



consortium



MONTASIO DOP

la DOP friulana dalle origini umili verso il grande mercato

VINI DELL'ETNA DOP

da un territorio UNESCO, tutela e promozione della qualità

PASTA IG

le cinque IGP del piatto tipico italiano



INDICAZIONI GEOGRAFICHE

iniziative legislative in atto a livello UE

2021



Proposta reg.
Sistema IG



Approvazione
nuova PAC



Proposta reg.
Promozione



Proposta reg.
Etichettatura
nutrizionale



Proposta reg.
IG non-agri



Progetto reg.
Bevande spiritose

2021 ANNO DI CAMBIAMENTO PER IL SISTEMA DELLE IG



Il 2021 sarà un anno molto importante che porterà cambiamenti radicali nel sistema delle Indicazioni Geografiche, a partire dalle molte novità normative messe in agenda dalla Commissione europea all'interno delle strategie del pacchetto Green Deal. In questo numero di Consortium abbiamo riportato numerose esperienze di imprese e Consorzi che già stanno delineando il percorso di transizione dell'agroalimentare italiano. Lo abbiamo fatto raccontando il tour di incontri "DOP IGP incontrano il futuro" con i giovani protagonisti delle filiere IG italiane, descrivendo l'impegno dei due Consorzi del Montasio DOP e dei vini dell'Etna DOP che nell'anno della pandemia hanno saputo dare risposte che guardavano al futuro, descrivendo le azioni a supporto del sistema DOP IGP come le attività di ricerca del CREA e di anticontraffazione del Poligrafico dello Stato. Ma se il tema della transizione e della sostenibilità condiziona profondamente il settore agricolo, la portata delle riforme specifiche per i prodotti DOP IGP non si esaurirà solo su questo versante, ma inciderà anche sul modello organizzativo, la promozione e la tutela.

A inizio anno è stata avviata la **Revisione complessiva del Sistema IG**, con la consultazione pubblica voluta dalla Commissione europea per raccogliere i pareri di cittadini e organizzazioni sulle priorità da affrontare e che dovrebbe sfociare nella proposta di un nuovo Regolamento sulle DOP IGP nel quarto trimestre 2021. Sul tavolo una serie di tematiche: dalla sensibilizzazione dei consumatori in merito ai prodotti di qualità e ai loghi DOP IGP, alla lotta contro furti e contraffazioni via internet, fino alla definizione di criteri di produzione sostenibile. La discussione centrale sul dossier riguarda i nuovi poteri dei Gruppi di operatori, un passaggio chiave per riconoscere ai Consorzi di tutela un ruolo forte di coordinamento delle filiere produttive e gestione delle denominazioni.

Altro appuntamento importante sarà quello della **nuova PAC 2023-2027**: inizialmente prevista entro la fine di maggio 2021, è ancora oggetto di trilogia fra i tre organi decisori dell'UE. All'interno della PAC ci sono due importanti capitoli che riguardano le DOP IGP: la revisione della disciplina dei vini contenuta all'interno dell'Organizzazione Comune dei Mercati e l'attuazione dei Piani Strategici Nazionali che dovranno essere allineati con i nuovi obiettivi eco-sostenibili previsti dalla PAC.

Un ulteriore passaggio chiave per le IG è la revisione del **programma di promozione** dei prodotti agricoli e alimentari previsto dalla strategia Farm to Fork, su cui la Commissione ha avviato una nuova consultazione pubblica, aperta a tutti i cittadini dell'Unione fino al 23 giugno 2021. Se è vero che le attività finanziate dall'UE per la promozione contribuiscono ad aumentare le vendite e i consumi nei mercati di destinazione – come dimostrato dallo stu-

dio pubblicato a gennaio 2021 – è anche vero che ci sono molte cose da rivedere per migliorare questa politica, con le organizzazioni di settore che, in particolare, chiedono a gran voce una semplificazione delle procedure soprattutto per rendere accessibili i finanziamenti anche alle piccole denominazioni. Sempre nell'ambito della strategia Farm to Fork vi è la proposta di revisione delle norme UE sulle informazioni fornite ai consumatori, prevista per il quarto trimestre 2022: un tema scottante nel dibattito europeo, che riguarda **l'etichettatura dei prodotti** con i rischi legati all'adozione di modelli come il "Nutriscore", e in merito al quale il comparto delle IG italiane deve continuare ad affermare posizioni decise, coinvolgendo gli altri Paesi allineati nel richiedere un sistema di informazione più veritiero.

In questo ampio quadro di riforme europee, si discute anche sulla proposta di un regolamento per la **protezione delle IG per i prodotti non agricoli** e una serie di iniziative relative alle **Bevande Spiritose** in corso di adozione nel secondo trimestre 2021. Queste mirano a stabilire nuove norme per la richiesta di protezione di una IG e alla modifica dei disciplinari di produzione, oltre ad aggiornamenti in materia di etichettatura, in caso di allusioni con riferimenti alle denominazioni di superalcolici da parte di altre bevande.

Insomma, il mondo delle Indicazioni Geografiche cambierà radicalmente e anche molto velocemente vista la portata delle nuove regole in discussione. Questo è fuori di dubbio anche perché gran parte di questo dibattito nasce da un'esigenza reale che i consumatori, soprattutto i giovani, mostrano in fatto di scelte alimentari. Se guardiamo quindi in prospettiva, fattori come "Tipicità, Tutela, Promozione e Territorio", che rappresentano i capisaldi del sistema, saranno nel tempo messi in secondo piano. Le Indicazioni Geografiche, a mio avviso, saranno utili come modello di riferimento per la gestione di filiere sostenibili. Se sapranno fare questo, continueranno a rappresentare per tanti anni a venire la strategia vincente, esattamente come è accaduto fino ad ora. L'Italia è avvertita: se vuole salvare il suo patrimonio, deve rilanciare una propria politica di qualità che abbia ambizioni alte, competitive e al passo con i tempi. In caso contrario, il primato italiano in questo settore, non sarà più così certo.



Mauro Rosati

 @qualigeo

Direttore Editoriale Consortium



consortium

Tutela e valorizzazione delle Indicazioni Geografiche Italiane

Anno IV - N. 11 aprile - giugno 2021
ISSN 2611-8440 cartaceo - ISSN 2611-7630 online

Rivista trimestrale a carattere scientifico
Iscritta nel Registro della Stampa del Tribunale di Roma al n. 111 del 27/6/2018

Direttore responsabile: Mauro Rosati

Proprietario ed editore:

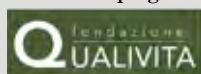


Libreria dello Stato
IPZS S.p.A.

Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato SpA
Via Salaria 691, 00138 Roma
www.ipzs.it



Ideazione e progettazione grafica:



Fondazione Qualivita
Via Fontebranda 69 - 53100 Siena
www.qualivita.it - www.qualigeo.eu



Chiuso in redazione Giugno 2021

Stampa a cura

dell'Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato S.p.A.
Sede legale e operativa: Via Salaria, 691 - 00138 Roma

Vai al sito della rivista - www.qualivita.it/consortium



© 2021 Riproduzione riservata
Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato S.p.A. - Libreria dello Stato
I diritti di traduzione, adattamento, riproduzione con qualsiasi procedimento,
della presente opera o di più parti della stessa, sono riservati per tutti i Paesi.

Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato - Libreria dello Stato

L'Editore, ai sensi dell'art. 13 del Regolamento UE 2016/679 (GDPR), in qualità di Titolare del trattamento dati, informa che i dati personali forniti sono necessari e saranno trattati per le finalità connesse agli adempimenti dei rapporti contrattuali. Il cliente gode dei diritti di cui agli artt. 15, 16, 17, 18, 20 e 21 del GDPR e potrà esercitarli inviando raccomandata a.r. al Data Protection Officer (DPO) Via Salaria 691 - 00138 Roma, o e-mail all'indirizzo privacy@ipzs.it o utilizzando il modulo disponibile sul sito www.garanteprivacy.it.

L'informativa completa è disponibile su
https://www.ipzs.it/docs/public/informativa_clienti.pdf

Sommario

Speciale - PUGLIA
Intervista a Donato Pentassuglia,
assessore all'agricoltura Regione Puglia **04**

#evoluzioneQualivita **06**

Consorzio per la Tutela del
Formaggio Montasio **10**

Consorzio di Tutela
Vini Etna DOC **14**

CREA più ricerca per
il mondo delle DOP IGP **18**

Pasta, cinque IG del
piatto tipico italiano **20**





DOP IGP incontrano il futuro:
i giovani e la transizione **26**

Mercati internazionali
Alla ricerca del
made in Italy **42**

Contrassegni vini -
Poligrafico e Zecca dello Stato **31**



Rapporto sul turismo
enogastronomico italiano **34**

Osservatorio Qualivita
Sistema IG **45**

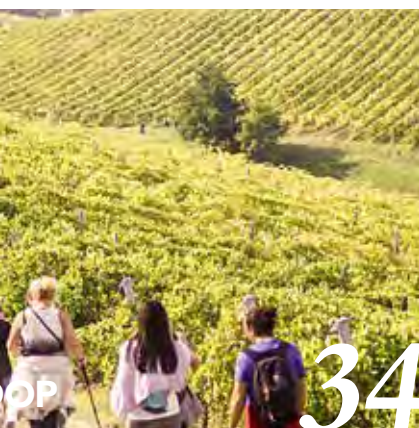
Buone Pratiche
Born in Tuscany **36**

Osservatorio Qualivita
Nuove IG **46**

MPS Agroalimentare **38**

Osservatorio Qualivita
Normativa IG **48**

Ricerca
DOP IGP valore trasformati **40**



Regione Puglia, la pandemia ha dato la spinta per nuovi percorsi e modelli di sviluppo

Intervista all'assessore all'agricoltura della Regione Puglia, Donato Pentassuglia, nel cui racconto a Consortium emerge un territorio che crede nella ricchezza delle risorse agroalimentari, scommettendo sulle DOP IGP

La Puglia agricola è una delle regioni di rilievo a livello nazionale, un territorio che ha puntato sulla ricchezza delle sue risorse agroalimentari e che, negli anni, ha investito in politiche di valorizzazione e tutela delle sue eccellenze. Vocata da millenni all'agricoltura, con oltre il 10% della superficie coltivata nazionale, la Puglia detiene il primato per unità di forza lavoro impegnate nel settore e vanta oggi un cospicuo patrimonio di produzioni di qualità conosciute e riconosciute in tutto il mondo.

Assessore Pentassuglia, quanto è rilevante il settore agroalimentare in Puglia per favorire il consolidamento e lo sviluppo dell'agricoltura e dell'economia pugliese?

La nostra regione possiede una ricchezza inestimabile in ambito agroalimentare, elemento fondamentale e strategico per la tenuta di tutto il sistema agricolo. Il settore delle produzioni di qualità, che comprende 60 prodotti a Denominazione di Origine Protetta e a Indicazione Geografica Protetta - di cui 22 appartenenti al settore Cibo e 38 al settore Vino - rappresenta un'eccellenza, soprattutto grazie agli elevati standard qualitativi. Tutelare e riconoscere il valore delle produzioni locali significa difendere le peculiarità di una regione naturalmente predisposta all'agricoltura, ma anche sostenere l'impegno dei nostri produttori, che di generazione in generazione, con il supporto di politiche mirate, svolgono un ruolo insostituibile. Mi preme fare anche un cenno alle nostre produzioni biologiche, la cui certificazione è garanzia di qualità per il consumatore: la Puglia è regione bio per ec-

cellenza. A livello nazionale registriamo il maggior numero di operatori impiegati (9.380 unità) e siamo la seconda regione per superfici e produzioni coltivate con metodi sostenibili. Per il primo semestre del 2020 annoveriamo complessivamente 7.044 produttori esclusivi - ovvero aziende agricole - che rappresentano il 77% del totale delle imprese del sistema. I produttori-preparatori costituiscono la seconda tipologia di operatori più diffusa, anche se numericamente meno importante della prima (14%), seguiti dai preparatori esclusivi (8%).

Il Programma di Sviluppo rurale 2014-2020 della Puglia è stato assolutamente strategico, avendo destinato alle misure per l'agricoltura biologica il 12,7% del totale delle risorse del PSR, contro una media del 9,1% delle altre regioni italiane. Riteniamo, in questo modo, di aver contribuito a consolidare le performance economiche delle imprese in un segmento di mercato particolarmente attrattivo, vista la crescente richiesta di prodotti biologici anche oltre i confini nazionali. Dall'inizio della programmazione siamo riusciti ad erogare oltre 215 milioni di euro, pari all'86% delle risorse disponibili, per il mantenimento e la conversione all'agricoltura biologica delle superfici coltivate con il metodo convenzionale o integrato. Sono in totale 6.829 le aziende beneficiarie di importi finanziari che riguardano 165.235 ettari di superfici agricole biologiche di cui 37.167 in conversione e 128.068 in mantenimento. Numeri questi che ci fanno ben sperare per il futuro.





Donato Pentassuglia,
assessore all'agricoltura
della Regione Puglia



REGIONE
PUGLIA

Le certificazioni dei prodotti agroalimentari non sono solo un mero riconoscimento, ma un volano per la crescita dell'economia di un territorio tanto da aprire nuovi scenari per tutte le filiere, anche sui mercati internazionali. A tal proposito, assessore, quale incidenza hanno le produzioni agroalimentari DOP IGP sull'export?

L'export delle DOP e IGP agroalimentari e vitivinicole pugliesi, ha raggiunto nel 2019 i 440 milioni di euro, posizionando la Puglia al decimo posto tra le regioni italiane per impatto economico. Di questi, il dato più rilevante è quello del vino che, con 407 milioni di euro di esportazioni, ha registrato addirittura un incremento del +13,4% sull'anno precedente. Purtroppo la crescita del comparto ha subito una battuta di arresto in molte delle sue filiere, a causa del periodo di crisi generato dagli eventi pandemici che hanno caratterizzato tutto il 2020. Ma stiamo lavorando affinché con la ripartenza si possa recuperare immediatamente.

Puntare sull'innovazione significa affrontare le sfide del futuro, valorizzando le produzioni di qualità

Quali sono stati i settori maggiormente colpiti dalle rigide misure restrittive adottate per fronteggiare l'emergenza da Covid-19 e quali le azioni regionali a supporto?

La pandemia ha assestato un terribile colpo all'economia nazionale e, naturalmente, regionale, attraverso lo shock dell'offerta dovuto alla perturbazione delle catene di approvvigionamento, all'azzerata o ridotta domanda da parte delle filiere, dell'indotto e dei consumatori, all'incertezza sui piani di investimento e alla scarsa liquidità delle imprese. La crisi pandemica si è abbattuta su tutte le filiere produttive e ha messo a dura prova la tenuta dell'intero sistema economico agricolo. I primi interventi regionali sono stati indirizzati principalmente ai settori florovivaistico e lattiero caseario, attraverso bandi utili a ristorare parte delle perdite da invenduto. In particolare, per il settore lattiero caseario, il ridimensionamento della domanda sul mercato, legata specialmente al canale Horeca, ha comportato la disponibilità di consistenti quantitativi di latte a prezzi inferiori ai costi di produzione, con conseguente difficoltà di assorbimento nei caseifici. Anche attraverso il PSR, con l'attivazione della Misura 21, dedicata al sostegno eccezionale degli agricolto-

ri colpiti dalla crisi da Covid-19, si sta cercando, attraverso piccole iniezioni di liquidità, di far ripartire i settori florovivaistico, vinicolo e delle imprese agrituristiche.

Il momento storico sta inevitabilmente costringendo imprese e amministratori a ripensare il ruolo dell'agroalimentare. Che idea si è fatto? Quali i punti di forza, quali di debolezza?

L'evoluzione del settore primario nell'ambito del mutato scenario europeo e internazionale, anche in considerazione degli effetti pandemici, ha fatto emergere la necessità di caratterizzarne al meglio il ruolo e di ripensare nuovi percorsi e modelli di sviluppo per il suo potenziamento. Il comparto agroalimentare di qualità pugliese ha in sé la forza per la ripartenza e gli elementi per governare i cambiamenti richiesti sia dal mercato che dalla politica; occorre al contempo saper rispondere alle nuove priorità del consumatore, che vanno dalla sicurezza alla sostenibilità, attraverso la preparazione delle imprese, la loro aggregazione e il ruolo dei Consorzi di tutela come riferimento fondamentale dell'intero ambito agroalimentare. La politica ha il dovere di sostenere il settore nella valorizzazione e nella tutela delle produzioni di qualità regionali con strumenti idonei a garantire al consumatore la rispondenza a determinate caratteristiche produttive e organolettiche, strumenti che allo stesso tempo non siano eccessivamente onerosi per i produttori.

Questi ultimi dovranno puntare sull'innovazione nei processi, nei prodotti e nei sistemi integrati che governano le filiere, affrontando le sfide del futuro, valorizzando il patrimonio genetico locale e mantenendo una qualità più attenta al rispetto dell'ambiente e al benessere animale, secondo le linee tracciate dall'UE per la nuova PAC. Si dovrà porre attenzione anche alle proprietà salutistiche e alla valenza nutraceutica dei prodotti agroalimentari, diffondendo una cultura della tracciabilità in tutte le sue fasi. La caratterizzazione qualitativa delle produzioni food and wine regionali rappresenta un elemento centrale, direi il presupposto indispensabile per la realizzazione dei nuovi obiettivi della Puglia in vista della programmazione del nuovo Piano strategico.

Per approfondire

<https://www.regione.puglia.it/web/agricoltura>
<https://psr.regione.puglia.it/>



Qualivita evolve per sostenere le DOP IGP verso la transizione ecologica e digitale

Poligrafico e Zecca dello Stato nuovo socio fondatore insieme a Origin Italia e CSQA Certificazioni. Nuovo Comitato scientifico, guidato ancora da Paolo De Castro: sostenibilità, digitalizzazione, benessere, nutrizione e tracciabilità avanzata al centro dei nuovi impegni scientifici e culturali.

a cura della redazione

A venti anni dall'inizio del progetto, Fondazione Qualivita evolve per supportare la crescita culturale e scientifica del settore delle DOP IGP italiane: una nuova mission, un nuovo socio fondatore, un Comitato scientifico più ampio con personalità di livello internazionale e una grafica rinnovata del logo istituzionale.

Un'evoluzione per Qualivita, il cui impegno principale resta la valorizzazione e la tutela delle produzioni DOP IGP, ma che ha deciso di muovere un deciso passo avanti per rispondere alle

esigenze di sviluppo del settore quali la nutrizione, la sostenibilità e l'innovazione, la certificazione e la tracciabilità evoluta, tutte materie che fanno parte delle strategie Green Deal promosse dall'Unione europea e che coinvolgono imprese e Consorzi di tutela.

Il nuovo Comitato scientifico, già riunitosi nel mese di maggio, rilancia così l'obiettivo di contribuire alla discussione culturale e scientifica sui nuovi paradigmi della qualità agroalimentare, attraverso l'apporto profondo e variegato a partire dalle competenze svi-

luppate nei vari settori di competenza: sul tavolo già condivise tematiche riguardanti Consorzi di tutela e imprese DOP IGP nell'ambito dell'organizzazione, dell'evoluzione dei disciplinari e della comunicazione ai consumatori; Tracciabilità e Blockchain in chiave anticontraffazione e lotta all'Italian sounding; Nuove politiche sulla qualità in merito alle riforme UE e ai sistemi nazionali; Informazioni nutrizionali in etichetta verso l'affermazione di modelli veritieri e completi veicolati ai consumatori.

“Davanti a questi cambiamenti abbiamo avviato da qualche mese, insieme a tutti i soci, una riflessione interna per dare ancora maggiore incisività ai nuovi temi e alle priorità che interessano le IG”. **Cesare Mazzetti**, presidente di Qualivita commenta con queste parole le scelte alla base dell'evoluzione della Fondazione. “Siamo onorati della scelta del Poligrafico e Zecca dello Stato di affiancare Qualivita come nuovo socio fondatore perché ci consente di dare più profondità, nella discussione scientifica, agli argomenti relativi a contraffazione, blockchain e tracciabilità evoluta.

Passo in avanti a supporto di imprese e Consorzi verso le nuove esigenze di sviluppo

Siamo convinti della necessità che il made in Italy debba far quadrato e coesione, mettendo insieme le espressioni più importanti del Paese per difendere i nostri prodotti e per delineare una nuova evoluzione culturale che possa connotare la nostra produzione. Proprio per questo abbiamo deciso con Paolo De Castro di allargare il Comitato scientifico dotandolo di nuove competenze”.

E proprio **Paolo De Castro**, in occasione della sua riconferma alla presidenza del Comitato scientifico della Fondazione, commenta: “Sono onorato di continuare a esercitare il mio impegno al servizio della Fondazione Qualivita, tanto più in un momento delicato e importante come questo per i prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica, in Italia e in

Europa. I nuovi bisogni della società e di tutti noi cittadini e consumatori – ha aggiunto – impongono una riflessione sui sistemi agroalimentari per orientarli alla sostenibilità, come indicato dal New Green Deal europeo e le sue strategie ‘Farm to Fork’ e ‘Biodiversity’ che troveranno un seguito nel quadro della prossima Politica agricola comune. In questo disegno, la Fondazione Qualivita rimane uno strumento culturale e scientifico strategico per riunire competenze e realizzare progetti a supporto del settore delle DOP, IGP e dei Consorzi di tutela delle nostre eccellenze agroalimentari”.

