



Ritaglio Stampa

Testata: Help Consumatori
Data: 24 maggio 2011
Diffusione: n.d.
Soggetto: Consorzio Tutela Provolone Valpadana



cerca home > alimentazione > sicurezza alimentare > ALIMENTAZIONE. Atlante Qualivita 2011, 227 prodotti italiani...

ricerca avanzata

News

ALIMENTAZIONE. Atlante Qualivita 2011, 227 prodotti italiani d'eccellenza

24/05/2011 - 14:06

Presentata oggi a Roma la quinta edizione dell'Atlante Qualivita, realizzato dalla Fondazione Qualivita in collaborazione con AICIG e con il patrocinio del Miipaaf: un viaggio dell'Italia del gusto che quest'anno si arricchisce di aneddoti sull'Unità d'Italia. E c'è anche la Qualiguida, un itinerario attraverso i ristoranti che in Italia e all'estero usano prodotti DOP e IGT.



In un anno, da aprile 2010 ad aprile 2011, sono stati registrati ben 22 nuovi prodotti italiani DOP, IGP e STG e nei soli 5 mesi del 2011 le nuove registrazioni per l'Italia sono state 8, mentre per la Francia è stata soltanto una e per la Spagna due. L'Italia ha il primato delle denominazioni: ad oggi sono 227, di cui 142 DOP, 83 IGP e 2 STG, divisi in prodotti a base di carne, formaggi, oli, prodotti ortofruticoli e cereali, pesci, molluschi e crostacei.

Tutto questo patrimonio è stato racchiuso nella quinta edizione dell'Atlante Qualivita, realizzato dalla Fondazione Qualivita in collaborazione con AICIG, Associazione Italiana Consorzi Indirizzatori Geografici e con il patrocinio del Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali e presentata oggi a Roma.

L'edizione dell'Atlante di quest'anno è completamente rinnovata nella grafica e nei contenuti ed in più è arricchita di annotazioni storiche in occasione dei 150 anni dell'Unità d'Italia. Il Provolone Valpadana, ad esempio, è l'emblema dell'Unità d'Italia, come ha spiegato Mauro Rosati, Segretario Generale della Fondazione e curatore dell'Atlante. "Il provolone è, infatti, un prodotto tipico del Sud e negli anni dell'unificazione questa tradizione si è estesa anche al Nord". Proprio intorno al 1870 la produzione del provolone passò dal Sud al Nord grazie all'intermediazione di operatori come i fratelli Maggotta che da Muro Lucano, un paesino in provincia di Potenza, aprirono un caseificio a Borgo San Giacomo (BS) per l'abbondanza di latte bovino e delle nuove tecnologie.

Un altro esempio di questa osmosi è rappresentato dal Limone Interdonato Messina che prende il nome del colonnello gariboldino Giovanni Interdonato, che dopo aver combattuto nei moti siciliani, si ritirò a vita privata nella sua villa di Fiumedinisi coltivando la passione per la coltivazione degli agrumi che lo portò ad incrociare un cedro e faridau, un limone locale, ottenendo il Limone Interdonato Messina che oggi è un prodotto IGP. Sono 70 i prodotti italiani che raccontano qualcosa intorno all'Unità d'Italia, "una sorta di fil rouge della trasformazione del nostro Paese dove il cibo ha avuto davvero un ruolo importante", come ha sottolineato Rosati.

E numerose sono anche le particolarità tra i 22 nuovi prodotti registrati dal Piacentino Emense DOP, che oltre ad essere stato registrato con il numero 1000 nel Registro europeo, è l'unico formaggio aromatizzato con pepe in grani e zafferano, alla Vastedda della Valle del Belice che è uno dei pochissimi formaggi ovini a pasta filata nel mondo. Curiosa anche la Pesca di Leonforte IGP, che è un frutto settembrino e tardivo che quando è ancora sull'albero viene avvolta in sacchetti di carta pergamena per evitare l'attacco di insetti.

Rosati, ha però, ricordato che sul mercato alimentare europeo si stanno affacciando prodotti che arrivano da altri paesi, in primis dalla Cina che ha ottenuto 5 denominazioni DOP e IGP. Bisogna considerare questa evoluzione per dotare le denominazioni italiane di una strategia evolutiva a lungo termine, ad esempio diffonderle nella Grande Distribuzione Organizzata e nei ristoranti. Sono i ristoranti, infatti, i soggetti più indicati a diffondere la cultura della qualità alimentare, anche perché l'80% degli italiani che vanno al ristorante vogliono sapere qual è l'origine dei prodotti e della materia prima. Il dato emerge dall'ultima indagine di Asta Ricerche, secondo cui sono 21 milioni gli italiani che mangiano fuori casa.

