



consortium



BURRATA DI ANDRIA IGP

un consorzio che rafforza le IG del sud

CONSORZIO TUTELA LAMBRUSCO

nasce la nuova wine valley emiliana



Regione

Emilia-Romagna



Speciale

#decalogoDOP



Libreria dello Stato
BZS SpA





COESIONE, COOPERAZIONE E COLLABORAZIONE

La strada delle IG italiane per affrontare la ripartenza

Mauro Rosati -  @qualigeo

Direttore Editoriale Consortium



In questo periodo di crisi economica mondiale determinata dalla pandemia Covid-19, abbiamo voluto raccontare nel nostro magazine due storie del settore agroalimentare italiano che dimostrano come, anche in periodi difficili, si possano ottenere dei risultati positivi utilizzando le giuste strategie. La prima storia riguarda il Consorzio di tutela della **Burrata di Andria IGP** che, in un periodo piuttosto breve, grazie al riconoscimento IGP è riuscito a dare impulso allo sviluppo di questo prodotto nei mercati nazionali ed internazionali andando ad affermarsi **fra i simbolo alimentare e culturale nel paniere dei prodotti del sud** con una importante crescita economica; la seconda, invece, è il racconto di una **fusione fra tre enti consortili** che in nome del **Lambrusco** si sono riuniti diventando **la seconda realtà vitivinicola italiana** dopo il Prosecco, una sinergia per rivolgersi in modo coeso al mercato valorizzando le singole denominazioni. Da più parti è stato evidenziato che **le crisi si superano se si mettono in atto strumenti che favoriscono la coesione, la cooperazione e la collaborazione** fra imprese. Le Indicazioni Geografiche, e in particolare i Consorzi di tutela, si sono dimostrati strumenti unici per facilitare queste finalità e i casi riportati in questo numero di Consortium, sono due esempi che, già confermano i primi numeri, saranno dei motori di sviluppo economico importanti per i territori di riferimento.

Abbiamo inoltre iniziato ad approfondire due tematiche strategiche per i prodotti DOP I IGP: turismo enogastronomico in chiave green e Grande Distribuzione Organizzata.

Nelle esperienze turistiche nate in questa estate sotto la spinta delle “vacanze in sicurezza”, **le aziende e i Consorzi si sono fatti protagonisti di proposte e iniziative innovative** che hanno destato l'interesse di moltissimi viaggiatori. In questa ottica si potrà nel futuro, se i territori saranno capaci di interpretare al meglio questa tendenza, anche pensare di riannimare zone del nostro Paese abbandonate ri-costruendo attività produttive agroalimentari e ri-popolando borghi attraverso un'ospitalità diffusa e sicura.

Uno degli aspetti commerciali che si è evidenziato di più durante il lockdown, è l'importanza del canale delle Grande Distribuzione per il comparto alimentare: la crisi ha infatti colpito in modo più forte i produttori specializzati nell'Horeca e sulle esportazioni, mentre ha avuto effetti meno gravi per chi ha avuto la possibilità di diversificare i canali di distribuzione anche con la GDO. E se è vero che per le imprese di prodotti DOP IGP **il rapporto con la grande distribuzione è sempre stato piuttosto controverso** – con evidenti opportunità in termini di volumi e di diffusione della conoscenza, ma con regole che non sempre trovano riscontro con le peculiarità produttive delle filiere certificate – è altrettanto vero che oggi per i prodotti a qualità certificata, anche per le realtà più piccole, **si iniziano ad intravedere spazi adeguati di valorizzazione nel canale GDO** che possono rivelarsi fondamentali.

Il periodo che stiamo affrontando è indiscutibilmente difficile, con scenari incerti e prospettive mutevoli. Una volta di più, il tessuto produttivo e dei Consorzi è chiamato a **fronteggiare nuove sfide**, per cogliere tutte le possibili opportunità che il cambiamento porta con sé. Saranno necessarie **azioni coordinate**, sostenute da opportune politiche di supporto, per stimolare lo sviluppo del settore su nuove priorità. Quello di cui siamo certi, e le esperienze che abbiamo raccontato lo dimostrano, è che l'agroalimentare italiano DOP IGP ha tutte le caratteristiche per poter tracciare **una nuova strada di successo** ad una sola condizione: **la salvaguardia del ruolo e dell'autonomia dei Consorzi**, che dovranno continuare ad essere ben strutturati per svolgere adeguatamente le attività di loro competenza. Spetta alle imprese ed alle istituzioni investire su questo obiettivo.