Una visione condivisa dal Poligrafico e Zecca dello Stato che ha scelto di supportare il percorso della Fondazione come spiega l'Amministratore Delegato **Paolo Aielli**: “Il Poligrafico negli ultimi anni ha ulteriormente accresciuto le proprie competenze in materia di sicurezza per l'anticontaffazione dei prodotti attraverso lo sviluppo di sistemi evoluti di rintracciabilità e identificazione. L'adesione del Poligrafico alla Fondazione Qualivita rappresenta, quindi, un continuum di un processo di sviluppo di soluzioni a supporto delle Indicazioni Geografiche per il contrasto dei fenomeni di contraffazione e per la valorizzazione dei prodotti, con il primario obiettivo di offrire garanzie aggiuntive ai consumatori e sostenere il livello di competitività delle imprese specialmente nei mercati esteri”.

Soddisfazione da parte degli altri soci della Fondazione: “CSQA, facente parte dei soci fondatori di Qualivita, ne ha da sempre sostenuto la mission e l'operato, – dichiara **Carlo**

Perini, presidente CSQA Certificazioni – consapevole dell'importanza del ruolo delle IG italiane e dei prodotti DOP, IGP e STG.

Nutrizione, sostenibilità, innovazione, certificazione, tracciabilità evoluta

Lo abbiamo fatto con la forte convinzione che le molteplici attività realizzate dalla Fondazione siano guidate dall'obiettivo di sostenere, tutelare, valorizzare e promuovere le eccellenze dell'agroalimentare italiano. Per questo siamo felici dell'ingresso, nella compagine societaria, del Poligrafico e Zecca dello Stato che condivide come noi i valori che hanno guidato Qualivita in questi anni e che darà il suo contributo in termini di esperienza e know-how sul fronte di nuove sfide e percorsi. Diamo altresì il benvenuto e auguriamo buon lavoro al nuovo Comitato scientifico guidato dall'On. Paolo De Castro”.

Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia commenta l'evoluzione di Qualivita con queste parole: “Il ruolo svolto in questi anni dalla Fondazione è stato davvero determinante per il mondo dei Consorzi di tutela, soprattutto nell'aver contribuito a dare una certa immagine del settore sia in Italia che all'estero. Ancora più strategico sarà il lavoro che la Fondazione dovrà svolgere nel futuro attraverso le competenze di cui si è dotata, grazie ad un nuovo autorevole socio come il Poligrafico e alla collaborazione scientifica dei maggiori esperti del settore nel mondo delle Indicazioni Geografiche”.



Paolo De Castro, presidente Comitato scientifico Fondazione Qualivita



Paolo Aielli, Amministratore Delegato Poligrafico e Zecca dello Stato

1 mission

Nuova mission per la transizione ecologica delle DOP IGP italiane

Qualivita evolve per supportare la crescita culturale e scientifica del settore delle DOP IGP italiane verso i nuovi obiettivi della transizione ecologica. La nuova mission nello statuto: “La Fondazione non persegue scopi di lucro e si propone per la tutela e la valorizzazione dei prodotti agroalimentari e vitivinicoli di qualità, con particolare attenzione a quelli che hanno ottenuto il riconoscimento comunitario DOP e IGP e ai prodotti biologici e alle bevande spiritose ad Indicazione Geografica tenendo in considerazione anche gli aspetti connessi quali nutrizione, benessere, sostenibilità, innovazione, certificazione, tracciabilità evoluta e turismo enogastronomico”.

2 comitato scientifico

Cultura e ricerca scientifica per le DOP IGP:

Qualivita rinnova il Comitato scientifico con personalità di livello internazionale

Elemento primario della nuova vision che mette al centro l'impegno scientifico e culturale a supporto del settore delle Indicazioni Geografiche è il rinnovato Comitato scientifico. Composto da 17 personalità di comprovata esperienza e professionalità nei vari ambiti della ricerca e della cultura delle IG, il Comitato assicura un apporto profondo e variegato a partire dalle competenze sviluppate nel mondo della gestione dei Consorzi di tutela del comparto di cibo e vino per arrivare a quelle maturate nell'ambito di contraffazione e certificazione.

3 soci fondatori

Poligrafico e Zecca dello Stato nuovo socio fondatore, cresce il potenziale di innovazione e ricerca scientifica di Qualivita



Davanti alle tematiche emergenti per il sistema agroalimentare e per le DOP IGP italiane, Qualivita ha avviato da mesi una riflessione interna per dare maggiore incisività alle nuove priorità del settore. Nell'ambito di questa evoluzione, il Poligrafico e Zecca dello Stato ha scelto di accompagnare Qualivita come nuovo socio fondatore a fianco di Origin Italia e CSQA Certificazioni, consentendo alla Fondazione una maggiore profondità nella discussione scientifica su

temi come contraffazione, blockchain e tracciabilità evoluta.

Il Poligrafico e Zecca dello Stato è una società per azioni che ha come finalità primarie la tutela della Fede e della Salute Pubblica e con il controllo dell'Azionista di riferimento (Ministero dell'Economia e delle Finanze), può agire come soggetto tecnico terzo e indipendente. Con soluzioni ad elevato contenuto tecnologico assicura autenticità, identità e non ripudiabilità di informazioni e prodotti, operando nei settori dell'identità digitale, della tracciabilità, dell'anticontraffazione e della valorizzazione del patrimonio artistico nazionale.

4 logo

Sostenibile e innovativa: Qualivita lancia il nuovo logo



All'interno del suo percorso di evoluzione, Qualivita rinnova il logo per comunicare l'impegno verso i nuovi obiettivi della transizione ecologica e digitale. Pensato per coniugare impatto visivo e semplicità vuole mettere in evidenza il legame con valori guida specifici quali orientamento scientifico,

attenzione alla cultura e focus sullo sviluppo sostenibile.

L'intera iniziativa di rebranding rafforza la posizione di Qualivita sui temi emergenti dal settore agroalimentare di qualità italiano, dai consumatori e dal mondo della ricerca: la sostenibilità, la nutrizione e l'innovazione digitale, la certificazione e la tracciabilità evoluta dei prodotti. I nuovi loghi, nelle diverse versioni e sfumature cromatiche, serviranno per la comunicazione esterna, per tutte le future pubblicazioni e ricerche come l'Atlante Qualivita 2022 edizioni Treccani e il Rapporto Ismea-Qualivita 2021, ma anche per il sito internet e i social, le infografiche dell'Osservatorio Qualivita e gli eventi di networking e formazione.

Comitato scientifico **QUALIVITA**



Paolo De Castro

Presidente del Comitato scientifico

Economista, agronomo e accademico italiano. Parlamentare europeo, Primo Vice-Presidente della Commissione Agricoltura e Sviluppo Rurale, svolge la professione di docente universitario di ruolo ordinario presso l'Università degli Studi di Bologna.



Riccardo Deserti

Direttore Consorzio di Tutela Parmigiano Reggiano DOP

Laureato in Scienze Agrarie, è stato ricercatore e poi Amministratore delegato di Nomisma Spa, poi Direttore Generale Prodotti di qualità al Mipaaf e infine dal 2012 è Direttore Generale del Consorzio del Formaggio Parmigiano Reggiano.



Stefano Berni

Direttore Consorzio di Tutela Grana Padano DOP

Prima vocazione l'agricoltura, seguita dalla zootecnia con studi di veterinaria. Numerosi gli incarichi apicali in Coldiretti, Assolatte, APROSOLAL Lombardia, APROCARNI e APROZOO. Dal 1998 Direttore Generale del Consorzio Tutela Grana Padano.



Stefano Fanti

Direttore Consorzio di Tutela Prosciutto di Parma DOP

Laureato in Economia e Commercio e specializzato in marketing internazionale, ha ricoperto ruoli di crescente responsabilità all'interno del Consorzio del Prosciutto di Parma occupandosi di marketing e seguendo le trattative diplomatiche per l'apertura di nuovi mercati. Dal 1998 è Direttore Generale.



Gabriele Gorelli

Master of Wine

Designer e brand builder, laureato in lingue straniere, una passione per il marketing, nel 2004 ha fondato Brookshaw & Gorelli, agenzia specializzata in comunicazione visiva di vini pregiati. Nel 2015, ha fondato una società di consulenza per la vendita e il marketing di vino, KH Wines. È il primo Master of Wine italiano.



Luca Giavi

Direttore Consorzio di Tutela Prosecco

Dopo gli studi giuridici all'Università di Trieste, si dedica al giornalismo, alla consulenza e alla formazione, fino ad assumere la direzione del Consorzio di tutela del radicchio rosso di Treviso e variegato di Castelfranco e, a partire dal 2011, la direzione generale del Consorzio di tutela della DOC Prosecco.



Riccardo Cotarella

Presidente Assoenologi

Enologo e docente universitario all'Università della Tuscia di Viterbo, Facoltà di Agraria, dal 2000. Consulente enotecnico in Italia e all'estero. Con la sua azienda partecipa al progetto "Wine for Life" della Comunità di S. Egidio per reperire fondi attraverso bollini applicati sulle bottiglie. Numerosissimi i titoli e i riconoscimenti ottenuti.



Lucia Guidi

Prof.ssa Università di Pisa

Presidente del Corso di Laurea in Scienze Agrarie e docente di Biochimica dell'Università di Pisa è Direttrice del Centro Interdipartimentale di Ricerca Nutrifood UniPi "Nutracutic e Alimentazione per la Salute" la nuova scienza che studia il valore salutistico degli alimenti unendo gli ambiti della nutrizione e della farmaceutica.



Alessandra Di Lauro

Prof.ssa Università di Pisa

Avvocato, è professoressa ordinaria presso l'Università di Pisa, Dipartimento di Scienze Agrarie, Alimentari e Agro-Ambientali, dove insegna Diritto alimentare, Legislazione biotecnologica e Diritto agrario.



Maria Chiara Ferrarese

Vicedirettore CSQA Certificazioni

Laureata all'Università degli Studi di Padova in Scienze Biologiche entra nel 1999 in CSQA Certificazioni, dove attualmente ricopre il ruolo di Vicedirettore. Esperta del settore agroalimentare e dei sistemi di certificazione applicabili, è docente al Master Qualità e Sicurezza Alimentare dell'Università di Padova.



Filippo Trifiletti

Direttore Generale Accredia

Laurea in Scienze Politiche, già direttore responsabile dell'area economica di Confagricoltura, dal 2007 direttore di Accredia (ex Sincert) con competenze tecniche relative alla certificazione.



Antonio Gentile

Direttore Direzione Ingegneria e Innovazione IPZS

Laurea in Ingegneria delle telecomunicazioni, dopo tre anni presso Enterprise Digital Architects, attualmente è Responsabile Direzione Ingegneria e Innovazione presso l'Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato Italiano.



Luca Sciascia

Responsabile Anticontraffazione e tracciabilità IPZS

Laurea magistrale in economia e Management, dopo 2 anni come Business Manager - Portali Web e Servizi di Dematerializzazione, attualmente è Responsabile Soluzioni Anticontraffazione e Tracciabilità, presso l'Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato Italiano.



Alberto Mattiacci

Prof. Università Sapienza

Professore ordinario in Economia e Gestione delle Imprese alla Sapienza, PhD e laurea con lode in Economia e Commercio alla Sapienza. Tiene corsi magistrali alla Sapienza, insegna e dirige programmi di executive education presso la Luiss Business School.



Christine Mauracher

Prof.ssa Università Ca' Foscari

Professoressa ordinaria in discipline economico-agrarie presso il Dipartimento di Management dell'Università Ca' Foscari Venezia. È codirettore del Master in cultura del Cibo e del Vino della Cà Foscari e Direttore dell'Agrifood management & Innovation Lab.



Simone Bastianoni

Prof. Università di Siena

Professore ordinario di Chimica dell'Ambiente e dei Beni Culturali, Coordinatore del Dottorato di Ricerca in Scienze Ambientali, Geologiche e Polari e Delegato alla Sostenibilità dell'Università di Siena. È Past-President della Emergy Society, Membro of the Standard Committee del Global Footprint Network.



Roberta Garibaldi

Prof.ssa Università di Bergamo

Professoressa all'Università degli Studi di Bergamo, da oltre 20 anni si occupa di turismo, in ambito accademico e istituzionale. Svolge attività di formazione, consulenza e ricerca per la promozione dei territori, del turismo enogastronomico e culturale. È autrice di numerose pubblicazioni e regista di molteplici progetti applicati in tutta Europa.



Angelo Frascarelli

Prof. Università di Perugia

Professore associato presso la Facoltà di Agraria dell'Università degli studi di Perugia. Direttore del Centro per lo Sviluppo Agricolo e Rurale (Ce.S.A.R.) Autore di numerose pubblicazioni e convegni su obiettivi e strumenti della politica agricola comunitaria; economia dei mercati agricoli; agroenergie e produzioni agroalimentari tipiche.

Montasio DOP, la crescita del formaggio dalle origini umili verso il grande mercato

Naturalmente senza lattosio, si conferma il successo della stagionatura “minima” di oltre 60 giorni e cresce l’interesse per la “media” di oltre 120 giorni



Comunicazione multicanale e promozioni mirate, al servizio della DOP friulana cresciuta del +10% nel 2020

a cura della redazione

Il Friuli-Venezia Giulia ha un'unica DOP nel settore lattiero-caseario: il Montasio, un formaggio tipico a pasta cotta semidura, che prende il nome dall'omonimo altopiano situato nelle vette friulane delle Alpi Giulie. Qui, già nel Seicento, i monaci benedettini custodivano l'arte di produrre il formaggio e da allora la tradizione del Montasio è passata di generazione in generazione, restando sempre fedele a regole ferree custodite dalla sapiente lavorazione artigianale dei mastri casari. Dai pascoli montani, ricchi di particolari essenze foraggere, si è diffuso anche nella pianura friulana estendendosi alle vallate e alle colline del bellunese, del trevigiano e nelle zone fra il Brenta e il Piave. A difenderne e tutelarne la produzione ci pensa dal 1984 il Consorzio per la tutela del Formaggio Montasio, che si impegna costantemente nella promozione, valorizzazione e tutela della qualità del prodotto, vigilando e verificando che l'intero processo sia sempre conforme al disciplinare della DOP. Un'attenzione particolare viene riservata all'attività di controllo finalizzata alla difesa e tutela del consumatore finale. Oggi il Consorzio conta oltre 40 caseifici dislocati in tutto il Friuli-Venezia Giulia e parte del Veneto orientale.

A raccontare a Consortium i segreti di questo formaggio, espressione autentica del territorio, è **Valentino Pivetta**, presidente del Consorzio di tutela.

Cosa differenzia il Montasio DOP nel vissuto di chi lo fa e di chi lo consuma?

Il formaggio porta nel sapore e nella tessitura della pasta un marchio impresso dall'ambiente in cui viene prodotto. Territorio, clima e materia prima, uniti a tradizione, lavorazione, tecnologia e artigianalità sono fattori distintivi del Montasio DOP, un formaggio di origini umili, nato per durare nel tempo nella salubrità delle casere d'alpeggio, che si è imposto negli anni attraverso le latterie turnarie e poi, fino ai giorni nostri, in caseifici specializzati. È sempre rimasto legato a processi di lavorazione semplici e naturali, raggiungendo le tavole dei consumatori per offrire il meglio che la natura sa donare.



Valentino Pivetta,
presidente del Consorzio di tutela

Il direttore Romanzin: "Il Montasio DOP sposa i valori dello sport"

Il Consorzio lo fa da anni e con sempre maggiore convincimento: "Siamo felici e orgogliosi di legare il nostro prodotto al mondo dello sport – afferma il direttore del Consorzio **Renato Romanzin** – un contesto basato su valori come qualità, impegno e senso di appartenenza, che ritroviamo nel nostro lavoro quotidiano e nei formaggi che produciamo, testimonianza di un particolare territorio, di paesaggi incontaminati e di una ricca biodiversità. Stiamo lavorando per creare degli eventi mirati che possano essere ospitati in Malga Montasio, là dove si produce anche il nostro PDM – Prodotto di Montagna – un vero patrimonio culinario, un formaggio fatto solo con latte fresco raccolto, lavorato e stagionato, la cui filiera produttiva – dall'alimentazione delle vacche, alla mungitura fino alle fasi di trasformazione e stagionatura – si svolge rigorosamente in territorio montano. Un alimento naturale – conclude il direttore Romanzin – dal gusto unico, le cui proprietà nutrizionali e organolettiche sono fortemente influenzate dall'alimentazione delle bovine che nel periodo estivo sono lasciate libere di pascolare".



Renato Romanzin,
direttore del Consorzio di tutela

Forte della sua tipicità, delle sue proprietà organolettiche e qualitative, con le diverse stagionature offre una combinazione armoniosa di profumi, sapori e valori nutritivi. Sì perché, con la maturazione, il Montasio DOP si esalta per bontà ma anche per genuinità, tanto da essere un perfetto alleato per la salute e il benessere, grazie al suo apporto energetico e alla sua naturale assenza di lattosio. Un formaggio che può essere gustato in qualsiasi momento della giornata e che risulta perfetto sia a tavola che in cucina. È il mercato stesso a confermarlo: nel 2020, nonostante le incertezze del periodo, il Consorzio ha superato le più rosee aspettative con un incremento delle vendite del +10,35% e un fatturato al consumo di 56 milioni di euro. Nell'anno appena terminato le forme prodotte sono state più di 925 mila. Numeri che ci rafforzano nel prosieguo del nostro lavoro e nel percorso intrapreso.

Il Montasio è naturalmente privo di lattosio

Tra le diverse stagionature quali sono le tipologie di Montasio DOP più apprezzate?

È un dato che si riconferma anno dopo anno: la stagionatura minima del Montasio DOP di oltre 60 giorni è quella preferita, anche se cresce sempre più l'interesse per la media stagionatura - oltre i 120 giorni - quando il formaggio raggiunge una equilibrata armonia di gusto e sapori. Superati i 100 giorni, la qualità viene garantita anche da un marchio impresso a fuoco, apposto solo dopo la conferma della "perfezione" da parte degli esperti del Consorzio di tutela, che esaminano ogni singola forma.

Quali sono i principali obiettivi e le strategie di comunicazione attuate?

Il Consorzio continua le sue attività di valorizzazione puntando sulle caratteristiche di qualità, distintività e unicità del formaggio Montasio DOP legato al territorio d'appartenenza e ai suoi valori nutrizionali.

Abbiamo puntato su una comunicazione multicanale capillare e un'azione mirata verso la GDO, mettendo in evidenza come il formaggio Montasio DOP sia adatto a tutti: giovani e anziani, a chi pratica sport e anche a chi soffre di intolleranze, grazie alla particolarità di essere naturalmente privo di lattosio. Abbiamo coinvolto la stampa quotidiana e i periodici nazionali, investendo in pubbliche relazioni, ufficio stampa e in una considerevole attività digitale che va dal web marketing, al social advertising e alle digital PR. Attraverso un rinnovamento dell'immagine e del sito internet abbiamo stimolato gli appetiti degli utenti del web incrementando ulteriormente l'engagement nelle diverse piattaforme social. Immagini, video, contenuti informativi scientifico-nutrizionali e videoricette hanno contribuito a coinvolgere sempre più i consumatori.

Continueremo in questa opera di valorizzazione, puntando su sostenibilità, tracciabilità di filiera, tutela del territorio, ma anche su benessere animale, educazione nutrizionale e potenziamento delle produzioni locali.

Il programma del Consorzio proseguirà anche con diverse attività promozionali che coinvolgeranno le principali insegne della distribuzione organizzata del Nord e Centro Italia e della vicina Austria.



**Consorzio per la Tutela
del Formaggio Montasio**
Vicolo Resia, 1/2 - 33033 Codroipo (UD)
www.montasio.com
info@formaggiomontasio.net



Il Consorzio di tutela rinnova e arricchisce l'identità del suo marchio Montasio DOP, con un restyling del logo all'insegna dell'italianità, simbolo distintivo di appartenenza che rende omaggio alle sue qualità e tradizioni.

Il primo documento mercuriale del formaggio Montasio risale al 1773. Il riconoscimento della tipicità avviene nel 1955 (uno dei primi in Italia), con successiva stesura di un disciplinare di produzione. Il Consorzio per la Tutela del Formaggio Montasio è stato costituito il 20 novembre 1984. Il 10 marzo 1986, con decreto del Presidente della Repubblica, ha ottenuto il riconoscimento DOC,

seguito dopo dieci anni (1996) dal riconoscimento DOP dall'Unione europea (Reg. CE 1107/96). Per garantire la qualità del Montasio, il Consorzio vigila sul rispetto della tradizione attraverso oltre mille analisi chimico fisiche all'anno, oltre 30mila analisi sul latte, oltre 500 analisi organolettiche a campione e più di 250 controlli sulla filiera distributiva.