"A nostro giudizio - ha ribadito Rosati - i ristoranti possono diventare in un certo senso i veri portabandiera delle eccellenze agroalimentari italiane. Perché sono proprio loro che attraverso i piatti che presentano, possono raccontare le eccellenze dei territori, proponendosi come ambasciatori del Made in Italy di qualità. Dovrebbe quindi esistere un rapporto profondo e sinergico tra ristorazione e prodotti locali certificati. Rapporto che purtroppo spesso manca o manca del tutto".

articoli correlati

- SICUREZZA ALIMENTARE. Nel napoletano sequestrati 2,5 ton di pesce e falso Parmigiano Reggiano
- ALIMENTAZIONE. Il Piacentino Emense diventa DOP
- ALIMENTAZIONE. Scandalo olio deodorato spacciato per extravergine. Polemica su Regolamento UE
- ALIMENTAZIONE. Due nuove DOP italiane: Farnia di Castagne della Lunigiana e Farnagella del Lunese
- CONTRAFFAZIONE. Agropratena, Cia danno da 60 miliardi annui al made in Italy



Ritaglio Stampa

Testata: Help Consumatori
Data: 24 maggio 2011
Diffusione n.d.
Soggetto: Consorzio Tutela Provolone Valpadana

ALIMENTAZIONE. Atlante Qualivita 2011, 227 prodotti italiani d'eccellenza



24/05/2011 - 14:06

Presentata oggi a Roma la quinta edizione dell'Atlante Qualivita, realizzato dalla Fondazione Qualivita in collaborazione con AICIG e con il patrocinio del Mipaaf: un viaggio dell'Italia del gusto che quest'anno si arricchisce di aneddoti sull'Unità d'Italia. E c'è anche la Qualiguida, un itinerario attraverso i ristoranti che in Italia e all'estero usano prodotti DOP e IGT.

In un anno, da aprile 2010 ad aprile 2011, sono stati registrati ben 22 nuovi prodotti italiani DOP, IGP e STG e nei soli 5 mesi del 2011 le nuove registrazioni per l'Italia sono state 8, mentre per la Francia è stata soltanto una e per la Spagna due. L'Italia ha il primato delle denominazioni: ad oggi sono 227, di cui 142 DOP, 63 IGP e 2 STG, divisi in prodotti a base di carne, formaggi, oli, prodotti ortofruticoli e cereali, pesci, molluschi e crostacei.

Tutto questo patrimonio è stato raccolto nella quinta edizione dell'Atlante Qualivita, realizzato dalla Fondazione Qualivita in collaborazione con AICIG, Associazione Italiana Consorzi Indirazioni Geografiche e con il patrocinio del Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali e presentata oggi a Roma.

L'edizione dell'Atlante di quest'anno è completamente rinnovata nella grafica e nei contenuti ed in più è arricchita di annotazioni storiche in occasione dei 150 anni dell'Unità d'Italia. Il Provolone Valpadana, ad esempio, è l'emblema dell'Unità d'Italia, come ha spiegato Mauro Rosati, Segretario Generale della Fondazione e curatore dell'Atlante: "Il provolone è, infatti, un prodotto tipico del Sud e negli anni dell'unificazione questa tradizione si è estesa anche al Nord". Proprio intorno al 1870 la produzione del provolone passò dal Sud al Nord grazie all'intraprendenza di operatori come i fratelli Margiotta che da Muro Lucano, un paesino in provincia di Potenza, aprirono un caseificio a Borgo San Giacomo (BS) per l'abbondanza di latte bovino e delle nuove tecnologie.

Un altro esempio di questa osmosi è rappresentato dal Limone Interdonato Messina che prende il nome del colonnello gariboldino Giovanni Interdonato, che dopo aver combattuto nei moti siciliani, si ritirò a vita privata nella sua villa di Fiumedinisi sviluppando la passione per la coltivazione degli agrumi che lo portò ad incrociare un cedro e l'aridatru, un limone locale, ottenendo il Limone Interdonato Messina che oggi è un prodotto IGP. Sono 79 i prodotti italiani che raccontano qualcosa intorno all'Unità d'Italia, "una sorta di fil rouge della trasformazione del nostro Paese dove il cibo ha avuto davvero un ruolo importante", come ha sottolineato Rosati.

E numerosi sono anche le particolarità tra i 22 nuovi prodotti registrati dal Piacentino Emese DOP, che oltre ad essere stato registrato con il numero 1000 nel Registro europeo, è l'unico formaggio aromatizzato con pepe in grani e zafferano, alla Vastedda della Valle del Belice che è uno dei pochissimi formaggi onnivori a pasta filata nel mondo. Curiosa anche la Pesca di Leonforte IGP, che è un fritto suttimbrino e tardivo che quando è ancora sull'albero viene avvolto in sacchetti di carta pergamina per evitare l'attacco di insetti.