consortium

Tutela e valorizzazione delle Indicazioni Geografiche Italiane

Anno III - N. 8 luglio - settembre 2020
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 27.06.2018

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 Settembre 2020

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



© 2020 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 - REGIONE EMILIA-ROMAGNA
Intervista a Alessio Mammi
Assessore Regionale Agricoltura **04**

Consorzio per la Tutela e la Valorizzazione
della Burrata di Andria IGP **06**

Consorzio tutela
Lambrusco **10**

La frutta estiva
DOP IGP **14**

AREFLH
La voce delle regioni che
producono ortofrutta **22**





brusco

10



#fruttaig

14



#icecanada

24

Mercati Internazionali
Canada, un mercato che cresce e ricerca la qualità **24**

CSQA
Mele, progetto sostenibilità per oltre 10.000 aziende **44**

#decalogoDOP
per la rete di comunicazione istituzionale dei Consorzi **27**

fior fiore Coop
Certificazione e qualità nella Gdo **46**

GRAPPA IG
L'importanza di un Consorzio riconosciuto per il settore **30**

Osservatorio Qualivita
Nuove IG **50**

Ambasciatori del Gusto
Le nuove frontiere della ristorazione italiana **34**

Osservatorio Qualivita
Sistema IG **52**

TurismoDOP
Il turismo enogastronomico nell'epoca post Covid-19 **36**

Osservatorio Qualivita
Normativa IG **54**



ig

30



#turismodop

36



#valorizzazioneig

46

Emilia-Romagna punta su identità, reputazione ed export #MadeinER

Intervista ad Alessio Mammi, Assessore all'agricoltura dell'Emilia-Romagna, che racconta a Consortium le sfide future di una regione leader nel comparto agroalimentare e vitivinicolo DOP IGP

L'Emilia-Romagna è una delle regioni italiane leader nei prodotti agroalimentari e vitivinicoli di qualità, con il primato europeo nelle specialità del Food, ben 44 tra DOP IGP.

Quali programmi state portando avanti per consolidare questa leadership?

Dal Parmigiano Reggiano DOP al Prosciutto di Parma DOP, dall'Aceto Balsamico al Lambrusco e ai salumi, sono tanti i prodotti di qualità dell'Emilia-Romagna apprezzati sui mercati nazionali e internazionali. Un panorama che fa della nostra regione una delle capitali mondiali del gusto, dove il sistema delle imprese agroalimentari punta sempre più su internazionalizzazione ed export. A seguito degli effetti dell'emergenza Covid-19, che ha rallentato in maniera considerevole le esportazioni, e in considerazione del mutato quadro internazionale, occorre intervenire prontamente con progetti di rilancio a favore delle imprese e del sistema agroalimentare.

In che modo e con quali strumenti pensate di farlo?

Promuovere il made in Emilia-Romagna agroalimentare all'estero, anche attraverso la collaborazione di chef di fama, significa rafforzare la nostra presenza sui mercati stranieri e conquistarne di nuovi. Un'azione di ampio respiro che si inserisce in un piano di internazionalizzazione che investe sempre di più in un settore cruciale per l'economia regionale e per la quale sarà necessario adeguare i servizi di accompagnamento e orientamento all'export ai nuovi modelli di business e al nuovo scenario internazionale, accelerando i processi di digitalizzazione. In particolare per quanto riguarda il settore vitivi-

nicolo la promozione sui mercati extra-UE passerà anche attraverso il bando finanziato dalla Regione con 6 milioni di euro nell'ambito dell'Ocm vino.

Quali le altre iniziative in corso?

Stiamo lavorando al progetto #MadeinER, per la promozione e internazionalizzazione dell'agroalimentare e del turismo enogastronomico di qualità, per rafforzare l'identità e la reputazione del brand Emilia-Romagna, anche attraverso portali web e app dedicate. Un'articolata strategia che consente la messa a sistema degli interventi della Regione, con il supporto di Art-Er, Unioncamere regionale, Apt Servizi, Unioncamere italiana, Ministero dello Sviluppo economico, Istituto per il commercio estero, Assocamerestero e Camere di commercio italiane all'estero.

Quali sono i Paesi interessati?

In Germania già dalle prossime settimane sono previste attività di promozione che comprendono masterclass online per raccontare a un pubblico settoriale i nostri prodotti DOP e IGP, seguita da una settimana - dal 16 al 23 settembre - all'insegna della gastronomia made in Emilia-Romagna con il network di ristoranti italiani della zona Rhein-Main-Necker. Sono poi previsti un concorso, uno show-cooking e due eventi di promozione dei prodotti e dei vini emiliano-romagnoli a qualità regolamentata presso il ristorante InCantina dell'Enoteca regionale dell'Emilia-Romagna a Francoforte, durante la Settimana della cucina italiana nel mondo. Le iniziative proseguiranno durante tutto il mese di ottobre 2020.