I principali numeri del Consorzio



1984

Anno costituzione
del Consorzio



42

Produttori
(16 stagionatori)



925.365

Forme prodotte
nel 2020



56 mln €

Valore al
consumo

Fonte: Consorzio di tutela



Il 'frico', il piatto più tipico del Friuli

Il 'frico' è il piatto più tipico del Friuli e la sua preparazione inizia proprio dalla scelta del Montasio DOP, ingrediente fondamentale di questa celebre specialità. Ne esistono diverse varianti, che richiedono differenti stagionature,

ma chi volesse provare la più semplice, può iniziare con un Montasio DOP dai 3 ai 9 mesi di stagionatura. Servono poi patate, cipolla, pancetta leggermente affumicata, sale e pepe nero: la realizzazione è molto semplice, ma occorrono gesti e utensili della tradizionale per ottenere un 'frico' perfetto, dorato e profumato.

Vini dell'Etna DOP, da un territorio UNESCO, tutela e promozione della qualità



I vini esprimono la ricchezza di un areale che avvolge il vulcano, con grande variabilità di esposizione, altitudine, piovosità, ventilazione e suolo, con vitigni autoctoni e vigneti tra i più antichi in Italia

Tutela della qualità, rafforzamento dell'immagine e promozione digitale le priorità del Consorzio

a cura della redazione

Nato nel 1994, il Consorzio di tutela Vini Etna DOC valorizza il lavoro di circa 380 viticoltori, tra i quali 145 produttori di vino, che operano alle pendici del vulcano attivo più alto d'Europa. La Denominazione di Origine Controllata Etna è nata nel 1968 ed è la più antica della Sicilia. Oggi, più di 1.100 ettari di superficie vitata vengono rivendicati all'interno della Denominazione e si producono circa 4 milioni di bottiglie l'anno. I vitigni sono il Nerello Mascalese, il Nerello Cappuccio e il Carricante. La tipologia più rappresentativa dal punto di vista quantitativo è l'Etna Rosso DOP, seguito dall'Etna Bianco DOP, l'Etna Rosato DOP e infine l'Etna Spumante DOP. Consortium ha intervistato il direttore **Maurizio Lunetta**.

Direttore, il territorio etneo viene spesso definito “un’isola nell’isola” grazie alla presenza del vulcano e di una viticoltura differente rispetto al resto della regione. Quali sono le principali peculiarità di questo territorio?

L'area della nostra Denominazione si estende a forma di semicerchio avvolgendo il vulcano da Nord a Sud-Ovest in senso orario su quattro versanti, ciascuno con delle proprie contrade, 133 in totale, incluse all'interno del disciplinare di produzione. Si tratta quindi di un territorio caratterizzato da una grande variabilità in termini di esposizione, altitudine, piovosità, ventilazione, escursione termica e tipologia di suolo vulcanico. Ecco perché, da contrada a contrada, le peculiarità dei vigneti possono differenziarsi in modo importante tra loro e di conseguenza i vini che si ricavano, anche a parità di varietà, possono avere tratti molto differenti. A questo bisogna aggiungere la presenza di vitigni autoctoni dai tratti distintivi, oltre a quella di alcuni dei vigneti più vecchi allevati in Italia, addirittura più che centenari e ancora a piede franco. Infine il sistema di allevamento: ovviamente non mancano impianti moderni a cordone speronato o a Guyot, ma la forma più usata, nonché la più tradizionale, rimane tuttora l'alberello, che arreda “a Muntagna” sulle terrazze di pietra lavica. Insomma, il contesto etneo è davvero “un’isola nell’isola” che ha un fascino unico all'interno della viticoltura non solo siciliana, ma di tutto il nostro Paese.

Il 2020, con l'arrivo della pandemia, è stato un anno difficile per tutta la viticoltura italiana. Come è stato affrontato dai produttori dell'Etna DOP?

La nostra è una piccola Denominazione che punta tutto sulla qualità dei suoi vini



*Maurizio Lunetta,
direttore del
Consorzio*



e in questo momento di difficoltà abbiamo fatto ancor più sistema elaborando strategie che hanno avuto come unico obiettivo la valorizzazione del nostro territorio. Si inseriscono all'interno di questo contesto, quindi, alcune misure prese nel 2020 dal Consorzio, come la riduzione, esclusivamente per la scorsa vendemmia, della resa della tipologia Etna DOP Rosso e Rosso Riserva dai classici 90 quintali ad ettaro previsti dal disciplinare ai 70, eliminando la possibilità di eventuali superamenti entro il 20% della produzione. Inoltre, abbiamo temporaneamente sospeso le iscrizioni di nuove superfici di vigneti a Etna DOP (nuovi impianti o reinnesti) per un periodo di tre anni a partire dal 1 agosto 2021 e fino al 31 luglio 2024.

In che modo avete deciso di promuovere i vini della vostra Denominazione, considerando che in questo momento molte manifestazioni sono state sospese o annullate?

Nonostante i momenti di promozione dedicati al mondo del vino, a partire da Vinitaly e Prowein, siano stati per il secondo anno consecutivo cancellati e, in generale, sia tuttora molto difficile organizzare iniziative in presenza anche sul nostro territorio, abbiamo mantenuto vivo il rapporto con gli operatori del settore e gli appassionati attraverso una serie di operazioni che hanno avuto come obiettivo il rafforzamento della nostra comunicazione. Abbiamo rivisitato il nostro logo – una C rovesciata che richiama l'area

di produzione della Denominazione e rappresenta visivamente la posizione dei quattro versanti – e il nostro sito web, abbiamo rafforzato la nostra presenza sui principali social network grazie alla creazione di contenuti video che ci consentono di far conoscere più da vicino il nostro meraviglioso territorio. Inoltre abbiamo proposto, e continuiamo a farlo anche ora, innovative degustazioni digitali riservate alla stampa, che rappresentano un'occasione di confronto importante per raccontare insieme la forte identità e l'ampio ventaglio di sfumature che caratterizzano i vini Etna DOP, attraverso un viaggio tra contrade sui quattro diversi versanti dell'Etna.

A proposito di annata, come è andata l'ultima vendemmia 2020?

Come dicevo poco sopra, l'eterogeneità del territorio etneo è un tratto decisivo anche nei vini e ciò rende difficile uniformare poi i giudizi relativi alla vendemmia. Nonostante questo, possiamo certamente dire di essere soddisfatti: ci aspettiamo vini caratterizzati da grande equilibrio ed eleganza, aspetti che spesso identificano i prodotti di questo territorio, ma che stavolta crediamo emergeranno con ancor più forza ed energia. Non abbiamo registrato danni da grandine o gelate e abbiamo riscontrato un po' su tutti i versanti una maturazione regolare delle uve, lievemente tardiva per quelle a bacca bianca, più classica per quelle a bacca nera. Le aspettative sono sicuramente alte.



Consorzio di Tutela Vini Etna DOC
c/o CCIAA Catania
Via dei Cappuccini, 2 - 95131 Catania
www.consorzioetnadoc.com
info@consorzioetnadoc.com
[#etnadop](https://www.instagram.com/etnadop)

Nel difficile periodo della pandemia, è stata portata a termine la rivisitazione dell'identità visuale del Consorzio grazie alla realizzazione di un nuovo logo, a cui si è aggiunto il rinnovato sito web e una gestione più dinamica dei canali social.

La Denominazione di Origine Controllata dei vini ETNA nasce nel 1968, prima DOC della Sicilia e tra le prime nate in Italia. Nel mese di gennaio 1994 nasce il Consorzio di tutela con l'obiettivo di valorizzare e proteggere le produzioni dei vini Etna e il loro territorio. Con Decreto ministeriale del 18 febbraio 2018, il Consorzio ottiene il riconoscimento cosiddetto "erga omnes", con incarico di svolgere le funzioni di tutela, promozione, valorizzazione della denominazione. L'impegno principale è mirato a tutelare il brand Etna DOC, a promuoverlo in Italia e all'estero per accrescere la visibilità di un marchio simbolo del made in Italy, e a vigilare sul

rispetto delle norme previste dal disciplinare di produzione a difesa del consumatore e dei produttori. Il Consorzio partecipa attivamente ai temi di interesse vitivinicolo, favorisce le relazioni tra i produttori e il mercato e lo sviluppo della cultura legata al mondo del vino anche tra i consumatori. Il Consorzio nel 2019 si è posto tra i diversi obiettivi, quello di perseguire il benessere equo e sostenibile, cioè il progresso della società non soltanto dal punto di vista economico, ma anche da quello sociale e ambientale. Sostiene l'obiettivo di raggiungere risultati tangibili sulla qualità della vita delle persone e sull'ambiente e diffonderne la cultura.

Un osservatorio sulle cantine della Denominazione per migliorare i servizi al momento della ripresa post Covid

Il Consorzio di tutela Vini Etna DOC ha da poco lanciato un osservatorio che ha l'obiettivo di fotografare l'organizzazione delle

cantine della Denominazione. Tra i vari aspetti sondati, oltre a valutare il mercato e il livello delle certificazioni ambientali e di sostenibilità, è stata costruita una sezione in collaborazione con la Strada del vino e dei sapori dell'Etna, rivolta all'offerta turistica delle strutture associate al Consorzio. L'enoturismo, infatti, è una leva di promozione

del territorio fondamentale e lo sarà ancora di più nel periodo post Covid. L'istituzione di un osservatorio permanente consentirà alle cantine di poter migliorare i propri servizi nei confronti di visitatori che apprezzano sempre di più i prodotti enogastronomici del territorio etneo, a partire dal vino.





Il CREA è il maggiore ente di ricerca italiano nell'agroalimentare. Circa 2.250 persone, di cui l'80% ricercatori e tecnici, lavorano per fornire a questo importante comparto produttivo l'innovazione necessaria per affrontare la competizione mondiale, contribuendo allo sviluppo del Paese.

CREA più ricerca per il mondo delle DOP IGP

Dai disciplinari di produzione, alla mappatura dei prodotti, dall'etichettatura alle nuove tecniche di lavorazione

a cura della redazione

Stefano Vaccari direttore generale del CREA racconta a Consortium l'attività del principale ente di ricerca italiano nell'agroalimentare.

Direttore Vaccari, cosa fa oggi la ricerca in generale, e quella del CREA in particolare, per le produzioni certificate?

Le produzioni certificate, a partire dalle Indicazioni Geografiche, sono un asse strategico dell'economia nazionale, non solo agricola. Spesso ci si dimentica che l'Italia è leader mondiale nelle IG, non soltanto come numero, ma anche per numerosi parametri economici e quantitativi. Al valore alla produzione delle IG, 16,9 miliardi di euro nel 2019, va affiancato l'impatto che questi prodotti hanno sul sistema agroalimentare: intere filiere di ristorazione e turismo si muovono in

stretta connessione con produzioni a Indicazione Geografica, coinvolgendo centinaia di migliaia di operatori e molti miliardi di euro. Il solo enoturismo muove oltre 2,5 miliardi annui. Il prodotto a IG, per quanto fondato su una riconosciuta tradizione, è in perenne aggiornamento tecnologico e scientifico, per migliorare le caratteristiche di salubrità, conservabilità e mantenimento dei valori organolettici. Il CREA negli ultimi anni, su input dei Consorzi di tutela e del Mipaaf, ha sviluppato decine di ricerche sul tema della tutela e tracciabilità della qualità, nonché della distintività e adeguamento degli standard di certificazione.

Le principali linee di ricerca sono:

- validazione ed aggiornamento dei disciplinari di produzione DOP, IGP su basi strettamente scientifiche;
- tecniche di mappatura dei pro-

dotti, mediante l'implementazione di metodiche basate sulla determinazione di: rapporti isotopici Sr e Rare Earth Elements (REE); Radio Frequency Identification (RFID) – “francobollo digitale” dei singoli prodotti alimentari;

- ottimizzazione dell'attività microbica responsabile delle trasformazioni alimentari, mediante ad esempio la metabolomica su prodotti grezzi, alimenti e bevande.

Inoltre, le attività per le produzioni di qualità in generale:

- consumatore informato e consapevole (etichettatura nutrizionale con indicazioni alla salute, in applicazione del Regolamento (CE) 1924/2006);
- tecniche sostenibili per la trasformazione, conservazione e confezionamento dei prodotti;

- valorizzazione della relazione tra alimentazione e salute e della valenza nutraceutica dei prodotti.

Quali sono i prodotti a IG su cui avete svolto le maggiori ricerche?

I formaggi DOP, Parmigiano Reggiano DOP, Grana Padano DOP, Mozzarella di Bufala Campana DOP, Provolone Valpadana DOP e Gorgonzola DOP, solo per citare alcuni esempi, sono stati oggetto di intense ricerche, sia nella fase della produzione del latte che della caseificazione. Sui Salumi DOP e IGP abbiamo lavorato per la migliore tracciabilità delle carni oltre che sul fronte del benessere animale, una componente sempre più importante nella produzione suina e bovina destinata a IG. Sul vino, poi, il CREA vanta una tradizione di ricerca unica, ereditata dai gloriosi Istituti sperimentali di Enologia di Asti e Viticoltura di Conegliano Veneto. Siamo orgogliosi di essere depositari di una tradizione di ricerca e innovazione vitivinicola unica al mondo. Migliaia sono i cloni di vite selezionati dal CREA per le produzioni italiane a IG e gli studi per migliorare la qualità dei vini italiani. Oggi la ricerca CREA si espande ai modelli previsionali delle fitopatologie e delle rese produttive. Per molte DOC e DOCG, è divenuto fondamentale ridurre l'uso di fitofarmaci, dimostrando in tal modo una sempre maggiore sostenibilità ambientale delle produzioni. Così come fondamentale è monitorare le produzioni in vigna, per offrire ai viticoltori stime reali e tempestive dell'andamento produttivo.

Il Covid ha modificato le linee di ricerca nelle IG?

Le IG hanno reagito meglio di altri comparti alla crisi Covid, dimostrando la validità del modello produttivo. Forse la situazione ha accelerato la necessità di sviluppare nuove forme di packaging e di trasporto, per far fronte ai blocchi di movimentazione e di conservazione delle materie prime.

Innovazione e tradizione, sono due termini antitetici solo apparentemente?

La tradizione, in fin dei conti, è un'innovazione ben riuscita che si consolida nel tempo. Credo che per le IG questo sia particolarmente vero. Miglioriamo, affiniamo continuamente tecniche e produzioni che hanno anche mille anni di storia, senza snaturarne lo spirito, ma offrendo ai consumatori di tutto il mondo prodotti che fanno del territorio e della qualità un grande valore aggiunto. L'innovazione affianca costantemente queste produzioni, spesso in modo silenzioso, ma molto efficace.

Oggi le Indicazioni Geografiche sono esportate in tutto il mondo, con risultati economici eccellenti: dietro c'è un'intensa ricerca per mantenere stabili e attraenti i prodotti, senza aggiungere conservanti, ma sfruttando studi sul confezionamento, sul controllo delle temperature e sulla qualità delle materie prime.

Come capo dell'ICQRF lei è stato per molto tempo il custode della tracciabilità e della qualità del made in Italy. Oggi è il direttore del più importante ente italiano di ricerca sull'agroalimentare: cosa porta del suo percorso professionale all'interno dell'attività del CREA?

L'ICQRF dedica molte risorse alla ricerca e alle analisi di laboratorio, per cui l'approccio scientifico non è cambiato. Anzi, le sinergie tra ICQRF e CREA aumenteranno sempre più, sia a livello analitico che di condivisione di esperienze: con il nuovo capo dell'ICQRF, Felice Assenza, la sintonia è piena ed abbiamo diversi progetti comuni. La ripresa dei mercati è ormai imminente, i segnali economici non mancano. Sono convinto che sia l'ICQRF che il CREA potranno dare un contributo importante nel sostenere le nostre produzioni nella fase di rilancio, garantendo la reputation del made in Italy di qualità e il livello di innovazione verso la sempre maggiore sostenibilità: ci stiamo mettendo passione e competenza, proprio come i nostri produttori.

IL CREA in pillole



2.250 circa
PERSONE CHE
LAVORANO PER LA
RICERCA ITALIANA



80%
RICERCATORI
E TECNICI



1.332
PUBBLICAZIONI
SCIENTIFICHE ANNO



>600
RIVISTE CON
IMPACT FACTOR



5.000 ettari
DI TERRENO PER
LA RICERCA



6
CENTRI DI RICERCA
DI FILIERE



6
CENTRI DI RICERCA
TRASVERSALI



*Stefano Vaccari,
direttore generale del CREA*

FOCUS Nuove IG

Pasta, cinque IG del piatto tipico italiano

Un percorso recente che mostra il successo nei mercati per i prodotti certificati IGP

a cura della redazione



Prodotto iconico per eccellenza, simbolo dell'identità culinaria del nostro Paese, la pasta è uno degli alimenti più celebri della tradizione italiana. La sua origine risale alla fine del XVI secolo, quando nel napoletano comparvero i primi pastifici a conduzione familiare, ma fu solo a partire dal Settecento che cominciò ad affermarsi come piatto principe della Dieta Mediterranea. Il primo riconoscimento di Indicazione Geografica per la pasta italiana è arrivato in anni recenti, nel 2013, con l'iscrizione della Pasta di Gragnano nel Registro europeo dell'IGP, sebbene la prima tappa del processo di armonizzazione europea sulla normativa concernente i regimi di qualità dei prodotti agroalimentari risale al 1992, con il primo tentativo compiuto dal legislatore di disciplinare in maniera organica la protezione delle IGP e delle DOP dei prodotti agricoli e alimentari. Dopo la registrazione della Pasta di Gragnano IGP, altre quattro specialità italiane sono state iscritte nella Classe 2.5 Pasta alimentare del registro europeo e sono nell'ordine: i Maccheroncini di Campofilone IGP (12/11/2013), i Cappellacci di Zucca Ferraresi IGP (08/02/2016), i Culurgionis d'Ogliastra IGP (28/09/2016) e i Pizzoccheri della Valtellina IGP (28/09/2016).

Il 2020 ha registrato in Italia la conferma dell'importanza della pasta, percepita come alimento essenziale, cibo di conforto per eccellenza, elemento insostituibile di uno stile di vita sano e mediterraneo. Secondo un'elaborazione di Unione Italiana Food su dati IRI, nell'ultimo anno i consumi domestici di pasta sono aumentati del +5,5% a volume e del +10% a valore. Nel 2020 sono entrati nelle dispense degli italiani oltre 50 milioni di confezioni di pasta in più, con punte negli acquisti di circa il +40% a marzo e del +10% tra ottobre e novembre, a riprova del fatto che, anche nei momenti più difficili, alla pasta non rinunciamo. Non solo: una ricerca Doxa rivela che 1 italiano su 3 ha sperimentato nuove ricette e che alla pasta sono state dedicate centinaia di conversazioni e foto sui social, con quasi 270mila citazioni negli ultimi 6 mesi su Facebook, Twitter e Instagram.

Da 22 anni il 25 ottobre si festeggia il World Pasta Day. In una recente edizione – ad un think tank di sociologi, medici, produttori industriali e artigianali, food writer, tecnici della sostenibilità e manager del delivery, guidati da un analista specializzato nello studio delle possibili dinamiche a medio e lungo termine – è stata posta la domanda: “Come mangeremo nel 2050? Cosa troveremo a tavola tra 30 anni?” La risposta non ha lasciato spazio a dubbi: anche se cambieranno gli stili alimentari e le abitudini di vita, di certo la pasta sarà sempre più presente nella tavola e nel cuore degli italiani, specialmente nelle sue versioni più semplici.

Spaghetti pomodoro e basilico il piatto preferito degli under 35

Secondo un'indagine Doxa sulle abitudini alimentari dei giovani, gli spaghetti pomodoro e basilico sono il piatto preferito dal 42% dei consumatori under 35 (non a caso sono l'icona della pasta in tutti gli smartphone e i tablet). Per i Millennials la pasta di casa è la ricetta del futuro, perché lo spaghetti al pomodoro è il cibo della convivialità e rappresenta la voglia di divertirsi mangiando. È molto più di un piatto, riassume uno stile di vita.

Il primo riconoscimento comunitario di qualità assegnato alla pasta in Italia e in Europa



Pasta di Gragnano IGP - GUUE L 270 del 11.10.2013

Se l'Italia è il Paese della pasta, Gragnano ne è sicuramente la capitale. La storia che lega questo comune in provincia di Napoli alla pasta ha origini lontane nel tempo. È alla fine del XVI secolo che nacquero sul territorio i primi pastifici a conduzione familiare e risale al 1845 il primo riconoscimento ufficiale, quando Ferdinando II di Borbone conferì ai pastai gragnanesi l'alto privilegio di fornire la Real Casa di tutte le paste lunghe. Da allora Gragnano è riconosciuta ufficialmente come la "città della Pasta". Un territorio naturalmente vocato a questa produzione per il suo clima mite e per l'acqua pura delle sue falde, oltre che per il saper fare dei pastai, un'arte tramandata di generazione in generazione. A metà del XIX secolo i pastifici erano più di cento e producevano oltre mille quintali di pasta al giorno. Il Novecento è il secolo della lavorazione industriale, delle innovazioni tecnologiche e dell'aumento della produzione. Nel nuovo millennio arrivano finalmente i frutti di tanto appassionato lavoro: dal 2013, la Pasta di Gragnano è tutelata dal marchio IGP, la prima ed unica nel comparto della pasta di semola di grano duro ad ottenere tale riconoscimento. L'Indicazione Geografica protetta, il cui obiettivo principale è tutelare il consumatore da contraffazioni e abusi, certifica la tradizione secolare ed il legame indissolubile con il territorio di produzione. "Da secoli l'arte di fare la pasta è radicata nel territorio di Gragnano e dei suoi abitanti – ha detto a Consortium Massimo Menna, presidente del Consorzio di tutela –

L'IGP ha rappresentato un'ulteriore attestazione di questa eccezionale storia produttiva. Scegliere la Pasta di Gragnano IGP vuol dire essere consumatori consapevoli ed esigenti, attenti alla tradizione e all'alta qualità garantita dal rigido disciplinare di produzione".

