo Agribologna, il rilancio del settore passa attraverso la decisa valorizzazione dei produttori locali e del loro territorio, comunicando in modo trasparente il legame diretto che unisce la produzione al consumo.



“Il progetto è più che positivo – dichiara Sergio Zavoli, Produttore Socio di Agribologna e Presidente di Conor – ed ha un potenziale di crescita ulteriore. La chiave per il futuro è sicuramente l’aggiornamento costante dell’elenco varietale. L’introduzione di cultivar più recenti e performanti, ci consentirà di elevare ulteriormente la qualità dell’offerta, rafforzando il messaggio legato alla denominazione protetta e al contempo, garantendo le quantità necessarie per soddisfare la domanda in crescita del mercato.”

“Se avessimo avuto più prodotto sarebbe stato un anno record – dichiara Andrea Bini responsabile commerciale del Consorzio Il Frutteto – quello che paga è un localismo vincente perché ovunque dire Romagna, significa dire frutta di qualità. La Romagna e le sue pesche e nettarine IGP sono un brand vincente sia in Italia che all’estero. In questa campagna – prosegue Bini – abbiamo lavorato molto bene con insegne che non hanno marca privata e che, grazie all’IGP, hanno rafforzato l’identità e la personalità della loro offerta. Sono andati molto bene anche i mercati all’ingrosso. Quello che conta è dare un prodotto di alta qualità, con aromi e sapore costanti nel tempo, questo fidelizza e gratifica chi acquista. Come Consorzio Il Frutteto stiamo facendo un progetto di filiera proprio su questo tema.”

“La produzione di pesche e nettarine si è stabilizzata e abbiamo registrato risultati positivi – dichiara Mirco Zanelli, Direttore Commerciale di Apofruit. Pesca e nettarina di Romagna IGP è un marchio richiesto e differenziante. Con la leadership delle nettarine, abbiamo avuto richieste costanti nei due mesi centrali dell’estate (luglio e agosto) con una buona continuità. Lo spazio nel reparto è un elemento chiave per stimolare le vendite e - chiude Zanelli – sarà sempre più importante presidiare i punti vendita dando la giusta visibilità all’IGP perché i risultati ci sono.”

“Per Vincenzo Finelli, Direttore di Orogel Fresco questa campagna ha dato segnali di grande interesse per il prodotto IGP Romagna, fresco e trasformato – Abbiamo ampliato la nostra rete di clienti – dichiara Finelli – e sono aumentati i volumi venduti. Anche sul mercato tedesco si riscontra un maggiore interesse delle insegne che recepiscono sicuramente un mutato atteggiamento di fasce di consumatori più attenti al localismo e alle denominazioni d’origine. In generale, il marchio pesca e nettarina di Romagna IGP consente alle insegne di uscire dalla commodity dando più distintività al prodotto.”

“L’assortimento IGP qualifica la categoria Pesche e nettarine di produzione romagnola – dichiara Enrico Bucchi – Direttore Commerciale di Alegra – Il posizionamento del marchio è strategico e, in questa campagna ha dato ottimi risultati con quotazioni molto interessanti e una domanda vivace. Oggi la pesca e nettarina di Romagna IGP è un’arma vincente grazie alla sua connotazione territoriale riconosciuta e apprezzata in Italia e all’estero. La comunicazione realizzata nel corso di questo biennio dal Consorzio con il sostegno del PSR della Regione Emilia-Romagna si è



rivolta al consumatore con strumenti digital (social e campagne You Tube) e ha dato buoni risultati, considerando le limitate risorse disponibili. Si potrà crescere ancora, aumentando gli investimenti in comunicazione e innovando il panorama varietale che dovrà essere sempre più in linea con le sfide di oggi legate alla resistenza ai patogeni e all’adattamento ai cambiamenti climatici, mantenendo un eccellente gusto, grado zuccherino e succosità dei frutti.”

Gabriele Ferri – Direttore di Naturitalia – chiude con un commento positivo sull’andamento della campagna, rimarcando però una sottovalutazione delle quantità disponibili nella fase finale con quotazioni al ribasso.

“ In futuro – rimarca Gabriele Ferri - dovremo continuare a produrre pesche e nettarine con caratteristiche gustative eccellenti e comunicare con più insistenza e, ad una più ampia platea di responsabili acquisto, i valori e l’identità territoriale del prodotto. Dobbiamo investire insieme per rafforzare il marchio perché la competizione sarà sempre più agguerrita.”

La stagione 2025 ha confermato la vitalità della Pesca e Nettare di Romagna IGP: **qualità, domanda vivace e un marchio riconosciuto.** Il futuro passa da nuove varietà, più comunicazione e una filiera coesa, pronta a rafforzare il valore identitario della Romagna ortofrutticola sui mercati nazionali e internazionali.

I SOCI DEL CONSORZIO DI TUTELA E VALORIZZAZIONE PESCA E NETTARINA DI ROMAGNA IGP

- Agribologna
- Apo Conerpo con Alegra e Naturitalia
- Apofruit
- AOP Italia
- Consorzio Il Frutteto
- Consorzio Ortofrutticolo di Romagna
- Granfrutta Zani
- Orogel Fresco
- Tozzi Frutta
- Zavoli