Patata di Bologna DOP: qualità e mercato sostengono la campagna 2026/27, la filiera punta a una maggiore valorizzazione

Oltre 13 mila tonnellate di prodotto su circa 390 ettari. Il Consorzio: "Qualità importante e segnali positivi dal mercato. Serve un riconoscimento del valore più stabile per sostenere i crescenti costi della filiera".

Bologna (4 novembre 2026) – **Qualità del prodotto e segnali positivi dal mercato** caratterizzano l'avvio della **campagna commerciale 2026/27 della Patata di Bologna DOP**, la prima patata italiana ad aver ottenuto il riconoscimento europeo della Denominazione di Origine Protetta (DOP). Un quadro incoraggiante, che si accompagna all'esigenza di rafforzare la valorizzazione del prodotto per dare continuità economica alle aziende agricole e di confezionamento, a fronte di costi crescenti.

La campagna produttiva e commerciale

Per questa campagna, la **produzione** complessiva supera appena le **13 mila tonnellate**, ottenute su una superficie di circa **390 ettari**. Numeri che confermano la solidità di una filiera profondamente legata al territorio bolognese e impegnata nella produzione certificata della **Primura**, unica varietà prevista dal Disciplinare della Patata di Bologna DOP.

La **campagna produttiva** si è sviluppata in un **contesto climatico complesso**. Le temperature particolarmente elevate e persistenti registrate durante l'estate hanno richiesto infatti grande attenzione nella gestione agronomica delle coltivazioni. Nonostante queste condizioni, il prodotto mantiene le caratteristiche qualitative e distintive previste dal Disciplinare, grazie al lavoro e alla professionalità delle aziende agricole della filiera.

Sul **piano commerciale**, la risposta iniziale del mercato è soddisfacente e conferma il legame di fiducia con i consumatori. La filiera guarda tuttavia al medio periodo con realismo: l'aumento dei costi di produzione, logistica, conservazione, preparazione e confezionamento, insieme all'instabilità climatica e agli investimenti necessari per mantenere gli standard DOP, rende essenziale consolidare la redditività delle aziende coinvolte.

L'auspicio è quindi che i segnali positivi di questa prima fase trovino continuità in un riconoscimento più stabile e diffuso del valore del prodotto, capace di remunerare adeguatamente il lavoro sul campo e le attività successive alla raccolta.

"*Guardiamo con soddisfazione all'avvio della nuova campagna commerciale, innanzitutto per la qualità del prodotto ottenuto in un'annata tutt'altro che semplice* - afferma **Davide Martelli, Presidente del Consorzio di Tutela Patata di Bologna DOP** - *È un risultato che nasce dal lavoro quotidiano dei nostri agricoltori, dalla loro esperienza e dall'attenzione riservata a ogni fase della coltivazione. Anche il mercato sta fornendo segnali positivi, riconoscendo il valore di una produzione certificata che richiede impegno, professionalità e rispetto di regole precise. La sostenibilità economica delle aziende agricole e di confezionamento è una condizione essenziale per garantire continuità e prospettive alla filiera. Il nostro obiettivo è continuare a difendere e valorizzare una denominazione che unisce qualità, identità e territorio, rafforzando la riconoscibilità della Primura e il rapporto di fiducia con i consumatori"*.

Primura: radicamento nel territorio e visibilità nazionale

Alla produzione e alla commercializzazione si affianca l'attività di promozione portata avanti dal Consorzio per rafforzare il legame con chi già conosce la Patata di Bologna DOP, avvicinare nuovi pubblici e raccontarne origine, filiera e versatilità gastronomica.

Tra gli appuntamenti più significativi figura la partecipazione a **C'è +Gusto**, l'evento organizzato a Palazzo Re Enzo a Bologna da *La Repubblica* e *Il Gusto* nei giorni 10 e 11 ottobre. L'iniziativa rientra nel piano di attività finanziato nell'ambito dell'intervento regionale **SRG10**, con il supporto della Regione Emilia-Romagna. La Patata di Bologna DOP è stata protagonista di due appuntamenti nei

“Teatri del Gusto”, durante i quali gli chef Niccolò Palumbo e Davide Puleio hanno interpretato la Primura attraverso due preparazioni dedicate. Entrambi gli appuntamenti hanno registrato il tutto esaurito in meno di trenta minuti dall’apertura delle prenotazioni. A sostegno di questa partecipazione, un articolato piano di comunicazione digitale e sulla stampa punta ad ampliare la visibilità della denominazione oltre le giornate dell’evento e a portare la Patata di Bologna DOP al centro del racconto gastronomico proprio nella città di cui porta il nome. Un percorso che rafforza il legame con il territorio d’origine e dà alla denominazione una visibilità di respiro nazionale.
Positivo anche il bilancio del **Festival della Patata di Bologna DOP**, realizzato il 24 e 25 ottobre a Molinella, uno dei territori maggiormente rappresentativi della produzione. La manifestazione, organizzata dal Comune di Molinella con il contributo della Regione Emilia-Romagna e in collaborazione con il Consorzio, ha dedicato due giornate alla conoscenza della DOP attraverso degustazioni internazionali, show cooking, incontri divulgativi, presenza dei produttori e attività rivolte a bambini e famiglie.
Il percorso di valorizzazione proseguirà tra la fine del 2026 e l’inizio del 2027 con un mix di attività rivolte agli operatori del trade e ai consumatori, nell’ambito del progetto **SRG10** e della **Legge regionale 16/95**, in entrambi i casi con il supporto della **Regione Emilia-Romagna**.

“*Le iniziative realizzate a Bologna e a Molinella, insieme a quelle in programma nei prossimi mesi, confermano quanto sia importante affiancare alla tutela della produzione un’attività continuativa di informazione e valorizzazione* - prosegue Martelli - *C’è +Gusto ci ha permesso di presentare la Primura attraverso il linguaggio contemporaneo della cucina, mentre il Festival di Molinella ha riportato il prodotto nel cuore della comunità e del territorio produttivo e ringrazio il Comune e la Proloco di Molinella per questa iniziativa. Sono due modalità differenti, ma complementari, di raccontare la stessa identità: quella di una DOP che nasce dal lavoro degli agricoltori, è garantita da una filiera controllata e trova nella cucina uno spazio privilegiato per esprimere qualità e versatilità. La nostra strategia parte da qui: rendere sempre più chiaro ciò che distingue la Patata di Bologna DOP e trasferire al consumatore il valore concreto della sua origine certificata*”.

Ufficio Stampa Patata Bologna Dop
PrimaPagina
(Maurizio Magni – Filippo Fabbri)
Tel. 0547.24284 – 3471567681