I prodotti che vogliono fregiarsi di questo marchio, infatti, devono rispettare quanto previsto dal disciplinare ed essere soggetti a controlli periodici da parte di un ente certificatore. Un'ulteriore garanzia e rassicurazione per il consumatore, un ulteriore impulso all'economia di un prodotto d'eccellenza.

Oggi Gragnano è la prima città in Italia per produzione ed export di pasta secca di semola di grano duro e circa il 60% dei formati di pasta si deve alla creatività dei pastai gragnanesi che da secoli danno forma all' "oro bianco" attraverso le trafilare in bronzo. Nel 2020 sono state prodotte 92mila tonnellate di Pasta di Gragnano IGP (+30 % sul 2019), a conferma di un trend consolidato di crescita che, dal 2017, registra un aumento annuo costante di 20mila tonnellate. A tutelare e promuovere questa eccezionale storia produttiva c'è il Consorzio di tutela della Pasta di Gragnano IGP, fondato nel 2003, nel quale confluiscono 13 dei 23 pastifici attualmente attivi. Una compagine consortile che rappresenta oltre il 97% in termini di volume prodotto e valore della produzione della Pasta di Gragnano IGP, che nel 2020 è stimato per 300 milioni. "Il nostro Consorzio – conclude il presidente Menna – è costantemente impegnato, con partecipazione unanime, nell'attività di promozione e tutela di una delle denominazioni più rappresentative del made in Italy". Sono infatti in programma importanti iniziative di comunicazione e promozione sui media tradizionali, progetti sul fronte della ricerca e della formazione rivolti a tutti gli stakeholder della filiera produttiva, nonché a giovani e studenti, proseguendo nelle azioni di vigilanza e monitoraggio nazionale ed estero, sia online che offline.

I principali numeri

	Volume prodotto	Valore alla produzione	Quota export
anno 2018	50.000 ton	186.192 mln €	20.000 ton (40%)
anno 2019	70.000 ton	250.000 mln €	28.000 ton (38%)
anno 2020	90.000 ton	300.000 mln € (Valore stimato)	(Si conferma trend positivo)

Fonte: Consorzio di tutela

Il Consorzio Gragnano Città della Pasta entra in Origin Italia

La Pasta di Gragnano IGP ha registrato risultati positivi sia nel mercato interno che in quello internazionale, attestandosi come prodotto anticiclico e confermando il trend positivo di crescita degli ultimi anni in termini di volumi,

fatturato ed export. Un dato certamente riconducibile all'alta qualità del prodotto finito e alla funzione certificatrice e di garanzia del marchio di qualità europeo IGP. Nei primi mesi del 2021 il Consorzio della Pasta di Gragnano IGP è entrato in Origin Italia, l'organizzazione di rappresentanza dei Consorzi di tutela delle denominazioni DOP IGP.



Consorzio di Tutela della Pasta di Gragnano IGP
Via Vittorio Veneto, 20
80054 Gragnano (NA)
www.consorziogragnanocittadellapasta.it
info@consorziogragnanocittadellapasta.it

#pastadigragnanoigp

Campofilone: un piccolo Comune dove tutti fanno la pasta



Maccheroncini di Campofilone IGP - GUUE L 302 del 13.11.2013

Campofilone è un Comune marchigiano di 12 chilometri quadrati di superficie e appena 1.920 abitanti, situato in posizione collinare lungo la costa adriatica tra San Benedetto del Tronto e Fermo, a dominare la bassa valle del fiume Aso. L'antico borgo è conosciuto soprattutto per la preparazione dei celebri Maccheroncini, una varietà di pasta all'uovo che nel 2013 ha ricevuto la denominazione IGP e che fa da traino all'economia dell'intero territorio. Sebbene poco esteso, esso conta infatti ben 8 pastifici di piccola e media grandezza che producono questa specialità, celebrata da 57 anni nella Sagra Nazionale dei Maccheroncini di Campofilone, che si svolge ad agosto presso l'orto abbaziale del piccolo centro. La creazione dei Maccheroncini, tramandata di generazione in generazione, si deve all'ingegno e alla fantasia delle donne campofilonesi, insieme alla necessità di sopperire alla mancanza di alcuni alimenti nelle varie stagioni dell'anno. La pasta essiccata, infatti, era più conveniente di quella fresca perché si conservava molto meglio e poteva essere consumata sempre. Inizialmente la grossolanità del taglio aveva l'inconveniente di far incurvare la pasta, che si rompeva in più punti; quando però si iniziò a tagliarla in fili sottilissimi, ci si accorse che si spezzava meno. Già nel Quattrocento i Maccheroncini venivano considerati un piatto prelibato e citato in una corrispondenza dell'Abbazia di Campofilone, in alcuni documenti del Concilio di Trento e nei quaderni di ricette di alcune case nobili, ma solo con l'inizio del Novecento questa pasta all'uovo, detta a capello d'angelo per la sua forma a lunghi fili, cominciò a diventare molto popolare. Una volta le *vergare* (le *rezdore* – o *sfogline* – marchigiane) portavano in dote la capacità di tirare la sfoglia sottilissima con il matterello e tagliarla a mano, ottenendo fili di pasta di nemmeno un millimetro di spessore, talmente

esili da cuocersi in un minuto e da sciogliersi in bocca, abilità che oggi si è trasferita nei laboratori specializzati del territorio. Solo uova da galline allevate a terra, alimentate con cereali no Ogm e senza pigmenti sintetici e farina di grano. Dalla data della registrazione ad oggi non si è ancora costituito un Consorzio. “La nostra responsabilità come impresa è quella di realizzare progetti incisivi – racconta **Enzo Rossi** – titolare dell'azienda La Campofilone – mi piacerebbe se riuscissimo a costituire un Consorzio, perché aiuterebbe a promuovere e tutelare questa eccellenza italiana. Noi come azienda abbiamo creato un forte legame tra la tradizione agricola di questa terra e l'innovazione. Investiamo molto per la sicurezza dell'intera filiera agroalimentare, sosteniamo la ricerca e favoriamo una politica ambientale integrata con i nuovi indirizzi di sviluppo sostenibile. Sarebbe bello poter condividere questi obiettivi”. “Nel disciplinare di produzione dei Maccheroncini di Campofilone IGP – racconta **Vincenzo Sandro Spinosi**, titolare dell'omonima azienda – è indicato il nome di mio padre Nello, che a Campofilone ha avuto il primo laboratorio artigianale per la produzione di questa eccellenza. La sagra dei Maccheroncini che si svolge nel mese di agosto attrae moltissimi turisti dalla costa e ha contribuito e contribuisce in larga misura alla diffusione della notorietà di questo prodotto, anche se, contemporaneamente, cresce pure il rischio di imitazione e bisogna perciò stare molto attenti alla tutela”.



Un peccato non vedere nascere il Consorzio

A rammaricarsi è il sindaco di Campofilone, **Gabriele Cannella**, che si è posto come obiettivo del suo mandato riuscire a far decollare il Consorzio. “L'economia e la fama del nostro territorio sono inscindibilmente legati a questa eccellenza, dobbiamo pertanto riuscire a valorizzarla attivando tutti i canali che la tutelano e la promuovono.

Il Consorzio darebbe garanzia di tutto questo, ma per adesso siamo ancora lontani, così può succedere che proprio nel nostro territorio, al ristorante, vengano serviti come Maccheroncini di Campofilone IGP piatti di pasta all'uovo che non hanno nulla a che vedere con il prodotto registrato. Il Consorzio sarebbe uno strumento di tutela e promozione senza individualismi, il luogo dove attuare le politiche per far crescere l'Indicazione Geografica”.

Associazione Produttori Maccheroncini di Campofilone
c/o Comune di Campofilone
Piazza Umberto I, 2 - 63028 Campofilone (FM)
[#maccheroninidicampofilone](#)

Il piatto preferito del duca Alfonso II d'Este



Cappellacci di Zucca Ferraresi IGP - GUUE L 32 del 09.02.2016

I Cappellacci di Zucca Ferraresi IGP sono il piatto simbolo della cucina di Ferrara. Si tratta di una pasta alimentare fresca ripiena, la cui sfoglia è ottenuta dalla lavorazione di una miscela di farina di grano tenero e duro unita a uova, con un particolare ripieno costituito da uno dei grandi prodotti di questa terra, la zucca gialla violina, la cui polpa viene prima cotta poi insaporita con formaggio grattugiato e noce moscata. Sono detti Cappellacci per la tipica forma tondeggiante e ripiegata, a imitazione del tradizionale cappello di paglia dei contadini. I primi riferimenti a una preparazione di pasta con la zucca si ritrovano nei ricettari rinascimentali degli scalchi al servizio della famiglia d'Este di Ferrara, che governò la città dal 1186 al 1597. Gli ingredienti erano gli stessi della ricetta attuale, se non fosse per l'aggiunta di alcune spezie all'epoca particolarmente diffuse, come riportato nel libro di ricette di Giovan Battista Rossetti, cuoco presso la corte del duca Alfonso II d'Este, pubblicato con il titolo "Dello Scalco" nel 1584. Il riconoscimento IGP è stato ottenuto nel 2016 ed è stato salutato come premio al lavoro di quanti, artigianalmente o in modo industriale, contribuiscono quotidianamente a far conoscere e apprezzare uno dei prodotti più tipici del territorio. Consortium ha sentito Paolo Govoni, Commissario straordinario della Camera di Commercio di Ferrara, ente che ha sostenuto e sostiene questa registrazione, in mancanza di un Consorzio di tutela.

"Il mondo delle imprese agroalimentari ferraresi – commenta **Paolo Govoni** – non ci parla solo di competitività, di fatturati e di export, ma richiama e incarna un modello di sviluppo decisamente più a misura d'uomo, che sa tenere insieme la capacità di conquistare nuovi

mercati e la valorizzazione del capitale umano e che ha fatto della coesione sociale, dei rapporti coi territori e con le comunità, un fattore produttivo determinante. È una ricchezza che crea valore dal punto di vista culturale, sociale ed economico, cui si aggiunge l'effetto generato dal connubio ormai inscindibile turismo–enogastronomia, che contribuisce a potenziare la conoscenza e il favore dei prodotti tradizionali all'estero, nonché a preservare aree svantaggiate e a sviluppare sistemi locali. La domanda di Italia nel mondo – conclude Govoni – è, oggi più di ieri, legata alla qualità, alla bellezza, alla cultura e all'innovazione, e sta a noi dare risposte sempre adeguate. Per farlo, il cammino intrapreso deve andare avanti, favorendo quelle imprese che, con gli occhi alla tradizione e con i piedi nei territori, guardano verso il futuro, innovando e servendosi delle nuove tecnologie e del nostro ricco capitale umano; riducendo gli spazi di mercato sottrattoci da chi 'tarocca' le nostre eccellenze; sostenendo quelle regole che, senza inutili appesantimenti burocratici per le imprese, alzano l'asticella e collocano il sistema produttivo al riparo dalla concorrenza sleale e dalle tempeste che ci hanno colpiti e che il futuro ci riserverà. Sotto tale luce, l'eccellenza dei nostri imprenditori è una indicazione preziosa per capire le radici e il presente del made in Italy, per affrontare i problemi che ne sacrificano le potenzialità e per tracciare nuove ambiziose rotte verso il futuro".

Le tradizioni di un prodotto e del suo nome

Secondo alcuni il termine "cappellacci" deriva dall'espressione dialettale *càplaz* per la forma particolare, un po' rozza, della pasta che ricorda i cappelli di paglia a tesa larga dei contadini ferraresi, diffusi fino alla metà del secolo scorso. Non dimentichiamoci infatti che per secoli la zucca è stata la principale fonte di sostentamento nelle campagne. Secondo altri il nome è stato utilizzato per differenziare i cappellacci di zucca ferraresi dai cappelletti, diversi per dimensioni e ripieno.



Una visibilità enorme grazie all'IGP



Culurgionis d'Ogliastra IGP - GUUE L 262 del 29.09.2016

I Culurgionis d'Ogliastra IGP sono una pasta fresca che presenta la forma di un fagottino, chiuso a mano in modo da formare una sorta di spiga, che racchiude all'interno un ripieno costituito da una miscela di patate fresche o disidratate in fiocchi, formaggi sardi (casu axedu, pecorino, caprino, vaccino) e aromi che possono essere menta, aglio, basilico o cipolla. La zona di produzione dei Culurgionis d'Ogliastra IGP comprende numerosi Comuni della provincia di Nuoro e tre Comuni della provincia del Sud Sardegna. A quasi quattro anni dall'ottenimento del riconoscimento IGP, nel 2020 si è costituito il Consorzio di tutela.

“Lo consideriamo un punto di partenza e non di arrivo – ha sottolineato il presidente **Vito Arra** –, e desideriamo aumentare sensibilmente il numero degli iscritti così come le quantità prodotte. La nuova struttura intende accogliere non solo i produttori, ma anche i

confezionatori che hanno sede nell'areale di produzione e che si iscrivono al sistema di controllo. Vogliamo promuovere la partecipazione di pastifici, strutture di confezionamento, ristoranti, aziende agrituristiche o strutture ricettive che ne abbiano i requisiti e ci rendiamo disponibili a fornire tutte le informazioni necessarie agli interessati”.

Nel 2020 i Culurgionis d'Ogliastra IGP hanno registrato un incremento dell'export del +5% e nel periodo del lockdown è aumentato anche il consumo sul suolo nazionale, nonostante si sia registrato un crollo di vendite ai ristoranti pari al -45%.

“L'area che ha fatto riscontrare un boom di acquisti è il Nord Italia – aggiunge Arra – in cui la clientela più vasta è stata quella delle catene commerciali dell'alimentare. Il +15% significa un incremento di 15 tonnellate di prodotto”. Il crescente gradimento sulle tavole degli italiani dimostra come i Culurgionis siano oggi conosciuti anche in territori dove solo fino a qualche tempo fa neanche venivano presi in considerazione dai grossisti del settore alimentare. La svolta è avvenuta dopo il 2016, proprio con l'ottenimento dell'IGP. “Il marchio ha dato al prodotto Culurgionis d'Ogliastra una visibilità enorme – conclude Arra – e le vendite sono in progressivo aumento”.

Origini umili per una tradizione fortemente legata al territorio

I Culurgionis d'Ogliastra IGP si sono ritagliati un posto da protagonisti grazie all'identificazione con l'area geografica di produzione, l'Ogliastra, particolarmente immune da contaminazioni culturali di altre regioni. Nascono come un piatto povero, tipico della cultura agropastorale, per cui il ripieno è stato adeguato alla disponibilità dei prodotti del territorio. Le patate erano tra i prodotti di cui

disponevano quasi tutti. Per arricchirne il gusto venivano insaporite con formaggi, grassi e aromi. La spiga stilizzata, che caratterizza il particolare modo di chiudere la pasta originaria della regione geografica dell'Ogliastra, per tradizione viene fatta rigorosamente a mano. Il risultato ricorda un punto di cucito o ricamo poiché la pasta, per sigillare il ripieno dei Culurgionis d'Ogliastra IGP, viene alternativamente chiusa prima a sinistra e poi a destra da abili mani femminili.



Consorzio per la Tutela dei Culurgionis d'Ogliastra IGP

Centro Fieristico via Ulestri
08040 Ilbono (NU)
culurgionisigp@tiscali.it

 #culurgionisogliastraigp



Prodotti con grano saraceno



Pizzoccheri della Valtellina IGP - GUUE L 262 del 29.09.2016

I Pizzoccheri della Valtellina IGP sono una pasta alimentare ottenuta da una miscela di almeno il 20% di farina di grano saraceno unita a sfarinati di altri cereali. Sono immessi al consumo nelle tipologie pasta secca e pasta fresca. Come pasta secca possono essere commercializzati nei formati di tagliatello steso, gnocchetto e tagliatello avvolto, mentre nella tipologia fresca è presente solo il formato tagliatello. Vengono prodotti in tutto il territorio di Sondrio. La tradizione dei Pizzoccheri della Valtellina IGP deriva dal largo impiego nella cucina locale di un ingrediente fondamentale come il grano saraceno, che caratterizza il colore e il sapore di questa pasta. Il nome “saraceno” fa subito pensare all’Oriente perché è da lì che questo seme, naturalmente privo di glutine, è arrivato in Italia ai tempi della Serenissima. A causa delle sue proprietà nutrizionali e dei notevoli impieghi alimentari, viene spesso classificato come un cereale, nonostante non appartenga alla famiglia delle Graminacee. La sua coltivazione si è sviluppata in Valtellina fino all’Ottocento poiché, essendo una pianta a ciclo vegetativo molto breve, era perfetta come coltura intercalare e la sua grande capacità di adattarsi ai territori alpini faceva sì che potesse essere seminata nella prima parte dell’estate e raccolta poco prima della semina autunnale. Tale velocità di crescita e maturazione rende il grano saraceno perfetto per i climi in cui le estati sono brevi e fresche. Tuttavia, nel corso dell’Ottocento la situazione cambiò a favore di altri prodotti ed oggi nella provincia di Sondrio esistono solo alcune colture, per un totale di circa 20 ettari, anche se, dopo la registrazione dell’IGP, c’è un nuovo interesse nel recuperare questa coltivazione. “Il Consorzio di tutela dei Pizzoccheri della Valtellina IGP – racconta a Consortium il presidente **Fabio Moro** – riunisce 4 produttori di pasta secca e fresca. Purtroppo ancora non siamo riusciti a fare

aderire le gastronomie e il motivo credo sia soprattutto perché la registrazione è sulla pasta e non sulla preparazione del piatto finito. Dal 2016 i volumi sono molto cresciuti, nel 2020 parliamo di oltre 1 milione e 900mila chili. C’è molto interesse da parte della GDO, che con le private label sceglie e propone produzioni di eccellenza. Collaboriamo con Conad ‘Sapori e dintorni’, con Aldi per la linea ‘Regione che vai’ e lavoriamo molto bene con l’ente certificatore CSQA, che segue attentamente la nostra registrazione. Il Pizzocchero si propone in tanti modi, non solo nella preparazione più conosciuta; nel 2001 abbiamo fatto la scelta precisa di registrare la pasta e non la ricetta, che avrebbe richiesto l’STG. Facciamo molti controlli nei ristoranti, che non possono più riportare il nome per esteso in menu se non utilizzano i Pizzoccheri della Valtellina IGP prodotti secondo disciplinare. Troviamo parecchia resistenza, sia da parte delle gastronomie che dei ristoranti, ma è un lavoro necessario. Con l’IGP la produzione ha cominciato a crescere, nel 2020 siamo arrivati quasi a due milioni di chili; se si considera un etto per persona, parliamo di 20 milioni di piatti all’anno, un bel risultato, che vogliamo comunque migliorare. Sta andando bene anche l’export – conclude Moro – in Europa, soprattutto nei Paesi confinanti, ma anche in Canada, Stati Uniti, Giappone e Nuova Zelanda. Come Consorzio abbiamo aderito al Distretto Agroalimentare di qualità valtellinese e insieme ai Consorzi del Bitto DOP, Valtellina Casera DOP, Bresaola della Valtellina IGP, Mele della Valtellina IGP e ai vini della Valtellina collaboreremo per la promozione e la valorizzazione dei nostri prodotti di qualità”.



I principali numeri

	 Volume prodotto anno 2018	 Volume prodotto anno 2019	 Volume prodotto anno 2020	 Valore produzione anno 2020
secchi	1.620.692,50 Kg	1.616.508,70 kg	1.748.265,50 kg	2.622.398,25 €
freschi	117.831,25 kg	141.397,00 kg	159.982,00 kg	319.964,00 €
totale	1.738.523,75 kg	1.757.905,70 kg	1.908.247,50 kg	2.942.362,25 €

Pizzoccheri
Consorzio di Tutela della
della Valtellina IGP

Consorzio di tutela di
Pizzoccheri della Valtellina IGP
Via Piazza, 23 - 23100 Sondrio
www.pizzoccheridellavaltellina.eu
info@pizzoccheridellavaltellina.eu
[#pizzoccheridellavaltellina](https://www.instagram.com/pizzoccheridellavaltellina)



Un tour di incontri sulla sfida verso la transizione ecologica, insieme ai nuovi protagonisti dell'agroalimentare di qualità dalla produzione al consumo

a cura della redazione

L'agroalimentare è al centro di un grande progetto di innovazione e transizione ecologica che coinvolge tutta la filiera: le imprese e i rappresentanti del settore, i consumatori e i cittadini chiamati a modelli di consumo sostenibile, e infine la ristorazione, punto di contatto tra la produzione e il consumo, luogo in cui tutti sono chiamati a concretizzare le proprie scelte. Le filiere dei prodotti DOP IGP ricoprono in Italia un ruolo chiave per indirizzare verso un nuovo paradigma alimentare che coinvolge direttamente la produzione, i Consorzi di tutela, la distribuzione e il consumo. Per farlo, è fondamentale promuovere il confronto tra tutti gli anelli della catena e in particolare con i giovani – nuovi cittadini e futuri consumatori – che saranno i veri interpreti del nuovo sistema di valori del cibo di qualità.