Alessio Mammi,
Assessore Regionale
all'Agricoltura



Altri mercati da conquistare nel mirino?

In Canada, da settembre fino a novembre, il piano si svilupperà in partnership con la Camera di commercio italiana, per rafforzare le azioni portate avanti nel corso degli ultimi tre anni. Nelle Province del Québec e della British Columbia il programma si svolge in sinergia con Unioncamere Emilia-Romagna e ministero degli Esteri. Infine, nell'ambito della promozione digitale, è prevista la mappatura delle potenzialità di e-commerce delle nostre specialità sul mercato canadese.

Come Regione fate parte di Arepo, la rete europea dei prodotti a Denominazione d'Origine: quali gli obiettivi?

Attraverso Arepo, alla quale aderiscono le Regioni europee più impegnate nella valorizzazione e nella tutela delle DOP e IGP, nonché gruppi di produttori, si possono perseguire almeno tre obiettivi: partecipare ad un tavolo di confronto che permette lo scambio di esperienze e l'acquisizione di informazioni su criticità, ma anche vantaggi delle produzioni a qualità. Inoltre in questo modo possiamo seguire più da vicino le attività preparatorie delle decisioni UE, attraverso i contatti che i funzionari di Arepo mantengono con le istituzioni europee e la partecipazione alle riunioni dei gruppi di lavoro. Infine possiamo intervenire come portatori di interessi, cercando di determinare nelle decisioni comunitarie orientamenti utili per raggiungere gli obiettivi di valorizzazione e tutela delle produzioni di qualità, ad esempio cercando di assicurare a questo comparto un'adeguata attenzione nell'ambito della PAC (Politica Agricola Comunitaria).

La chiusura del canale Horeca durante il lockdown ha avuto pesanti ricadute anche sulle imprese agroalimentari. Come state facendo per dare sostegno ai settori più in difficoltà?

La pandemia mondiale ha inciso sulle nostre vite private, sull'economia, sugli spostamenti, in tutto il mondo e anche l'agricoltura ha risentito di questo tremendo vortice. In particolare il blocco dell'Horeca ha impattato con forza sulla vendita di nostri prodotti come salumi, Parmigiano Reggiano DOP e ortofrutta. Il lockdown ha poi bloccato le attività di agriturismi e fattorie didattiche, i mercati agricoli, il mercato ittico si è in parte fermato. Noi però

siamo sempre stati al fianco degli agricoltori, per velocizzare i pagamenti, prorogare le scadenze dei bandi e per semplificare qualche procedimento amministrativo. In tutto sono più di 550 i milioni di euro che, dall'autunno 2019 al 30 giugno 2020 la Regione ha stanziato a sostegno del sistema agroalimentare: una cifra pari a oltre l'84% del valore finanziario annuale, erogata in poco più di otto mesi. Risorse che sono andate a circa 42.000 beneficiari tra aziende agricole, imprese agroindustriali, organizzazioni di produttori, enti di ricerca. Per rafforzare le ordinarie risorse della Pac la Regione ha recentemente stanziato altri 23,7 milioni di euro. Sono inoltre in arrivo altri finanziamenti per la promozione dei prodotti DOP e IGP.

DOP e IGP in Emilia-Romagna

In Emilia-Romagna si producono 44 DOP IGP del comparto Food: è il numero più alto in Italia e in Europa, e corrisponde a circa il 15% delle Indicazioni Geografiche (IG). Inoltre si producono 30 etichette DOP IGP del comparto vinicolo. Il valore alla produzione è stato stimato in circa 3,4 miliardi di euro (Rapporto Ismea-Qualivita 2019), di cui oltre 3 per le IG alimentari. L'Emilia-Romagna è la prima Regione italiana per impatto economico dei prodotti DOP IGP, con il 41% del valore complessivo. Comprendendo anche i vini, è la seconda Regione per valore.

Le province di Parma, Modena e Reggio Emilia sono rispettivamente la 1°, 2°, e 3° provincia per valore alla produzione delle DOP IGP alimentari. Inoltre Parmigiano Reggiano DOP, Prosciutto di Parma DOP, Aceto balsamico di Modena IGP e Mortadella Bologna IGP sono stabilmente nella top ten dei prodotti italiani a marchio UE per valore alla produzione. Queste quattro specialità insieme totalizzano il 96% del valore alla produzione di tutti i prodotti DOP IGP dell'Emilia-Romagna.

