

LA PATATA DEL FUCINO PER IL SECONDO ANNO AL MARCA DI BOLOGNA



15 Gennaio 2020

CELANO - L'Associazione Marsica Produttori Patate (Amp) segna un'altra tappa importante nella campagna di promozione della Patata del Fucino Igp. Per il secondo anno rinnova la partecipazione alla più importante fiera in Europa che ospita le maggiori insegne della Dmo

(Distribuzione Moderna Organizzata).

Con un proprio spazio al Padiglione 30 Stand C41 l'Ampp accende i riflettori sul marchio Fucino Igp per creare mercato, aprire nuove opportunità con i rappresentanti della Gdo (Grande Distribuzione Organizzata), con produttori, manager, responsabili d'acquisto, stampa di settore e con i tanti visitatori che tra il 15 e 16 gennaio affollano il Marca, testimonianza di come i produttori si innovano anche nel marketing con iniziative che favoriscono l'incontro tra domanda e offerta, consapevoli che oggi alla qualità del prodotto si devono abbinare anche azioni di informazione e divulgazione.

Rodolfo Di Pasquale, presidente dell'Ampp, ribadisce l'impegno che da oltre trent'anni l'Associazione porta avanti nella pataticoltura fino ad arrivare all'ambito riconoscimento del marchio Igp: "È stata una vera conquista per il Fucino, perché è qui che la natura ha lasciato un segno di grande fertilità dopo il prosciugamento del lago che prima inondava l'intera piana".

Per questo il Fucino viene definito anche "Orto d'Italia" per le qualità organolettiche del terreno dove gli ortaggi e le patate principalmente trovano il loro habitat naturale, tra monti e parchi naturali.

"Abbiamo raggiunto una produzione di oltre 350mila quintali di patate, di cui circa 220mila certificate Igp - aggiunge **Sante Del Corvo** direttore dell'Ampp - oltre il 60% della produzione totale. L'obiettivo è crescere. Abbiamo lanciato un piano di investimenti di oltre 10 milioni di euro per la modernizzazione e il potenziamento degli impianti di conservazione e confezionamento delle patate".

Naturalmente tutto andrà a sommarsi agli impianti già esistenti nello stabilimento dell'Ampp con un ampliamento che consente di gestire oltre 400 mila quintali di patate.

I lavori sono in piena realizzazione per concludersi entro il 2020. Investimenti che non si fermano alla sola tecnologia, ma riguardano anche il prodotto. Sono stati avviati studi e ricerche finalizzati al miglioramento della produzione e del posizionamento nella Gdo per

rispondere alle esigenze della distribuzione e del consumatore.

L'Ampp svolge un ruolo trainante per l'intero comparto pataticolo, contribuendo fortemente alla promozione del marchio Igp in cui sono maggiormente riposte le aspettative degli stessi coltivatori. Dal 19 gennaio parte su Sky la campagna che copre le principali città italiane con la diffusione di uno spot da 30 secondi, la cui strategia creativa mira a far conoscere al consumatore le peculiarità date dal territorio alla patata del Fucino.

Il claim recita "una favola in cucina" alludendo alla storia del Principe Torlonia che, come per magia, a fine '800 riuscì a prosciugare l'allora lago trasformando un'area affrancata dalle paludi, in una delle zone più fertili d'Italia.