È questo lo spirito che ha spinto Fondazione Qualivita, Origin Italia e McDonald's ad organizzare un tour nelle regioni italiane insieme ai

protagonisti del made in Italy DOP IGP nei territori: condividere le percezioni e le prospettive legate alle nuove dimensioni del cibo italiano, con focus su giovani imprese, stili di consumo, transizione green, innovazione digitale e sul ruolo di Consorzi di tutela, distribuzione e istituzioni. Andare a conoscere da vicino le esperienze di successo, le visioni e le idee che già stanno delineando il percorso di transizione dell'agroalimentare italiano.

Le esperienze di innovazione e sostenibilità dei giovani protagonisti delle filiere IG

Un'iniziativa di grande successo – che ha toccato la Sicilia, l'Emilia-Romagna, il Veneto e si è conclusa il 20 maggio al Food Industry Summit organizzato da Il Sole 24 Ore – con programmi ricchi di interventi per raccontare le storie delle imprese più innovative del territorio, le migliori esperienze del mondo della

formazione professionale (scuole e università) e la visione dei giovani imprenditori agricoli.

Gli eventi, seguiti da un pubblico di centinaia di partecipanti da tutta Italia, sono stati accompagnati anche dagli enti locali con la partecipazione degli assessori regionali Antonino Scilla (Regione Sicilia), Alessio Mammi (Regione Emilia-Romagna) e Federico Caner (Regione Veneto), oltre ai rappresentanti delle istituzioni nazionali fra i quali Filippo Gallinella, presidente Commissione Agricoltura Camera dei deputati e Gian Marco Centinaio, Sottosegretario alle politiche agricole.

In occasione degli incontri, oltre alle esperienze dei protagonisti delle filiere, sono stati presentati i risultati di un'indagine condotta da AstraRicerche sulle aspettative e i comportamenti delle giovani generazioni nei confronti della transizione ecologica.

“Il sistema agroalimentare è chiamato a una transizione senza precedenti, ma dobbiamo essere con-

“Oggi ci troviamo davanti a uno scenario in cui siamo chiamati a cogliere una nuova sfida, quella della transizione ecologica” commenta **Mario Federico** Amministratore Delegato di McDonald's Italia. “Io credo che la ristorazione abbia un ruolo fondamentale perché intercetta le esigenze dei consumatori, e può far risalire queste esigenze lungo tutta la filiera suggerendo a tutti gli altri attori quali azioni concrete mettere in pratica. Un compito importante che già sentiamo nostro e a cui rispondiamo a partire proprio dai nostri ristoranti e dalle nostre proposte. L'obiettivo è creare sinergia in quella che possiamo definire una filiera agroalimentare lunga, ‘dal campo al vassoio’, per dare una risposta chiara, efficace e concreta alle esigenze delle nuove generazioni”.



Mario Federico
Amministratore Delegato
McDonald's Italia

È questa convinzione che ha spinto McDonald's Italia a commissionare un'indagine all'istituto **AstraRicerche** per comprendere a fondo la percezione dei giovani consumatori italiani su queste tematiche. La ricerca mostra chiaramente l'importanza per gli italiani delle certificazioni di origine. Quasi tre quarti dei nostri concittadini si sentono garantiti da DOP e più di due terzi da IGP. “Tuttavia è necessario uno sguardo al futuro, – commenta **Cosimo Finzi** di AstraRicerche – che io identifico in quattro direzioni fondamentali: rafforzare l'intensità di apprezzamento (troppi italiani dichiarano di fidarsi ma non in misura intensa); provare a far cambiare idea a quel 15-20% della popolazione che conosce ma non apprezza le certificazioni di origine, lottando contro preconcetti o associazioni negative immotivate; spiegare il significato e il valore, uscendo dall'area grigia dello scarso interesse e della confusione, a quel 10-15% che le conosce solo di nome e non le sa valutare; e, trasversalmente a questi gruppi, aumentare la conoscenza dei singoli prodotti DOP e IGP e, soprattutto, l'associazione di tali prodotti alle certificazioni (molti prodotti sono noti ma non ritenuti DOP e IGP dal 25-35% del campione intervistato)”. Queste strade potranno portare a un ampliamento del target, a una maggior frequenza di acquisto ma anche a un graduale aumento del prezzo che il cittadino è disponibile a spendere per le eccellenze.



sapevoli che una transizione senza coordinamento è destinata al fallimento”. Sono le parole di **Cesare Mazzetti**, presidente della Fondazione Qualivita: “Oggi più che mai i sistemi che organizzano le filiere e la società sono determinanti per ottenere un risultato positivo e per la prima volta i Consorzi e le aziende sono chiamati in causa in maniera diretta come attori principali del cambiamento, in grado di coinvolgere anche i consumatori. Come Qualivita ci impegniamo a promuovere iniziative

come questa, perché siamo convinti che le esperienze e le idee dei giovani protagonisti sono un patrimonio prezioso da mettere a sistema e che una transizione nella collaborazione è la chiave del successo”.

Sulle stesse posizioni **Cesare Baldrighi**, presidente di Origin Italia, che commenta: “Le filiere DOP IGP hanno una presenza forte in tutti i settori produttivi, dal caseario alla filiera delle carni lavorate, dall'ortofrutticolo all'olivicolo. Come Origin Italia, siamo convin-

ti che la transizione ecologica può svilupparsi nei territori proprio attraverso la rete dei Consorzi, che garantisce un'organizzazione delle filiere e dei produttori in grado di condividere obiettivi e azioni di sistema. Per questo è fondamentale un continuo confronto grazie a occasioni come queste, che a partire dall'esperienza dei giovani protagonisti dei territori permette di definire la strada di un progetto condiviso come sistema italiano delle DOP IGP”.



#DOPIGPFUTURO



SICILIA

Oggi l'agroalimentare è al centro di un grande progetto di innovazione e transizione ecologica, che coinvolge tutta la filiera: le imprese e i rappresentanti del settore, i consumatori e i cittadini chiamati a modelli di consumo sostenibile e, non da ultimo, la ristorazione, punto di contatto tra la produzione e il consumo, luogo in cui i cittadini sono chiamati a concretizzare le proprie scelte.

In Sicilia i prodotti di qualità territoriale DOP IGP, come l'Arancia Rossa di Sicilia IGP, il Ragusano DOP, il Cioccolato di Modica IGP, il Ficodindia dell'Etna DOP e tutti gli altri, ricoprono un ruolo prioritario nell'educare a un nuovo paradigma di produzione, distribuzione e consumo e per farlo è fondamentale promuovere il confronto tra tutti gli anelli della filiera e in particolare con i giovani – nuovi cittadini e futuri consumatori – che saranno i veri interpreti del nuovo sistema di valori. È quanto è avvenuto in occasione del Webinar DOP IGP incontrano il futuro, con numerose esperienze condivise dai giovani protagonisti della produzione agroalimentare di qualità della regione.



Toni Scilla
Assessore Agricoltura
Regione Sicilia

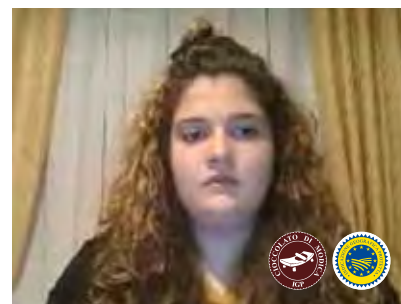
Andrea Bonina – Ficodindia dell'Etna DOP

Scommettere sull'economia circolare con la riutilizzazione dei materiali di scarto dei cicli produttivi agroalimentari, riducendo al massimo gli sprechi e ottenendo prodotti di alta qualità. Andrea Bonina, direttore generale di Bionap, racconta il successo dell'azienda creata dal padre Francesco nel 1997, che producendo estratti botanici dai sottoprodotti di piante e frutti siciliani come l'Arancia Rossa di Sicilia IGP o il Ficodindia dell'Etna DOP: "Quella che comunemente è chiamata in siciliano 'pala' è l'esempio più emblematico dello scarto del ficodindia. Quando prima del 2005, mio padre andava chiedere ai coltivatori se era possibile fornirci i cladodi, proprio non riuscivano a capire cosa ci si potesse fare con quelle pale che ritenevano solo uno scarto".



Marilena Migliore – Cioccolato di Modica IGP

Il Cioccolato di Modica IGP e la sua particolare lavorazione che mantiene integri i cristalli di zucchero assicurando la tipica consistenza granulosa e friabile apprezzata in tutto il mondo, al centro della scelta di Marilena Migliore, studentessa dell'Istituto Alberghiero Principi Grimaldi di Modica. Una scelta di vita: prepararsi per diventare custode di questa arte. "Ho capito l'importanza di legare un prodotto al luogo dopo aver visto quanto è determinante associare il nome del nostro Cioccolato alla città di Modica. Tante attività ruotano attorno a questa produzione, dal turismo alla cultura, creando occupazione per i giovani come me che adesso possono costruirsi un futuro interessante anche nella propria terra".



Debora Cavarra – Olio Sicilia IGP

Ha le idee chiare la più giovane della famiglia Cavarra, impegnata a dimostrare che oggi una scelta green è possibile, con l'attività nella sua Azienda Terraliva, situata nel cuore dei Monti Iblei dove produce olio extravergine di oliva Sicilia IGP (ma anche certificato Biologico, Kosher e Halal) unicamente con spremitura a freddo di olive raccolte a mano. Ecosostenibilità come vero valore aggiunto: tracciabilità e blockchain, packaging ecosostenibile, bottiglie riutilizzabili – che acquistano nuova vita, con pochi materiali da smaltire al momento della raccolta differenziata – e più leggere per ridurre i costi di esportazione e le emissioni di CO2 nei trasporti.



Michelangiolo Arena – Arancia di Sicilia IGP

La produzione di Arancia Rossa di Sicilia IGP è una delle attività principali dell'Azienda di Michelangiolo Arena, erede dei saperi locali tramandati dalla sua famiglia da più generazioni. Il suo obiettivo primario è quello di seguire i ritmi della natura, al fine di garantire elevati standard di qualità e la certificazione biologica dei prodotti. Le arance certificate IGP vengono conferite a Oranfrizer, la maggiore filiera di agrumi della Sicilia, che assieme allo spin-off Oranfrizer Juice, produce e distribuisce spremute di agrumi e altri frutti. I frutti raccolti da Arena vengono presi in custodia da Oranfrizer subito dopo la raccolta, per poi essere lavorati e distribuirli in Italia e all'estero.



#DOPIGPFUTURO

EMILIA-ROMAGNA

In Emilia-Romagna i prodotti di qualità territoriale DOP IGP ricoprono un ruolo fondamentale: un paniere di 74 prodotti di eccellenza che vale oltre 3,5 miliardi di euro e coinvolge più di 16mila operatori, con filiere simbolo del made in Italy come il Parmigiano Reggiano DOP, il Prosciutto di Parma DOP, l'Aceto Balsamico di Modena IGP. Al webinar "DOP IGP incontrano il futuro" dedicato all'Emilia-Romagna molte interessanti esperienze di giovani che credono nella sostenibilità, nella transizione ecologica e nell'innovazione, attivi nei Consorzi di tutela e inseriti nelle filiere certificate come quella del Melone Mantovano IGP, il cui areale di produzione ricade anche nelle province di Modena, Bologna e Ferrara, dell'Aglio di Voghiera DOP o della Ciliegia di Vignola IGP. L'Emilia-Romagna ospita anche un'altra eccellenza, la Scuola internazionale di cucina italiana Alma con sede alle porte di Parma: due studenti hanno raccontato la loro esperienza nella scuola dove giovani provenienti da tutto il mondo vengono sensibilizzati anche alla conoscenza delle produzioni DOP IGP.



Alessio Mammi
Assessore Agricoltura
Regione Emilia-Romagna

Francesca Nadalini – Melone Mantovano IGP

L'esperienza di Francesca Nadalini testimonia come i giovani sono i veri interpreti del nuovo sistema di valori del cibo di qualità. Nella coltivazione dei Meloni Mantovani IGP, nell'azienda di famiglia, Francesca Nadalini pratica la lotta integrata, adottando metodologie di produzione che rispettano l'ambiente e la salute dell'uomo, limitando l'impiego di prodotti di sintesi e applica il cosiddetto "criterio guidato", che impiega tecniche fitoiatriche a ridotto o nullo impatto ambientale; l'impollinazione dei fiori avviene grazie al vento e alle api i cui alveari sono posti nei pressi delle serre. Prima della commercializzazione vengono effettuate 6 rigorose fasi di controllo qualità per assicurare le caratteristiche ai propri meloni.



Stefano Silvi – Aglio di Voghiera DOP

Stefano Silvi, con la sua startup NeroFermento, produce aglio nero fermentato partendo dall'Aglio di Voghiera DOP, un prodotto di alta gamma molto apprezzato dalla ristorazione. NeroFermento nasce dall'incontro tra agricoltura e tecnologia, terra e scienza, artigianalità e innovazione. Il Nero di Voghiera DOP è l'intuizione di un gruppo di amici ingegneri che hanno preso ispirazione dall'aglio fermentato e maturato tipico del Giappone, Corea e Thailandia. Studiando il procedimento orientale, hanno creato nelle campagne di Ravenna le condizioni, i macchinari e i software, per ottenere l'aglio nero, che per il suo straordinario aroma di liquirizia, aceto balsamico e prugna, viene usato dalla ristorazione per la preparazione di piatti unici.



Matteo Ghidi – Parmigiano Reggiano DOP

Matteo Ghidi è Responsabile Marketing & Trade Marketing di Parmareggio, un vero caso nel mercato del Parmigiano Reggiano DOP per aver scelto di comunicare i valori della propria marca con una campagna molto incisiva e apprezzata dal pubblico, soprattutto dei più piccoli. Ma accanto ai toponimi, elemento distintivo dell'azienda e filo conduttore di tutta la comunicazione, c'è anche la scelta di proporre un'ampia gamma di prodotti con i valori distintivi del Parmigiano Reggiano DOP come naturalità, tradizione, salubrità. Innovazione, idee creative e un'intensa attività di ricerca hanno permesso di sviluppare una proposta diversificata di prodotti, con la sostenibilità come filo conduttore.



Luca Galloni – Prosciutto di Parma DOP

Alla terza generazione, i Fratelli Galloni continuano l'attività di famiglia con grande attenzione per le tecniche di artigianalità del loro Prosciutto di Parma DOP. La sostenibilità per i Fratelli Galloni non è una moda del momento, né una novità: "Il nonno era un innovatore attento alle dinamiche di economia aziendale" spiega Luca Galloni. "Oggi si parla di responsabilità sociale e ambientale, prima si diceva responsabilità aziendale". Viene da tempo monitorata con attenzione l'impronta carbonica, in un'azienda che ritiene fondamentale ridurre l'impatto ambientale di ogni singola attività; a questo si aggiunge l'inserimento del fotovoltaico e di un innovativo sistema di depurazione delle acque.



#DOPIGPFUTURO



VENETO

Il Veneto è la prima regione per impatto economico dei prodotti DOP IGP con quasi 4 miliardi di euro di valore alla produzione di cibo e vino certificato, un paniere di 89 prodotti che ha un peso del 23% sul valore complessivo del comparto italiano delle Indicazioni Geografiche. In Veneto i prodotti di qualità territoriale DOP IGP, come il Radicchio Rosso di Treviso IGP, l'Asiago DOP, la Cozza di Scardovari DOP, il Provolone Valpadana DOP, l'Aglio Bianco Polesano DOP e tutti gli altri, hanno un ruolo fondamentale per trainare la crescita del settore, un percorso che passa dalla valorizzazione del patrimonio complessivo attraverso un "processo osmotico" di reciproco scambio e bilanciamento fra le grandi filiere, capaci di trainare l'espansione sui mercati internazionali, e le piccole realtà diffuse sul territorio e con forte attitudine alla sostenibilità.

Davide Nicoli – Asiago DOP

Nove anni fa Davide Nicoli, insieme a un altro amico under 30, ha deciso di iniziare l'attività di allevamento di mucche da latte richiedendo in comodato di gestione una malga sull'Altopiano di Asiago. Oggi Davide ha 80 mucche, è aperto per le visite da giugno a settembre e produce Asiago DOP di malga, che ha un sapore caratteristico perché ogni mese il formaggio è diverso grazie alle fioriture presenti nei pascoli e alle erbe tipiche stagionali. Quella di Davide Nicoli è una malga giovane che attira i giovani, per aperitivi a base di prodotti locali. A settembre la malga chiude, gli animali scendono a valle e il latte viene conferito a LatteBusche, per la produzione di Asiago DOP, nell'attesa di ritornare sull'Altopiano per l'estate successiva.

Nicola Franchetto – Radicchio Rosso di Treviso IGP

Nicola Franchetto, con il fratello gemello Alessandro, lavora nella società agricola di famiglia che ha oltre 40 anni di storia. Un giorno i fratelli hanno deciso di portare direttamente a casa in Italia e in Europa il Radicchio Rosso di Treviso IGP e hanno creato un sito di e-commerce per distribuire il loro prodotto, in 24 ore, in ogni città italiana e europea. Il marchio "Il Fiore della salute" nasce nel 2015 e contraddistingue il ramo d'azienda dedicato all'e-commerce, per la vendita esclusiva di Radicchio Rosso di Treviso IGP tardivo, raccolto da metà ottobre fine agli ultimi giorni di aprile. Ripuliti dalle foglie esterne e dalla terra, i mazzi vengono legati in grossi fastelli e immersi nell'acqua risorgiva del Sile per l'ultima fase della filiera: l'imbiancamento.

Valentina Tepedino – Cozze Di Scardovari DOP

Grazie a una rete di collaborazioni Valentina Tepedino ha dato vita a un pool di professionisti iperspecializzati del mondo ittico per valorizzare un settore spesso vittima di cattiva informazione e di scarsa ricerca. Particolarmente impegnata sul tema della sostenibilità nel comparto ittico – le Nazioni Unite hanno dichiarato il 2021-2030 la "Decade of Ocean Science for Sustainable Development" – Valentina Tepedino sta svolgendo con il Consorzio della Cozza di Scardovari DOP una serie di attività di ricerca finalizzate a rendere sempre più sostenibile l'allevamento dei mitili nella Sacca di Scardovari, compresa la messa a punto di sostegni completamente biodegradabili per la crescita di queste pregiatissime cozze.

Carlo Salvan – Aglio Bianco Polesano DOP

La voglia di ricreare l'habitat ideale per la coltivazione dell'Aglio Bianco Polesano DOP biologico, ha spinto Carlo Salvan a investire per piantare intorno ai suoi campi un bosco di vegetazione autoctona che negli anni era andata perduta, riuscendo a ripopolare l'area con un ritorno della fauna locale, necessaria per l'equilibrio dell'ecosistema. Così è riuscito a sviluppare una produzione di eccellenza e a salvaguardare un territorio delicato e fragile come quello del Polesine. L'Aglio Bianco Polesano DOP ha un profumo più delicato rispetto agli altri agli, l'aroma è intenso ma meno pungente. Proprio per queste sue caratteristiche, viene scelto dagli chef del Quirinale per condire i piatti dei pranzi ufficiali della Presidenza della Repubblica.



Federico Caner
Assessore ai fondi UE, turismo,
agricoltura, commercio estero
Regione Veneto





Contrassegni per vini a Denominazione d'Origine

Il sistema di anticontraffazione del Poligrafico e Zecca dello Stato a tutela e promozione della qualità made in Italy

a cura della redazione

Riconoscere un prodotto contraffatto richiede lo svolgimento di ispezioni, confronti o perizie tecniche sul bene. Per ottenere la prova che un prodotto sia effettivamente autentico non è possibile, quindi, prescindere da una o più verifiche delle sue principali caratteristiche tra cui l'aspetto esteriore, l'etichettatura, le proprietà chimico-fisiche, etc... Per tale ragione nei settori più sensibili ed esposti alle diverse forme di frode, sia le Istituzioni che la Filiera adottano specifici sistemi di controllo sui prodotti basati principalmente sull'utilizzo di strumenti e metodi di anticontraffazione. Tali sistemi, eterogenei a seconda degli obiettivi e della tipologia di prodotto, hanno come caratteristica primaria l'utilizzo di un marcatore fisico di varia natura che, se associato al bene da tutelare, ne legittima la circolazione in quanto consente

la distinzione tra una produzione autentica ed una contraffatta. I marcatori fisici, infatti, permettono sia di identificare la merce sia di rendere evidenti manomissioni e alterazioni proteggendola lungo tutta la catena di distribuzione fino al consumatore.