Il comparto delle DOP IGP alimentari dell'Emilia-Romagna comprende più di 6.200 aziende, circa il 70% nelle categorie formaggi, ortofrutticoli e cereali. Per le DOP IGP dei vini si contano oltre 9.500 operatori.

Per approfondire



<https://agricoltura.regione.emilia-romagna.it>

La Burrata di Andria IGP un nuovo prodotto simbolo del made in Italy

La Burrata di Andria grazie al riconoscimento IGP sempre più apprezzata e richiesta dai grandi chef dei ristoranti stellati di tutto il mondo



La Burrata di Andria nasce agli inizi degli anni '30 del secolo scorso. Si racconta che a causa di una forte nevicata, il casaro andriese Lorenzo Bianchino, impossibilitato nel portare il latte dalle pendici di Castel del Monte fino alla città di Andria, per non sprecarlo dovette trasformarlo. Fu così che Bianchino creò un sacchetto fatto di pasta filata e lo riempì con degli sfilacci della stessa pasta immersi nella panna che naturalmente affiorava dal latte. Nel febbraio 2017 si è costituito il Consorzio di tutela della Burrata di Andria IGP con lo scopo di valorizzare e promuovere il prodotto a marchio d'origine poi riconosciuto dal Mipaaf nel maggio 2018. Consortium ha intervistato il coordinatore del Consorzio Francesco Mennea e il presidente Salvatore Montrone per capire le scelte che si stanno mettendo in atto per la valorizzazione di questa eccellenza italiana.

Il coordinatore Francesco Mennea "il Consorzio è lo strumento principale per far diventare il nostro prodotto uno dei più importanti simboli alimentari e culturali del sud Italia"

a cura della Redazione

La Burrata di Andria IGP è una denominazione abbastanza recente. Cosa è cambiato da quando il prodotto ha ottenuto l'IGP nel 2016?

La necessità di tutelare la Burrata di Andria nasce dalla volontà di difendere la nostra eccellenza dalle continue imitazioni anche all'estero ed impedire che l'originale Burrata, quella di Andria, venga sminuita e finisca nell'oblio della volgarizzazione a causa dell'uso improprio del termine generico burrata. Oggi, attraverso i loghi IGP, è possibile indicare al consumatore di tutto il mondo qual è il prodotto originale.

Qual è il mercato principale della Burrata di Andria IGP e quali sono i vostri obiettivi?

Il suo principale mercato è l'Italia ma la Burrata di Andria IGP nasce con una grande vocazione per i mercati esteri. Obiettivo del Consorzio di Tutela della Burrata di Andria IGP è ottenere la globalizzazione (diffusione globale e contemporanea difesa dell'originalità della nostra cultura produttiva: la Burrata di Andria IGP non può essere un prodotto di massa o diventare una commodity), preservandone artigianalità, freschezza e qualità. Il Consorzio vede oggi finanziato un progetto di Valorizzazione della Burrata di Andria IGP attraverso l'individuazione di strategie per prolungarne la shelf life oltre a sondare nuovi terreni come l'inserimento nelle preparazioni alimentari (pasta ripiena, pizza, hamburger, dolci, ecc.).

La grande distribuzione ha la giusta attenzione verso la Burrata di Andria IGP?

Attualmente la GDO in Italia assorbe circa il 70% della produzione, mentre all'estero le richieste provengono soprattutto dalla ristorazione e da venditori specializzati. Riteniamo che ci siano ampi margini di crescita sia in Italia che all'estero visto che siamo da pochissimo tempo sul mercato con la produzione a marchio e non ancora presenti in tutte le catene di distribuzione italiane ed estere ma confidiamo nella elevata capacità distintiva della Burrata di Andria IGP rispetto ai prodotti generici.

In materia di comunicazione quali sono le prossime strategie del Consorzio? Che scelte fate in questo senso?

La nascita del Consorzio di tutela ha rappresentato un punto di svolta per la comunicazione del prodotto. Dalla creazione del sito internet www.burrata-diandria.it e relative pagine social Facebook, Twitter, Instagram, alla partecipazione a Fiere ed eventi locali, nazionali ed internazionali, alla gestione della comunicazione dei vari eventi televisivi che di volta in volta hanno coinvolto la Burrata di Andria IGP, è stato portato avanti un grande lavoro cui cercheremo di dare sempre maggiore impulso.