Rosati, ha però, ricordato che sul mercato alimentare europeo si stanno affacciando prodotti che arrivano da altri paesi, in primis dalla Cina che ha ottenuto 5 denominazioni DOP e IGP. Bisogna considerare questa evoluzione per dotare le denominazioni italiane di una strategia evoluta a lungo termine: ad esempio diffonderle nella Grande Distribuzione Organizzata e nei ristoranti. Sono i ristoranti, infatti, i soggetti più indicati a diffondere la cultura della qualità alimentare, anche perché l'80% degli italiani che vanno al ristorante vogliono sapere qual è l'origine dei prodotti e delle materie prime. Il dato emerge dall'ultima indagine di Astra Ricerche, secondo cui sono 21 milioni gli italiani che mangiano fuori casa.

"A nostro giudizio - ha ribadito Rosati - i ristoratori possono diventare in un certo senso i veri portabandiera delle eccellenze agroalimentari italiane. Perché sono proprio loro che attraverso i piatti che presentano, possono raccontare le eccellenze dei territori, proponendoci come ambasciatori del Made in Italy di qualità. Dovrebbe quindi esistere un rapporto profondo e sinergico tra ristorazione e prodotti locali certificati. Rapporto che purtroppo spesso manca o è solo di facciata".

Proprio per questo accanto all'Atlante Qualivita oggi è stata presentata anche la Qualiguida, un itinerario del gusto attraverso i ristoranti DOP, con 500 indirizzi di locali che in Italia e all'estero usano prodotti italiani DOP e IGT e il calendario di 150 manifestazioni, tra sagre, fiere ed eventi, che nei diversi territori di produzione sono dedicate a queste eccellenze. Una guida dell'Italia attenta al gusto, alla tradizione e alle eccellenze.

E per non disperdere questo patrimonio, c'è bisogno di mettere in campo politiche a lungo termine, a cominciare da un'intesa con il sistema del turismo italiano (percorso che è già stato avviato, ad aprile, dal Ministro Saverio Romano e dal Ministro del Turismo Victoria Brambilla), per finire ad un maggiore investimento nell'export. Ma per investire nel settore è necessario avere la certezza giuridica della difesa del prodotto. Bisogna lavorare su questo prevedendo ad esempio, delle soluzioni a doppia velocità, come ha suggerito Giuseppe Liberatore, Presidente di AICIG: "Potremmo pensare a trattare alcune denominazioni diversamente dalle altre poiché ce ne sono alcune che sono più importanti. Trovare accordi su questo punto è però difficile perché ci sono alcuni paesi che hanno poche denominazioni da difendere e non vogliono perdere importanza".

"A livello comunitario - ha aggiunto Liberatore - c'è un altro tema importante ed è quello del pacchetto sulla qualità. L'istanza più importante che noi abbiamo è quella della gestione e programmazione delle denominazioni. Noi vogliamo che queste siano concesse ai consorzi perché i prodotti a denominazione non vanno trattati come prodotti a mera destinazione commerciale, ma come prodotti che dietro hanno un mondo e tante famiglie che lavorano. Prima di arrivare alla discussione finale in Parlamento cercheremo di trovare un accordo con altri Paesi e già abbiamo il consenso dell'area mediterranea. Comunque - ha concluso Liberatore - la nostra provocazione di ritirare le denominazioni italiane non è soltanto una provocazione".

Intanto la Coldiretti ha stimato che, nel 2010, i prodotti italiani di qualità protetti dal riconoscimento comunitario hanno sviluppato un fatturato al consumo superiore ai 9 miliardi di euro dei quali circa 1,5 miliardi realizzati sui mercati esteri attraverso l'esportazione. A trascinare il settore sono i prodotti più rilevanti economicamente, dal Parmigiano Reggiano e Grana Padano, al prosciutto di Parma che ha ottenuto nel 2010 il miglior risultato di sempre. "A frenare la diffusione del Made in Italy a denominazione è la proliferazione dei prodotti alimentari taroccati all'estero che - precisa la Coldiretti - sono causa di danni economici, ma anche di immagine".

E di lotta alla contraffazione si è parlato anche durante l'evento di oggi: bisogna rafforzare l'intera filiera e creare un modello efficiente che raggiunga un volume di produzione economicamente rilevante. Dobbiamo creare consapevolezza e bisogno anche in altri Paesi, fuori dall'Italia. Far capire che la tutela dell'identità e della cultura viene prima di quella economica farà anche investire il nostro peso negoziale.

di Antonella Giordano

La riproduzione di questo contenuto è autorizzata esclusivamente includendo il link di riferimento alla fonte Help Consumatori