Uno dei settori più colpiti nel nostro Paese riguarda la Dop economy, in cui la contraffazione non solo rallenta la crescita economica delle aziende e del Paese ma nuoce all'intera società, in primis aumentando i rischi per la sicurezza e la salute dei consumatori, oltre a violare i diritti di proprietà intellettuale connessi ai prodotti falsificati. È fondamentale pertanto in tale comparto, determinante per l'economia nazionale, l'introduzione e la diffusione di sistemi di protezione e tutela dalla contraffazione. Questi ultimi, mediante l'impiego di marcatori fisici uniti

indissolubilmente alle produzioni agroalimentari e vitivinicole italiane, possono rappresentare una soluzione vincente al fine di assicurarne l'identificazione, la tutela e la tracciabilità in modo sicuro e distintivo.

Proprio in questo ambito, il contrassegno di Stato per vini a denominazione realizzato dal Poligrafico è tra gli esempi più virtuosi di metodi di anticontraffazione basati sull'utilizzo di marcatori e tutela il settore vitivinicolo di qualità da oltre dieci anni. I contrassegni per vini a DOCG e DOC, realizzati con sistemi di sicurezza sempre più evoluti e apposti su ciascuna bottiglia, identificano univocamente il prodotto e rafforzano le garanzie offerte ai consumatori e a tutta la filiera.

Con oltre 1,6 miliardi di contrassegni prodotti all'anno, il sistema di tracciabilità italiano dei vini a

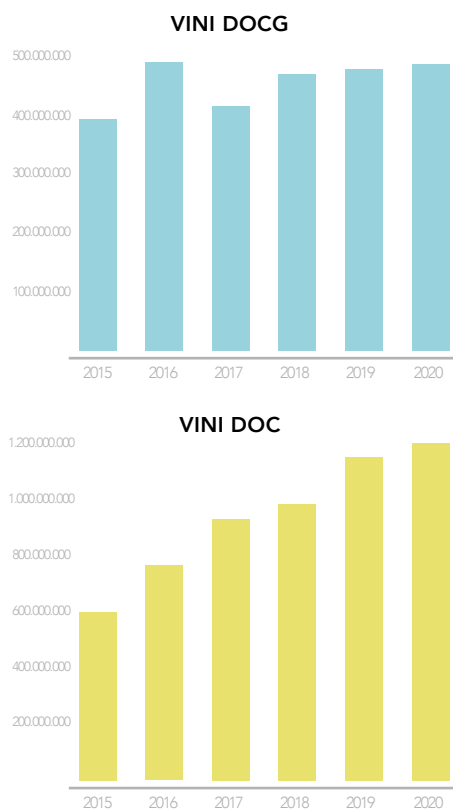


denominazione ne garantisce l'autenticità e la rintracciabilità. Le adesioni a questo sistema sono particolarmente incoraggianti e per di più in continua crescita: basti pensare che durante lo scorso anno, ovvero in un periodo in cui l'economia è stata particolarmente colpita dall'emergenza pandemica, si è registrato un incremento delle richieste di contrassegni rispetto all'anno precedente pari al 4%, mentre nel 2019 l'aumento si è attestato sul 12% rispetto al 2018, come evidenziato.

focus

andamento delle richieste

Richieste di contrassegni vini dal 2015 al 2020



I contrassegni vini, o anche “fascette”, sono stampati dal Poligrafico mediante l'utilizzo di tecnologie evolute, un sistema di gestione certificato ISO 14298 per la stampa di sicurezza e l'impiego di sofisticati elementi di sicurezza a tutela del prodotto dalle diverse forme di contraffazione. Il supporto del contrassegno è realizzato con l'uso della filigrana all'interno della carta che, oltre a rappresentare un simbolo di qualità, è soprattutto un forte deterrente alla contraffazione. Ulteriori elementi di sicurezza quali fibrille, inchiostri fluo-

rescenti, guilliche e microtesti contraddistinguono il contrassegno come marcatore fisico ad elevato livello di sicurezza. Completa la soluzione un sistema di codifica univoco per ogni contrassegno caratterizzato da un codice seriale che consente la tracciatura della singola bottiglia, un codice alfanumerico che in associazione con il seriale permette di verificare la correttezza dei dati del contrassegno stesso e un codice a barre bidimensionale per la lettura automatizzata tramite l'App gratuita Trust Your Wine®.

Quest'ultima, progettata e realizzata dal Poligrafico, è lo strumento ufficiale per interrogare il sistema informativo del contrassegno di Stato: leggendo il codice univoco stampato sulla fascetta, è possibile verificare l'autenticità dei codici, visualizzare le informazioni di rintracciabilità relative alla bottiglia di vino - alcune delle quali riportate in etichetta come cantina e anno di produzione, altre aggiuntive come il numero di certificato del lotto - e rafforzare il legame di fiducia tra consumatore e produttore/prodotto. Inoltre, l'App dedicata al contrassegno vini è stata recentemente arricchita con il collegamento Qualigeo che consente di visualizzare informazioni e contenuti multimediali, relativi all'associazione univoca tra il contrassegno e la singola bottiglia, organizzati in: testi descrittivi, immagini, cartografie, dati e statistiche, news, riferimenti normativi, disciplinare, riferimenti organismi associati, canali social, etc...

Tutti gli elementi di anticontraffazione e tracciabilità, visibili e invisibili, previsti dal Poligrafico per la realizzazione di tale soluzione dedicata alla tutela del settore Vino, sono fondamentali al fine di garantire tre fondamentali benefici per il prodotto oltre che per il consumatore stesso:

- identificazione univoca di ogni esemplare al fine di consentirne la rintracciabilità e valorizzare la filiera produttiva;
- sicurezza e antimanomissione in quanto elemento di deterrenza ai tentativi di clonazione e di usi impropri del prodotto;
- comunicazione per il consumatore che, attraverso la lettura automatizzata del barcode con l'app Trust your Wine®, può interagire con le informazioni di approfondimento fornite dagli operatori della filiera.

App Trust your Wine®



Sebbene le due funzioni di identificazione univoca del prodotto e di comunicazione interattiva con la filiera possano sembrare a maggior valore per un consumatore attento e consapevole, è necessario ribadire che un efficace modello di anticontraffazione e tracciabilità non può prescindere dall'utilizzo di un valido marchiatore fisico, il contrassegno in questo caso.

Il solo sistema di codifica, anche se univoco, qualora fosse stampato direttamente sull'etichetta del prodotto non potrebbe fornire una garanzia di sicurezza. Lo stesso numero potrebbe, infatti, essere replicato su innumerevoli etichette consentendo così non solo il moltiplicarsi dei tentativi di frode ma anche l'elusione dei controlli mettendo in serio pericolo la salute dei consumatori.

“From Poligrafico to Farm” l’iniziativa per un rapporto diretto con la filiera per informazioni e supporto sul contrassegno di Stato

In aggiunta, i contrassegni del Poligrafico, oltre a rappresentare un valido deterrente contro i tentativi di contraffazione, apportano il beneficio strategico di innalzare immediatamente la riconoscibilità da parte del consumatore al momento dell'acquisto. Infatti, il contrassegno combina in un solo prodotto elementi di sicurezza invisibili – specificamente dedicati ai controlli da parte delle Istituzioni, delle Forze di Polizia e degli enti preposti – a caratteristiche visibili, senza necessità di particolari strumenti, che identificano inequivocabilmente un prodotto di qualità aggiungendo attributi di marketing in grado di conferirgli ulteriore prestigio.

Il Poligrafico, peraltro, è costantemente impegnato nella realizzazione di soluzioni sempre più flessibili e vicine alle esigenze della filiera. In questo contesto, nel caso delle fascette vini sono state recentemente ampliate le tipologie e i formati disponibili di contrassegno proprio al fine di adeguarsi all'eterogeneità dei processi produttivi. Infine, è stata avviata di recente l'iniziativa “From Poligrafico to Farm” progettata dal Poligrafico per poter instaurare un rapporto diretto con la filiera al fine di fornire informazione e supporto alle aziende su tutti i temi riguardanti il contrassegno di Stato. L'obiettivo è quello di individuare le esigenze del produttore, migliorare sempre più il servizio reso e diffondere una conoscenza approfondita del sistema di tracciabilità e anticontraffazione connesso al contrassegno.

L'obiettivo del metodo di anticontraffazione esposto resta quindi quello di valorizzare al massimo il patrimonio alimentare italiano e le sue eccellenze attraverso la tracciabilità, la protezione del prodotto, la difesa del marchio e il coinvolgimento di tutti gli attori interessati. Per questo motivo, soprattutto nell'attuale contesto di programmazione di ripresa economica post-pandemia, è altresì auspicabile l'adozione di tale modello in tutto il settore delle Indicazioni Geografiche italiane.

Carte Valori della Repubblica Italiana



L'apposizione dell'emblema della Repubblica Italiana sulle carte valori stampate dal Poligrafico rappresenta una delle principali soluzioni di contrasto alla contraffazione adoperate per rafforzare le garanzie a persone e prodotti. L'emblema della Repubblica Italiana, infatti, appartiene allo Stato e ne costituisce un segno distintivo.

In generale, l'utilizzo degli emblemi di Stato è disciplinato dall'art. 6-ter della Convenzione di Parigi per la protezione della proprietà intellettuale che stabilisce il divieto dell'utilizzazione non autorizzata dalle autorità competenti degli emblemi di Stato dei Paesi dell'Unione. Le regole della Convenzione di Parigi riflettono un interesse pubblico riconosciuto a livello internazionale a non svilire l'immagine dei simboli degli stati o delle organizzazioni internazionali, e perciò ad impedirne lo sfruttamento per il perseguimento di obiettivi commerciali e la registrazione, in quanto l'utilizzazione del segno non potrà mai essere monopolizzata da parte di un unico imprenditore. La contraffazione del sigillo di Stato, inoltre, è punita a norma dell'art. 467 del Codice penale con la reclusione da tre a sei anni. L'utilizzo non autorizzato di un simbolo della Repubblica Italiana deve essere qualificato come illecito anche nei rapporti tra imprenditori concorrenti, e precisamente come concorrenza sleale da parte del soggetto che lo utilizza indebitamente ed a danno dei suoi concorrenti che possano esserne in qualche modo pregiudicati.

La forte deterrenza alla falsificazione garantita dall'elevato livello di protezione dell'emblema, sia attraverso leggi nazionali che comunitarie, oltre che da avanzatissime tecnologie, non è limitata al mero simbolo ma si estende anche a tutti i prodotti su cui esso è apposto. È il caso, ad esempio, dei Contrassegni di Stato – fascette vini, contrassegni alcolici, marche da bollo, tasselli tabacchi – progettati e realizzati dal Poligrafico con specifici elementi di grafica di sicurezza, includendo anche l'emblema della Repubblica Italiana, e con l'inserimento di componenti fisiche e logiche per la tracciabilità e l'anticontraffazione.

L'emblema della Repubblica è un segno inequivocabile dell'impegno dello Stato ad assicurare e garantire la qualità e la provenienza dei prodotti su cui viene apposto. Proprio per questa ragione, esso da un lato rafforza il rapporto di fiducia tra il cittadino e i prodotti contrassegnati, dall'altro rappresenta un valido strumento di supporto alle stesse autorità nazionali. In caso di sospetto di un tentativo di frode, infatti, il contrassegno di Stato recante l'emblema può essere periziato dagli Organismi competenti per determinarne in modo inequivocabile l'originalità. In questo contesto, la verifica dell'autenticità del simbolo della Repubblica costituisce certamente uno dei principali criteri di ispezione e controllo.



Il turismo enogastronomico supera la prova della crisi

Il Rapporto sul turismo enogastronomico italiano 2021 a cura di Roberta Garibaldi racconta il settore nell'anno più difficile

a cura della redazione

Publicato il Rapporto sul turismo enogastronomico italiano 2021 a cura di Roberta Garibaldi – Professoressa dell'Università di Bergamo e membro del Comitato scientifico di Qualivita – che descrive un settore che, malgrado l'inevitabile calo del numero di esperienze nell'anno della pandemia, ha visto aumentare del +10% il numero dei turisti che hanno viaggiato con principale motivazione il vivere l'enogastronomia.

I turisti enogastronomici sono sempre di più, scoprono l'entroterra partendo dal mare, destinazione preferita, e appaiono sempre più consapevoli, attivi, esigenti, innovativi e attenti ai temi della sicurezza e della sostenibilità. La maturità acquisita pone i viaggiatori del gusto al centro di uno scenario di sviluppo più equilibrato dei territori e ne fa le sentinelle di un turismo virtuoso, che contribuisce alla tutela delle risorse locali e del paesaggio, che destagionalizza e crea nuovi equilibri tra urbano e rurale. Sono numerosi e interessanti i risul-

tati della quarta edizione del Rapporto sul Turismo Enogastronomico Italiano 2021, curato da Roberta Garibaldi e patrocinato da ENIT, Fondazione Qualivita, ISMEA e Touring Club Italiano. La nuova edizione del Rapporto evidenzia i cambiamenti della domanda e le opportunità che si aprono per gli operatori del settore e per le destinazioni, che saranno in grado di intercettare le nuove tendenze in atto.

focus le scelte dei viaggiatori

La presenza di esperienze legate all'enogastronomia è importante quando si sceglie la meta del viaggio



59%
2019

71%
2021

“La crescita del fenomeno enogastronomico è costante – commenta la professoressa **Roberta Garibaldi** –; se nel 2016 soltanto il 21% degli intervistati aveva svolto almeno un viaggio con principale motivazione legata a quest'ambito nei tre anni precedenti, per poi salire al 30% del 2018 e al 45% del 2019, con l'analisi 2021 la percentuale è cresciuta fino al 55%. L'impatto della crisi innescata dal Covid pesa sul numero di esperienze fruite che diminuiscono in media del 27% rispetto 2019 e sul potere di spesa (il 31% afferma di aver destinato un budget inferiore rispetto al 2019, mentre il 27% dispone di maggiori risorse). Se la pandemia ha frenato la possibilità di vivere esperienze, la globalità dei dati ci mostra una crescente attenzione al tema enogastronomico e anche un nuovo profilo del turista”. Il Rapporto sul Turismo Enogastronomico Italiano 2021 presenta analisi quanti-qualitative, ricerche inedite

e contributi del Comitato scientifico rappresentato da autorevoli esperti del mondo accademico e scientifico, nazionali e internazionali, fra i quali vi è anche il direttore di Qualivita **Mauro Rosati** che ha portato il proprio contributo alla ricerca con un intervento sulle esperienze delle filiere di qualità per il Turismo DOP.

“I prodotti DOP IGP fondano il proprio valore nel legame con il territorio e nel tempo hanno creato per i turisti, e non solo, le condizioni per un’offerta enogastronomica con nuovi spazi ed esperienze”, sono le parole del direttore di Qualivita. “Se la pandemia ha travolto molti settori, con il turismo fra i più colpiti, il sistema delle Indicazioni Geografiche italiane è riuscito a riconfermare la propria capacità di resilienza, attraverso il rilancio di un turismo enogastronomico in chiave green, con le DOP e IGP al centro di una rinnovata offerta capace di creare occasioni ed esperienze sicure, in ambienti aperti e spazi idonei: dai percorsi negli agrumeti e nelle malghe in alta quota, dalle visite ai caseifici alle degustazioni in vigna. Un segnale importante, in una direzione che sta affermando con sempre maggiore forza: la necessità di modelli sostenibili anche per il turismo enogastronomico”.

Nel 2020 i turisti italiani hanno riscoperto l’Italia con una voglia di approfondire la conoscenza del patrimonio di sapori territoriali. Le località di mare sono diventate la porta di accesso per partecipare a esperienze enogastronomiche memorabili nell’entroterra (53%

dei turisti enogastronomici) e la voglia di vivere all’aria aperta ha spinto i viaggiatori alla ricerca di sistemazioni come agriturismi (l’86% ha intenzione di alloggiarvi) e relais di campagna (59%), con una ricerca di soluzioni innovative, tra cui spiccano alberghi a tema cibo-vino (56%), glamping (29%) e case sugli alberi (32%). Interessante il dato secondo cui l’80% degli intervistati si aspetta una prima colazione a base dei prodotti del luogo.

Tra le regioni italiane, sventa la Sicilia come meta enogastronomica più desiderata seguita dall’Emilia-Romagna, dalla Campania e a seguire da Puglia e Toscana. La città preferita dai turisti enogastronomici italiani è Napoli, che precede Bologna, seguita da Palermo per gli italiani in generale e da Roma per i turisti enogastronomici. Per quanto riguarda, invece, i Paesi stranieri la migliore destinazione dal punto di vista enogastronomico è risultata la Spagna, seguita dalla Francia e poi dalla Grecia.

Acquista inoltre un peso rilevante la digital revolution nella fase pre e post esperienziale. Se nella scelta di visitare un’azienda o un territorio continua a prevalere il passaparola tra amici e conoscenti (55%), la ricerca evidenzia tuttavia un peso sempre più importante dei social network con Instagram in crescita. Il digitale è diventato lo strumento di riferimento per la fase successiva all’esperienza diretta, dall’acquisto dei prodotti con consegna a domicilio, che interessa il 70% degli intervistati, fino alle degustazioni digitali.



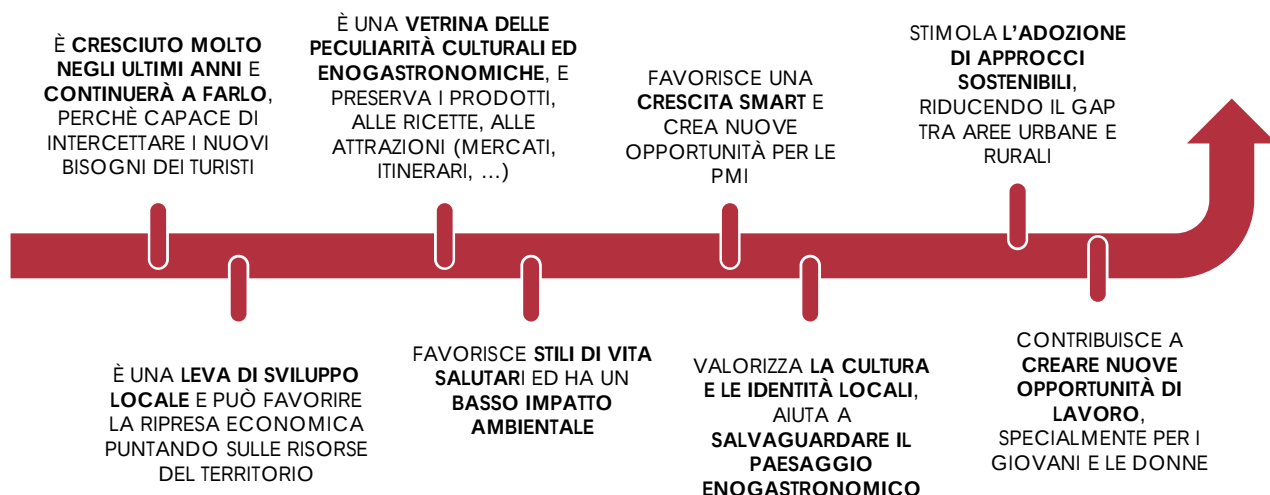
Roberta Garibaldi,
Prof.ssa dell’Università di Bergamo e
membro del Comitato scientifico di Qualivita

Enti patrocinatori

Rapporto turismo enogastronomico 2021



Turismo enogastronomico: una scelta strategica sostenibile





buone pratiche



Masterclass DOP IGP per la distribuzione di qualità

Tre eventi di formazione e degustazione in Italia, Germania e Polonia con buyer, ristoratori e botteghe di alta qualità

a cura della redazione

Masterclass formative dedicate ad operatori specializzati per promuovere le caratteristiche distintive del Pecorino Toscano DOP, del Prosciutto Toscano DOP e dell'olio Toscano IGP, in modo da poterli correttamente utilizzare sia nella distribuzione che nella ristorazione, attraverso il giusto posizionamento commerciale e gastronomico. È questa l'idea alla base di Born in Tuscany, l'iniziativa realizzata dai tre Consorzi di tutela dei prodotti

toscani in collaborazione con la Fondazione Qualivita, nell'ambito del Programma di Sviluppo Rurale della Regione Toscana. Un evento che si è concentrato in Italia e in due mercati obiettivo rilevanti per le eccellenze DOP IGP della regione, Germania e Polonia.

Un format di interazione digitale ideato da Qualivita per gli operatori specializzati

Il format ideato per l'iniziativa, ha previsto il coinvolgimento di classi composte da circa venti ospiti tra operatori della distribuzione e della ristorazione e giornalisti del settore enogastronomico, tutti accuratamente selezionati grazie alla collaborazione di referenti qualificati nei vari Paesi obiettivo.

Le masterclass si sono strutturate come vere e proprie dirette televisive professionali completamente aperte all'interazione con gli ospiti

attraverso le funzionalità delle piattaforme digitali. A guidare le dirette si sono susseguiti critici gastronomici, chef ed esperti dei tre Consorzi di tutela pronti ad illustrare tutti i dettagli delle rispettive filiere certificate.

Quattro sono stati i momenti salienti, a partire dall'introduzione dei Consorzi di tutela e dei relatori per raccontare valori e obiettivi del progetto. È seguita la presentazione degli ospiti, mentre il momento centrale dell'iniziativa sono state le presentazioni delle peculiarità dei prodotti, tutte accompagnate da una degustazione professionale – grazie ai prodotti spediti preventivamente ai partecipanti – tesa a definire i profili sensoriali delle eccellenze toscane. Per concludere vi è stato un momento di interazione domanda-risposta, uno spazio di dialogo su aspetti tecnici, produttivi, di business, tra gli ospiti e gli esperti dei Consorzi di tutela.

Una food box con i prodotti DOP IGP spedita via aerea in Polonia, Germania e Italia

“Un evento pensato per creare sinergie strategiche fra i prodotti DOP IGP toscani – afferma Fabrizio Filippi, presidente del Consorzio di tutela dell'olio Toscano IGP – enfatizzandone i tratti comuni, un minimo comune denominatore ‘Toscana’ baricentrico ai tre incontri di assoluta valenza e con target di stakeholders allineati al nostro posizionamento valoriale”. “Un'occasione imperdibile – commenta Andrea Righini, direttore Consorzio Pecorino Toscano DOP – per presentare agli operatori internazionali tre eccellenze toscane DOP IGP che garantiscono la piena tracciabilità delle produzioni e l'origine della materia prima. Una sinergia che non nasce oggi e continuerà sicuramente negli anni a venire”. “Ragionare in termini di sistema, condividendo competenze ed expertise – conclude Emore Magni, direttore del Consorzio del Prosciutto Toscano – è fondamentale per approcciare mercati nuovi e sempre più competitivi, sfruttando la valorizzazione della toscana”.



La diretta della masterclass



La food box per la spedizione aerea dei prodotti



La scheda tecnica per la degustazione

Born in Tuscany la sinergia delle DOP IGP regionali

Il progetto Born in Tuscany, racconta la Toscana della qualità agroalimentare come prima regione italiana per numero di prodotti certificati con un paniere di 89 DOP IGP, di cui 31 del comparto agroalimentare e 58 di quello vitivinicolo. Pecorino Toscano DOP, Prosciutto Toscano DOP e olio Toscano IGP

sono le maggiori produzioni del settore agroalimentare con un valore complessivo alla produzione che sfiora i 100 milioni di euro, grazie ad oltre 12mila operatori delle filiere che rendono questa eccellenza dei veri “prodotti simbolo” regionali per le rispettive categorie. Ambasciatori del made in Tuscany, infatti, rappresentano circa l'80% dell'export agroalimentare DOP IGP della regione, per un valore di oltre 60 milioni di euro destinato a numerosi

mercati del mondo. La Polonia è in forte crescita per l'agroalimentare italiano e toscano, nel quale sono sempre più apprezzati i prodotti di qualità, e con la Germania esiste un legame storico che ne fa la prima destinazione europea per l'agroalimentare made in Tuscany, con Pecorino Toscano DOP, Prosciutto Toscano DOP e Olio Toscano IGP che destinano al mercato tedesco un quarto dell'export complessivo.



Il ruolo delle banche per un'Italia agricola sostenibile

MPS lancia il primo progetto in Italia per sostenere la transizione delle imprese con il supporto tecnico di Qualivita

a cura della redazione

Si chiama MPS Agroalimentare ed è il primo progetto realizzato da una banca in Italia per offrire un supporto specifico alle imprese del comparto, con lo sviluppo di servizi e prodotti dedicati attraverso una rete di centri specialistici nei principali distretti agroalimentari italiani. Un'azione importante, in un momento molto particolare in cui il settore agroalimentare si trova ad affrontare una grande transizione, sia in conseguenza dei cambiamenti dei mercati e dei consumi nel contesto pandemico mondiale, ma soprattutto nello scenario generato dalle nuove strategie internazionali – nell'ambito del Green Deal europeo – che chiameranno le imprese ad allinearsi con gli obiettivi individuati per essere competitive.

Il settore agroalimentare italiano ha mostrato di saper resistere meglio di altri alla pandemia, sta già evolvendo compatto verso obiettivi “green” e di innovazione tecnologica e nei prossimi anni potrà contare su miliardi di euro stanziati nell'ambito delle misure europee e nazionali.

Strumenti e finanziamenti per supportare le imprese nello sviluppo sostenibile

Ma le imprese non possono essere lasciate sole, ed è fondamentale che anche soggetti come gli istituti bancari facciano la loro parte in questo scenario.

Secondo l'ultimo rapporto della Banca Europea degli Investimenti, in Italia c'è un fabbisogno finan-

ziario stimato di 1,3 miliardi per il settore agricolo e di 2,8 miliardi per l'agroalimentare nel suo complesso. Ed è interessante osservare quali sono le tre cause principali di questo fabbisogno: oltre alla mancanza di competenze finanziarie nelle aziende e al lento ricambio generazionale, uno dei fattori principali è proprio l'insufficiente livello di specializzazione delle banche in agricoltura. In questi anni c'è stata una certa attenzione nei confronti del settore, anche con strumenti di sostegno pubblico e di finanza agevolata, ma oggi c'è l'esigenza forte di un affiancamento deciso e adeguato da parte del mondo bancario a sostegno delle imprese agroalimentari, fondamentali da un punto di vista economico e per la transizione ecologica del Paese.

Banca Monte dei Paschi di Siena ha colto questo segnale e ha ritenuto fondamentale offrire il proprio supporto per accompagnare le imprese agroalimentari italiane verso il cambiamento, proponendosi come un interlocutore di riferimento con soluzioni mirate all'innovazione e alla sostenibilità, a partire dai distretti con forte vocazione agroalimentare e con filiere produttive in grado di essere reale volano per lo sviluppo del territorio. I 12 centri di lancio dell'iniziativa sono aperti a Valdobbadiene, Asti, Suzzara, Modena, Firenze, Grosseto, Chieti, Sabaudia, Caserta, Battipaglia, Cerignola e Pachino.

Fondazione Qualivita ha partecipato al progetto fornendo il proprio supporto tecnico: grazie alla conoscenza del settore e alla capacità di monitorare le evoluzioni in ambito normativo ed economico, ha fornito indicazioni strategiche per allineare al meglio le priorità, le opportunità di investimento e definire le soluzioni finanziarie mirate per le imprese del settore. L'obiettivo è riuscire a definire una consulenza personalizzata in grado di accompagnare le aziende lungo percorsi di crescita legati alla sostenibilità produttiva ed economico-finanziaria, con soluzioni specifiche in grado di intercettare le nuove opportunità di finanziamento comunitarie e nazionali a disposizione del settore nel decennio 2020-2030.

MPS Agroalimentare risulta così un'iniziativa importante anche come segnale per tutti i soggetti del mondo bancario e sul ruolo che sono chiamati a ricoprire in questo scenario: affrontare in modo proattivo i cambiamenti che hanno investito il comparto agroalimentare, farsi promotori di nuovi modelli di interazione le imprese agricole e i distretti, non solo per rispondere in modo mirato a tutte le diverse necessità degli operatori del settore e delle filiere ad esso collegate, ma anche per contribuire concretamente allo sviluppo sostenibile del comparto. Un tema che deve coinvolgere davvero tutti.



Bastianini, AD Banca MPS: vicini anche alle piccole imprese

“MPS Agroalimentare è un progetto di valore che testimonia la nostra vicinanza al comparto e il nostro impegno per i distretti e per tutte le imprese, anche quelle piccole e piccolissime, che costituiscono la filiera Agrifood e che contraddistinguono un settore fondamentale dell'economia. La portata innovativa di questi centri sta nel superamento del concetto stesso di fare banca: ci poniamo come il partner delle imprese del settore agroalimentare, il consulente specializzato in grado di ascoltare e di rispondere con un'offerta mirata per accompagnare le aziende nella transizione sostenibile del comparto”.

Rosati, direttore Fondazione Qualivita: transizione sostenibile sfida collettiva

“Negli ultimi trenta anni il comparto agroalimentare italiano si è distinto per l'attenzione dimostrata sulle questioni ambientali, sensibilità che ha reso l'Italia il Paese leader nell'agricoltura biologica e nella produzione DOP e IGP tuttavia i grandi obiettivi europei del Green Deal e in particolare quelli relativi alle strategie del Farm to Fork e del Biodiversity richiedono uno sforzo in più alle imprese, soprattutto nuovi investimenti. Proprio in questa fase è importante il ruolo delle banche, che garantendo alle aziende di settore adeguate competenze finanziarie, flusso di liquidità e sostegno ai progetti per i bandi europei, possono essere determinanti per raggiungere gli obiettivi della transizione ecologica”.





DOP IGP trasformati, il valore di un settore irrinunciabile

Qualivita propone il primo studio completo sul comparto per accrescere la conoscenza e promuovere una strategia di sistema

a cura di Chiara Fisichella, PhD, Ricercatrice Area Socioeconomica

Un rapporto sempre più stretto quello che lega il sistema delle DOP IGP e l'industria e l'artigianato alimentare: effetto della maggiore attenzione del consumatore sull'origine e il percorso di ciascun ingrediente ma non solo.

Findus, Ferrero, Coca Cola – solo per citarne alcuni – hanno da anni compreso il valore aggiunto di una DOP IGP come ingrediente caratterizzante: un percorso questo che era già stato intrapreso da tempo dalla GDO – con molte linee dedicate – e dall'Horeca. Anche dal lato dei Consorzi di tutela e dei produttori di DOP IGP l'interesse verso questo mercato di sbocco è andato crescendo. Molte, infatti, le opportunità in termini di notorietà, mercati di sbocco, destagionalizzazione dei prodotti freschi, rafforzamento della reputazione, ecc.

Un rapporto win win che può fare da volano ai prodotti DOP IGP se gestito bene e in maniera coordinata con una dedizione particolare alla trasparenza

verso il consumatore.

Per definire il campo di azione a livello normativo-giuridico e fotografare la situazione italiana attraverso i numeri e le best practice, la Fondazione Qualivita ha svolto una ricerca sul campo multi-metodo: survey, interviste a testimoni privilegiati e ricerca bibliografica. Nell'ambito delle DOP IGP, del loro utilizzo e della loro tutela – anche quando ingredienti di prodotti alimentari trasformati, elaborati o composti – inquadrare da un punto di vista giuridico-normativo la disciplina di riferimento è molto importante per impostare il campo di azione in cui i Consorzi, i trasformatori e altri stakeholder interessati possono muoversi.

Tutto ciò è ancora più vero se il quadro giuridico che emerge dalla disamina della disciplina normativa europea e nazionale sull'argomento risulta carente e frammentato. A tal fine diventa utile analizzare anche dei casi studio quale per esempio quello relativo allo

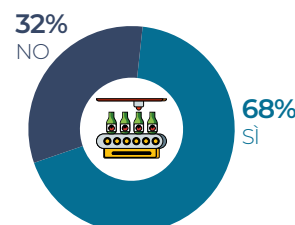
“Champagner Sorbet”, una sentenza che rappresenta una pietra miliare da un punto di vista della giurisprudenza sull'utilizzo dei prodotti IG come ingredienti di altri prodotti.

Rispetto ai numeri del fenomeno, i Consorzi di tutela che si possono definire “attivi” – che hanno cioè concesso almeno un'autorizzazione all'utilizzo della propria IG come ingrediente

focus

Consorzi “attivi”

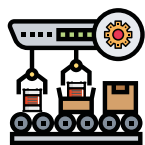
Il Consorzio ha mai concesso l'autorizzazione a utilizzare la DOP IGP come ingrediente di un prodotto trasformato, elaborato o composto?



— rientra in questa tipologia il 68% dei rispondenti all'indagine: sono soprattutto i Consorzi del Cibo ad aver concesso più autorizzazioni, ben il 73%, contro il 58% dei Consorzi del Vino. Il numero di autorizzazioni e di imprese coinvolte è molto importante: più di 12.500 autorizzazioni rilasciate negli anni dai Consorzi di tutela, di cui quasi 5.000 solo nel 2020 richieste da circa 1.600 aziende. Molto spesso, infatti, un'azienda richiede più di un'autorizzazione. Interessanti anche i numeri forniti dal Ministero della politiche agricole: sono più di 4.500 le autorizzazioni concesse dal Mipaaf per le IG senza Consorzio di tutela riconosciuto.

focus la fotografia

Le autorizzazioni rilasciate e le imprese autorizzate dai Consorzi di tutela



12.613
autorizzazioni totali
rilasciate dai Consorzi per
prodotti trasformati

4.426
autorizzazioni attive
nel 2020 per prodotti
trasformati

1.597
imprese autorizzate
nel 2020 per prodotti
trasformati

In termini di mercato, oltre la metà dei Consorzi destina alla trasformazione tra l'1% e il 10% della produzione, mentre 1 Consorzio su 5 destina alla trasformazione oltre il 10% della produzione certificata totale e 1 Consorzio su 4 destina alla trasformazione meno dell'1%. La percentuale di quantità trasformata va però letta considerando il trend del settore. Infatti, per 1 Con-

sorzio su 2 la produzione destinata alla trasformazione è cresciuta negli ultimi 5 anni per un valore che è superiore al +5% per 1 Consorzio su 5. Questi dati confermano come il settore dei trasformati di qualità stia riscontrando sempre più successo, configurando un rapporto win win tra le parti interessate.

Ma quale percorso strategico delineare per un rapporto proficuo tra DOP IGP, industria e artigianato alimentare e quali attori coinvolgere?

La ricerca prova a fornire una lettura in chiave marketing delle strategie attuate dalle DOP IGP e di quelle potenzialmente attuabili. Lo fa introducendo il concetto di ciclo di vita della IG e del marketing mix. Una strategia efficace di utilizzo del mercato dei trasformati non può infatti prescindere dalla definizione di obiettivi strategici che dipendono molto dalla fase del ciclo di vita si trova ciascuna IG: da qui poi il giusto mix di offerta sul mercato, in termini di prodotto, comunicazione, distribuzione e prezzo. Per esempio, nella prima fase, quella di introduzione, una DOP IGP ha bisogno di definire il suo mercato in termini di consumatori, ha spesso un numero di canali distributivi limitato e necessita di una comunicazione volta ad accrescere la notorietà del prodotto stesso. Il connubio DOP IGP - industria in questa fase potrebbe permettere alla IG di acquisire notorietà grazie agli sforzi comunicativi sul prodotto trasformato e di sfruttare i canali distributivi dell'industria.

Rispetto agli attori, di sicuro essi comprendono i Consorzi di tutela e tutta la filiera DOP IGP, l'industria alimentare, i produttori artigianali e le istituzioni ma non si può prescindere dal dialogo con le comunità locali e i consumatori.

Inquadrare il campo normativo-giuridico

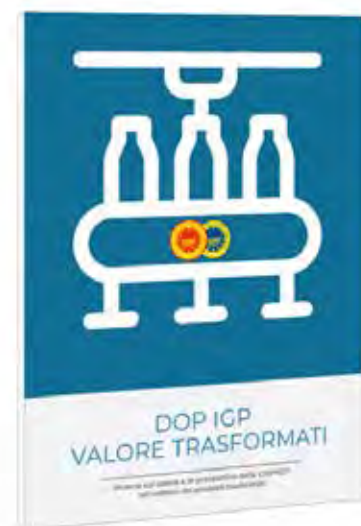
A livello europeo non esiste ad oggi una disciplina puntuale ed uniforme che regoli le condizioni per l'impiego di denominazioni registrate come DOP IGP non solo nella composizione, intesa come quantità minima di ingrediente IG che un prodotto può contenere affinché tale ingrediente sia definibile "caratterizzante", ma anche nella etichettatura, presentazione e pubblicità dei prodotti alimentari che contengono DOP IGP come ingredienti.

La normativa giuridica italiana ha introdotto l'istituto di autorizzazione per i casi più ambigui riguardo l'etichettatura di prodotti finali contenenti una DOP IGP come ingrediente. Ha inoltre elaborato criteri dettagliati sull'impiego per l'utilizzo del riferimento a una Denominazione d'Origine Protetta o a una Indicazione Geografica Protetta nell'etichettatura, nella presentazione o nella pubblicità di un prodotto composto, elaborato o trasformato, sebbene applicabili solo in mancanza di un Consorzio di tutela, ma a cui i Consorzi di tutela possono ispirarsi. Resta però incertezza giuridica sotto il profilo della composizione, delle modalità e dei parametri di utilizzo delle DOP IGP come ingredienti. Ancora una volta, un ruolo cruciale è demandato ai Consorzi di tutela che, laddove esistenti, garantiscono una effettiva protezione ai prodotti DOP IGP, cercando di superare alla mancanza di un riferimento normativo europeo. Sarà poi compito del giudice nazionale stabilire, in caso di controversia, se il Consorzio abbia agito entro i limiti della discrezionalità ad esso conferito.

L'importanza di uno studio sul settore: conoscenza come punto di partenza per una strategia di crescita

Molti Consorzi hanno compreso l'opportunità di questo settore e vi hanno indirizzato parte della produzione e degli sforzi gestionali. Esistono però dei rischi e i Consorzi sono determinanti nel far nascere esperienze di riferimento: analizzare, capire e condividere le conoscenze è la base per delineare una strategia tra DOP IGP, industria e artigianato alimentare. Le tappe proposte da Qualivita, a partire da questa ricerca, sono:

- **Acquisire** una conoscenza del settore attraverso dati, regole e procedure
- **Condividere** le esperienze e imparare dalle buone pratiche
- **Governare** le scelte conoscendo opportunità, rischi e applicando procedure adeguate
- **Avviare** un confronto, anche con le istituzioni, per impostare una strategia collettiva
- **Interagire** con l'industria come sistema all'unisono
- **Definire** un modello da portare all'attenzione del dibattito comunitario.





mercati internazionali



ITCA

ITALIAN TRADE AGENCY

ICE - Agenzia per lo sviluppo internazionale
e l'informazione all'estero delle imprese italiane

GERMANIA
agroalimentare e bevande

7,9 Mld €

Import prodotti italiani
agroalimentari 2020

17%

quota export agroalimentare
italiano destinato in Germania

3° fornitore

Ranking Italia Paesi fornitori

Alla ricerca del made in Italy

*Il 2020, la pandemia e il commercio
agroalimentare tra Italia e Germania*

a cura di Agenzia ICE Berlino

Il fenomeno ricorrente degli scaffali della pasta vuoti è stato uno di quegli episodi che hanno quasi permesso di mappare la pandemia in tempo reale, e non solo nei supermercati italiani. “L'emergenza della pasta” o “la grande sfida di logistica”, come è stata battezzata dai media in Germania, ha spinto anche i grandi distributori tedeschi a ricercare soluzioni creative. Come riportava il sito ufficiale della multinazionale tedesca Aldi, verso fine marzo del 2020 diversi treni speciali diretti hanno portato, come prima consegna, oltre 60mila pacchi di fusilli, più di 75mila pacchi di penne e 250mila confezioni di spaghetti dall'Italia a Norimberga.

A causa della pandemia alcuni prodotti a lunga conservazione hanno visto, come sappiamo, una crescita esponenziale nella domanda, ma non sono sicuramente gli unici a ricordarci l'importanza della partnership tra l'Italia e la Germania. Sebbene i due Paesi abbiano tradizionalmente mantenuto relazioni commerciali molto solide, il commercio sembra aver raggiunto livelli record proprio negli ultimi anni. Secondo i dati più recenti di Trade Data Monitor, solo in termini di importazioni il valore dei prodotti agroalimentari italiani entrati in Germania nel 2020 si aggirerebbe attorno ai 7,9 miliardi di euro: un aumento del 6% rispetto all'anno

precedente. La crescita risulta essere particolarmente significativa, essendo stata realizzata in un anno che ha visto in ginocchio un settore altrettanto importante per il commercio internazionale: il comparto HoReCa. In Germania bar, birrerie e locali serali sono stati le attività colpite più duramente, con un crollo del fatturato di circa il 50% rispetto al 2019. I dati di Destatis mettono in evidenza quanto la pandemia sia costata al settore nel suo complesso: si tratta di un calo del fatturato totale del 39% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, tenendo sempre conto della crescita iniziale nei primi due mesi dell'anno.

Nella lista “top-ten” dei Paesi fornitori, l'Italia si colloca nella terza posizione, seconda solo a interlocutori commerciali limitrofi come la Polonia e i Paesi Bassi. Allo stesso modo, la Germania ha mantenuto la sua posizione leader, riconfermandosi anche nel 2020 come il primo Paese acquirente di prodotti agroalimentari italiani, con una quota di mercato del 17%. Tra i principali prodotti richiesti dalla Germania, primeggiano il vino, le cui importazioni nel 2020 hanno superato il miliardo di euro, e i beni ortofrutticoli, con un valore di importazioni di un miliardo e mezzo. Seguono le preparazioni a base di cereali come la pasta e i prodotti lattiero-caseari, con valori che si aggirano rispettivamente intorno agli 800 e ai 900 milioni di euro.

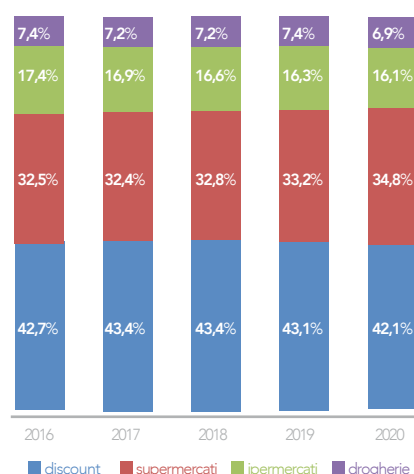
Ma quali sono le cause che hanno portato alla graduale evoluzione del trend? Alcune di loro possono essere individuate nell’“identikit” del consumatore tedesco che, tradizionalmente molto orientato al prezzo, è sempre più sensibile alle questioni etico-sociali e flessibile nell’adattarsi alle nuove tendenze. Guardando ai risultati di vari son-

daggi, la convenienza nell’acquisto si conferma comunque un elemento rilevante, tanto che nel 2020 il discount ha occupato in Germania oltre il 42% del fatturato complessivo delle vendite. Ma sono sempre più numerosi i consumatori, soprattutto i giovani, che prestano maggiore attenzione ad altri aspetti, come la qualità, l’ecosostenibilità e la provenienza del prodotto.

focus

canali di distribuzione

Quote di mercato dei principali canali di distribuzione in Germania: 2016-2020

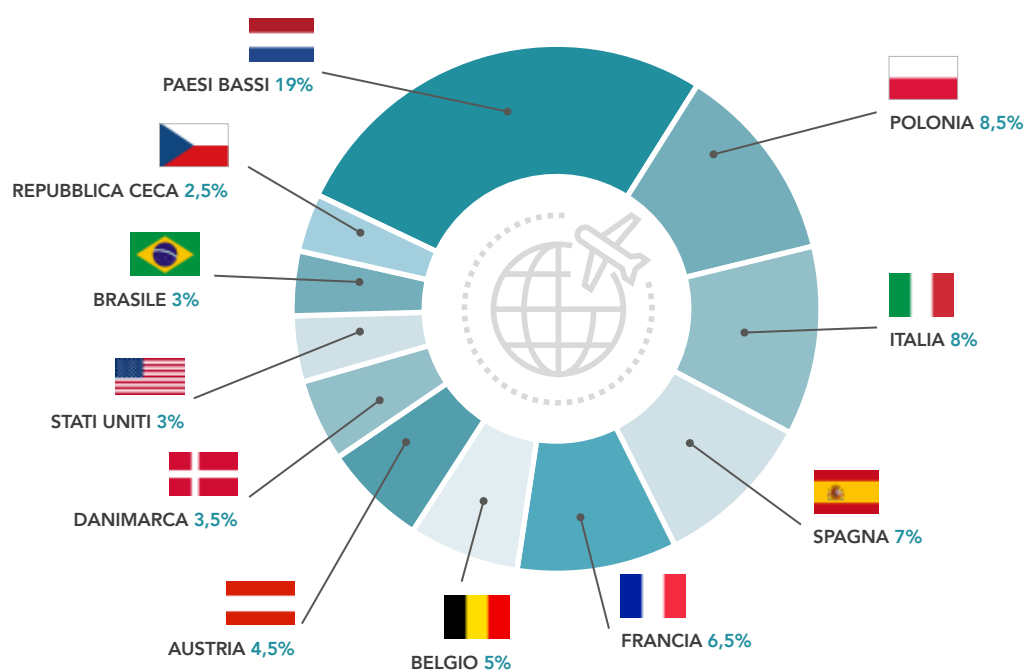


Fonte: Statista, Elaborazione ICE Berlino

Se questa “premiatizzazione” dovesse guidare le scelte dei consumatori anche nel futuro, ci si può aspettare da parte di molti un maggiore interesse per il Made-in, per le origini dei cibi e per la produzione regionale. Questa tendenza non ha spostato l’attenzione dei consumatori solo verso le specialità regionali della Germania, ma anche verso la ricerca di eccellenze di gastronomia tipica di altri Paesi o prelibatezze di piccole realtà locali, fattore che potrebbe rivelarsi determinante anche per l’Italia, Paese leader in Europa per biodiversità e qualità alimentare. A confermarlo sono i dati: il 24% dell’offerta totale di prodotti DOP e IGP commercializzati in Germania è rappresentato da prodotti italiani, secondo e-Ambrosia, il registro delle Indicazioni Geografiche dell’UE.

Gode di ottima salute anche il settore biologico, in cui quello tedesco rappresenta il più rilevante d’Europa, grazie ad un boom di vendite nel 2020 che ha fatto registrare un aumento del fatturato del 22%, per un volume di 14,9 miliardi di euro. Bisogna tenere conto che nell’anno passato la consa-

Importazioni tedesche di agroalimentare 2018-2020: quote di mercato principali 10 Paesi fornitori



Fonte: Trade Data Monitor, elaborazione ICE Berlino

pevolezza di un'alimentazione sana e sostenibile è stata accompagnata dalla necessità del consumatore di cucinare a casa in regime di lockdown duro. Anche se le vendite sono aumentate su tutti i canali, la crescita è stata comunque maggiormente concentrata negli scaffali della grande distribuzione, tra cui i negozi al dettaglio come supermercati, discount e drogherie hanno raggiunto un valore di vendite pari a 9,05 miliardi di euro, ma anche i negozi specializzati hanno visto un aumento significativo del 16%, con un valore di 3,7 miliardi.

La quota di mercato del segmento biologico sul fatturato totale del settore alimentare e bevande in Germania nel 2020 è del 6,4%: dal 2010 c'è stato dunque un incremento di 2,7 punti percentuali ed un aumento effettivo del 58%.

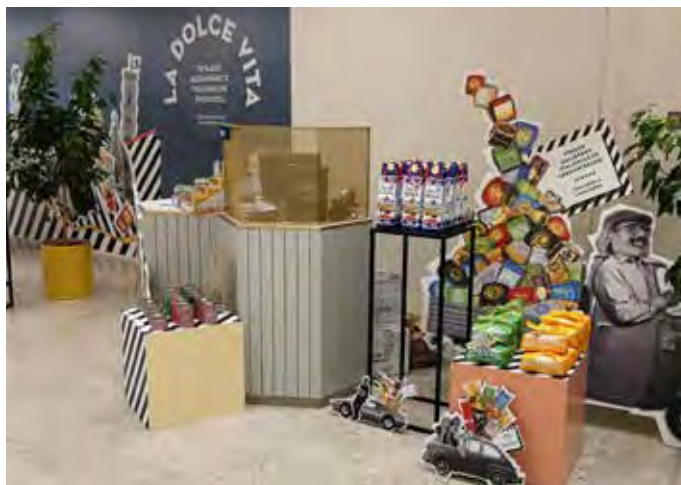
Bisogna sottolineare che anche gli intermediari dell'agroalimentare, che fanno a loro volta sia da grossisti che da dettaglianti, sono molto sensibili nel rispondere alle nuove tendenze, in quanto l'abbinamento qualità-tipicità rappresenta un fattore strategico. I big player del mercato sono coinvolti sempre più frequentemente nella realizzazione di progetti di valorizzazione delle produzioni tipiche, o nell'utilizzo di sistemi di certificazione in grado di garantire in modo sempre più "oggettivo" al consumatore finale le caratteristiche del prodotto.

Nel settore agroalimentare tedesco, le redini sono tenute da una cerchia ristretta di aziende leader: tra queste Edeka, Rewe e Aldi hanno raggiunto in termini di quota di mercato il 69% del settore. Tuttavia, ora che anche per i consumatori teutonici il concetto del "negozio più vicino" sembra essersi spostato sul canale on-line, il contesto competitivo dovrà lasciare spazio alle novità e a soluzioni digitali. La pandemia ha decisamente aumentato il fascino e la comodità dell'e-commerce anche per l'agroalimentare e le vendite su internet hanno raggiunto nel 2020 un fatturato di 2,67 miliardi di euro, traducibile in una crescita del 29% rispetto all'anno precedente. Mentre i grandi supermercati online stanno rapidamente conquistando consumatori, sono numerosi anche i siti web specializzati, dedicati a prodotti più specifici e di alta qualità: molti di loro interamente riservati alle specialità italiane.

Al servizio della comunicazione dell'eccellenza del made in Italy in Germania si conferma sempre l'Italian Trade Agency; nonostante lo scenario incerto abbia evidenziato la necessità di essere flessibili e adattarsi a nuove modalità, l'agenzia partecipa attraverso la promozione dei prodotti in fiere importanti a livello globale nel settore Food & Beverage, come l'ANUGA a Colonia, ProWein a Düsseldorf o la Biofach di Norimberga, adottando ove necessario nuove modalità di partecipazione in forma virtuale. L'agenzia ha inoltre intrapreso importanti collaborazioni con grandi attori del mercato come Edeka o il gruppo KaDeWe: quelle già in corso hanno portato degli ottimi risultati.

Campagna LA DOLCE VITA

realizzato da ICE Berlino e KaDeWe in agosto-ottobre 2020



nuove IG

I prodotti iscritti nel registro europeo delle DOP IGP STG



Al 31 maggio 2021 si contano 3.103 prodotti Cibo e Vino DOP IGP STG nei Paesi UE, che raggiungono quota 3.137 considerando anche le 34 registrazioni nei Paesi Extra-UE. In Europa vi sono 1.496 prodotti del comparto Cibo e 1.607 Vini a cui si aggiungono 239 Bevande Spiritose IG, mentre nei Paesi Extra-UE si contano 32 Cibi e 2 Vini DOP IGP a cui si aggiungono 5 Bevande Spiritose IG. Nel periodo marzo-maggio 2021 sono stati registrati 12 prodotti DOP IGP, tutti nel comparto Cibo: due di questi in Turchia (2) e uno in Sudafrica (1), mentre gli altri nove nei seguenti Paesi UE: Italia (2), Ungheria (2), Belgio (1), Cipro (1), Slovenia (1), Romania (1), Austria (1). Registrate anche due Bevande spiritose IG in Ungheria (2).

Nuovi prodotti Cibo

Nel periodo marzo-maggio 2021, oltre alle due DOP in Turchia e a quella in Sudafrica, sono stati registrati 9 prodotti: 3 DOP, 5 IGP e 1 STG. Al 31 maggio 2021 le categorie per numero di denominazioni in Europa sono Ortofrutticoli e cereali (397), Formaggi (258), Prodotti a base di carne (202), Carni fresche (168), Oli e grassi (144), Prodotti di panetteria, pasticceria, confetteria o biscotteria (101), Altri prodotti dell'allegato I del trattato (62), Altri Prodotti di origine animale (54), Pesci, molluschi, crostacei (55) e Altre categorie (57).

Escavèche de Chimay IGP - Belgio
Reg. Ue 2021/381 del 25/02/2021 - GUUE L 74 del 04/03/2021

Pistacchio di Raffadali DOP - Italia
Reg. Ue 2021/474 del 15/03/2021 - GUUE L 99 del 22/03/2021

Halloumi DOP - Cipro
Reg. Ue 2021/591 del 12/04/2021 - GUUE L 125 del 13/04/2022

Bayramiç Beyazı DOP - Turchia
Reg. Ue 2021/614 del 07/04/2021 - GUUE L 131 del 16/04/2021

Taşköprü Sarımsağı DOP - Turchia
Reg. Ue 2021/615 del 07/04/2021 - GUUE L 131 del 16/04/2021

Budaörsi Őszibarack IGP - Ungheria
Reg. Ue 2021/631 del 12/04/2021 - GUUE L 132 del 19/04/2021

Slovenska Potica STG - Slovenia
Reg. Ue 2021/656 del 21/04/2021 - GUUE L 137 del 22/04/2021

Cașcaval de Săveni IGP - Romania
Reg. Ue 2021/657 del 21/04/2021 - GUUE L 137 del 22/04/2021

Ennstaler Steirerkas DOP - Austria
Reg. Ue 2021/757 del 10/05/2021 - GUUE L 162 del 10/05/2021

Pesca di Delia IGP - Italia
Reg. Ue 2021/790 del 10/05/2021 - GUUE L 171 del 17/05/2021

Nagykun Rizs IGP - Ungheria
Reg. Ue 2021/794 del 11/05/2021 - GUUE L 174 del 18/05/2021

Rooibos / Red Bush DOP - Sudafrica
Reg. Ue 2021/865 del 28/05/2021 - GUUE L 190 del 31/05/2021



Pistacchio di Raffadali DOP



Bayramiç Beyazı DOP



Cașcaval de Săveni IGP



Pesca di Delia IGP



Rooibos / Red Bush DOP

Nuovi prodotti Bevande Spiritose

Per quanto riguarda il comparto delle Bevande Spiritose, nel periodo marzo-maggio 2021 sono state registrate due Indicazioni Geografiche in Ungheria:

Vasi Vadkörte Pálinka IG - Ungheria
Reg. Ue 2021/518 del 18/03/2021 - GUUE L 104 del 25/03/2021

Nagykunsági Szilvapálinka IG - Ungheria
Reg. Ue 2021/717 del 26/04/2021 - GUUE L 151 del 03/05/2021



Vasi Vadkörte Pálinka IG

sistema IG

Dati e novità del sistema italiano DOP IGP



Nomine nel mondo DOP IGP

In questa sezione si segnalano i Consorzi di tutela e le associazioni di riferimento del settore che nel periodo da marzo a maggio 2021 hanno rinnovato i propri organismi.

CONSORZI CIBO

David Recla (1) nuovo presidente del Consorzio Tutela Speck Alto Adige IGP; **Vito Busillo** (2), eletto presidente del neonato Consorzio di tutela della Rucola della Piana del Sele IGP; **Massimo Menna** (3) nuovo presidente del Consorzio Pasta di Gragnano IGP; **Giuseppe Ambrosi** (4), vice vicario del Consorzio di Tutela del Grana Padano è stato nominato presidente dell'EDA - European Dairy Association; **Sebastiano Fortunato** (5) eletto presidente del Consorzio Pomodoro di Pachino IGP; **Nicola Bertinelli** (6) riconfermato presidente del Consorzio Parmigiano Reggiano; **Francesco Pizzagalli** (7) confermato alla presidenza dell'Istituto Valorizzazione Salumi Italiani (IVSI).

CONSORZI VINO E BEVANDE SPIRITOSE

Gilda Fugazza (8) eletta alla presidenza del Consorzio Tutela Vini Oltrepò Pavese; **Sebastiano Caffo** (9) eletto presidente dell'Istituto Nazionale Grappa; **Silvio Dani** (10) riconfermato presidente del Consorzio di Tutela dei vini dei Colli Berici e Vicenza; **Enrico Zanoni** (11) confermato alla presidenza dell'Istituto Trento DOC; **Ugo Zamperoni** (12) riconfermato presidente del Consorzio Asolo Prosecco DOP; **Maurizio Montobbio** (13) di nuovo alla presidenza del Consorzio Tutela del Gavi; **Roberto Marcolini** (14) è il nuovo presidente del Consorzio tutela vini DOC Friuli Aquileia.

10 Maggio 2021

Rinnovato accordo tra Mipaaf- ICQRF, Origin Italia, Federdoc e il Gruppo eBay per la tutela delle Indicazioni Geografiche

Il commento di Cesare Baldrighi, presidente Origin Italia, sul rinnovato accordo tra il Mipaaf- ICQRF, Origin Italia, Federdoc e il Gruppo eBay per la tutela delle Indicazioni Geografiche sulla piattaforma e-commerce.

“Piena soddisfazione di Origin Italia per il rinnovo del protocollo siglato dal Ministero delle politiche agricole con il gruppo eBay, che ha per obiettivo la tutela delle Indicazioni Geografiche nella piattaforma e-commerce. Siamo in un periodo in cui la crescita degli acquisti digitali in Italia e nel mondo è davvero impressionante. Nel 2020 oltre 2 milioni di italiani hanno comprato prodotti alimentari online per un valore di 2,5 miliardi di euro; numeri che ci confermano la necessità di continuare ad investire nella protezione web delle nostre eccellenze. Nel ringraziare il Ministro Patuanelli e ICQRF, auspichiamo che anche gli altri portali seguano questo esempio.”

Così il presidente di Origin Italia Cesare Baldrighi sul rinnovo dell'accordo siglato oggi tra il Mipaaf- ICQRF, Origin Italia, Federdoc e il Gruppo eBay per la tutela delle Indicazioni Geografiche.

Una collaborazione nata nel 2014 per contrastare la contraffazione e proteggere i marchi di origine, che negli ultimi anni ha ottenuto risultati eccezionali.

Con il nuovo accordo, della durata di due anni, la tutela è estesa anche ai profili di etichettatura dei prodotti per verificarne la regolarità e la rispondenza alle norme comunitarie e nazionali in materia.



SENTENZA EUIPO - Il termine “Torta” è esclusivo della “Torta del Casar DOP”

L'Europa è d'accordo con la Torta del Casar DOP e stabilisce che il termine “torta” è esclusivo. L'Ufficio dell'Unione europea per la proprietà intellettuale (EUIPO) ha stabilito che il termine “torta”, in relazione ai formaggi, è esclusivo della Torta del Casar, e quindi concorda con il Consiglio di controllo in una causa avviata nel 2012, che il Tribunale dell'Unione europea è stato costretto al riesame in una sentenza del dicembre 2017.



Revisione del sistema delle IG e delle politiche di promozione UE

Si è chiusa ad aprile la consultazione pubblica aperta dalla Commissione europea per la “Revisione dei sistemi delle Indicazioni Geografiche dell'UE per i prodotti agricoli e alimentari, i vini e le bevande spiritose” per raccogliere i pareri di cittadini e organizzazioni sul potenziamento del sistema della Indicazioni Geografiche e i principali problemi da affrontare. L'iniziativa è inclusa nel programma di lavoro della Commissione per il 2021 nell'ambito delle iniziative per l'adeguatezza e l'efficacia della regolamentazione (REFIT). Ciò rientra nel Green Deal europeo.

L'iniziativa rafforzerà il sistema:

- migliorando la produzione sostenibile nell'ambito dei regimi;
- migliorando l'applicazione della normativa;
- conferendo potere alle associazioni dei produttori;
- riducendo i furti via Internet;
- adattando meglio i regimi ai produttori di tutte le regioni dell'UE;
- riesaminando le modalità per promuovere e proteggere i cibi tradizionali dell'UE;
- accelerando le procedure di registrazione.

In chiusura a giugno la fase di consultazione pubblica da parte della Commissione per la revisione della politica di promozione all'interno e all'esterno dell'UE, in applicazione nel primo trimestre 2022. La Commissione ha condotto una revisione della politica per accrescerne il contributo ad una produzione e un consumo sostenibili e in linea con il passaggio a una dieta maggiormente basata sui cibi vegetali, con meno carni rosse e trasformate e più frutta e verdura.

normativa IG

Le principali novità normative comunitarie e nazionali da marzo a maggio 2021



Legislazione europea

RICHIESTA MODIFICA DISCIPLINARI

Marrone di Castel del Rio IGP - Pubblicazione di una domanda di modifica ai sensi dell'articolo 50, paragrafo 2, lettera a), del regolamento (UE) n. 1151/2012 del Parlamento europeo e del Consiglio sui regimi di qualità dei prodotti agricoli e alimentari Marrone di Castel del Rio IGP – Classe 1.6. Ortofrutticoli e cereali, freschi o trasformati - GUUE C 193 del 20/05/2021



APPROVAZIONE MODIFICA DISCIPLINARI

Stelvio DOP/ Stilsfer DOP - Approvazione di una modifica non minore del disciplinare di un nome iscritto nel registro delle denominazioni di origine protette e delle Indicazioni Geografiche Protette Stelvio DOP/ Stilsfer DOP – Classe 1.3 Formaggi - GUUE L 125 del 13/04/2021



Legislazione italiana

PROTEZIONI TRANSITORIE

Olio di Roma IGP - Protezione transitoria accordata a livello nazionale alla denominazione Olio di Roma IGP per la quale è stata inviata istanza alla Commissione europea per la registrazione come Indicazione Geografica Protetta. - GURI n. 99 del 26/04/2021



CONSORZI DI TUTELA

CONFERMA INCARICO

Consorzio di tutela dell'olio extravergine di oliva Laghi lombardi DOP
Consorzio di tutela vini di Cagliari
Consorzio tutela vini della Maremma Toscana
Consorzio dei vini Gioia del Colle DOC
Consorzio volontario di tutela e valorizzazione del vino DOC Nardò
Consorzio tutela vini DOC Colli del Trasimeno
Consorzio tutela Ovada DOCG
Consorzio tutela formaggio Castelmagno DOP
Consorzio volontario per la tutela dei Vini Etna con DOC



RICONOSCIMENTO CONSORZIO

Consorzio per la tutela dei vini DOP e IGP Colli di Luni, Cinque Terre, Colline di Levante e Liguria di Levante
Consorzio di tutela e valorizzazione delle viti e del vino DOC Bivongi



APPROVAZIONE MODIFICHE STATUTO

Consorzio di tutela del Capocollo di Calabria DOP e della Pancetta di Calabria DOP

REVOCA RICONOSCIMENTO

Consorzio di tutela del Cannonau di Sardegna





Q fondazione QUALIVITA

www.qualivita.it - www.qualigeo.eu