Salvatore Montrone,
presidente del Consorzio



Francesco Mennea,
coordinatore del Consorzio

Quanto è importante il legame del prodotto con il territorio?

Per noi la Burrata di Andria IGP è l'espressione agroalimentare più alta e rappresentativa della Puglia, esempio della capacità di fare di necessità virtù, di come il sapere e la cultura di un territorio arrivino non solo a risolvere un problema ma addirittura a creare un'eccellenza che non è solo gastronomica ma soprattutto culturale, capace di rappresentare un intero territorio, i suoi valori, la sua storia e i suoi abitanti. L'IGP significa per noi mantenere le tradizioni, difendere la biodiversità delle produzioni alimentari, tutelare il territorio.

Cosa manca al mondo delle DOP IGP per consolidare la fama mondiale delle eccellenze alimentari italiane?

Occorrerà investire sempre di più nella comunicazione nazionale ed estera delle produzioni DOP IGP, ma prima ancora si dovrà consolidare il loro valore intrinseco, bisognerà elevarle da eccellenze alimentari a eccellenze culturali del nostro Paese: questo potrà avvenire solo con il riconoscimento giuridico di bene culturale immateriale dei disciplinari di produzione e solo se noi per primi saremo convinti che stiamo offrendo non dei prodotti alimentari ma la stessa nostra cultura, il nostro territorio, la nostra storia. Solo allora convinceremo i consumatori di tutto il mondo che mangiare l'eccellenza italiana significa sentirsi italiani.

L'emergenza Covid-19 quanto ha penalizzato le vostre aziende? Avete già avvertito la ripresa del canale Horeca?

La crisi ha colpito duramente i produttori e la gravità dei danni è dipesa nel nostro caso dalla capacità di diversificare i canali di distribuzione, per cui chi si è specializzato nel canale Horeca piuttosto che sulle esportazioni ha sofferto di più rispetto a chi ha diversificato con la DO e GDO. Oggi ci sono dei primi segnali positivi con richieste provenienti dall'estero, come Dubai e Corea del Sud.

Il presidente Salvatore Montrone "la lavorazione prima dell'alba è il segreto che permette alla Burrata di Andria di essere nei menù di prestigiosi ristoranti nel mondo"

Come è possibile che un prodotto che deve essere consumato freschissimo, possa essere proposto in luoghi così lontani dal territorio di produzione?

La Burrata di Andria IGP ha una shelf life media di 10 giorni circa per poterla far arrivare sulle tavole più fresca possibile, la lavorazione avviene in piena notte per far partire le spedizioni prima dell'alba; un sacrificio enorme che però viene ripagato dall'apprezzamento dei consumatori di tutto il mondo. Proprio la shelf life breve, da debolezza diventa punto di forza nell'alta ristorazione di mercati lontani come New York, Shanghai, Tokio. Diventa esclusivo poter proporre in menù la Burrata di Andria IGP, prodotto che va consumato freschissimo, che dal luogo d'origine giunge fino all'altro capo del mondo. Attualmente i mercati extra-UE sono raggiungibili solo con spedizioni aeree, con costi di trasporto elevati, mentre i mercati europei sono raggiungibili solo su "gomma", con relativi tempi lunghi di consegna, perché di fatto in Europa, manca una rete di trasporto aereo per i prodotti agroalimentari freschi. Da qui il paradosso che magari si riesce a consegnare prima in Giappone che in Belgio o Spagna, con prezzi elevatissimi nel primo caso o riducendo la vita utile nel secondo. La gestione del prodotto per i mercati esteri è difficile e complessa. Ma dobbiamo cercare di risolvere questi problemi per ampliare l'export. Fortunatamente l'alta ristorazione ha consentito alla Burrata di Andria IGP di farsi apprezzare e riconoscere in tutto il mondo, lo verificiamo ogni volta che partecipiamo a eventi di promozione in Italia e all'estero e grazie al continuo interesse di televisioni straniere.



Consorzio per la Tutela e la Valorizzazione della Burrata di Andria IGP

Contrada Barba d'Angelo, 55/57
76123 Andria (BT)
www.burratadiandria.it
consorzio@burratadiandria.it

#burratadiandriaigp

Vai alla scheda prodotto



Nel novembre 2016 la Burrata di Andria è stata riconosciuta dall'Unione Europea prodotto a Indicazione Geografica Protetta. Nel febbraio 2017 si è costituito il Consorzio di tutela della Burrata di Andria IGP con lo scopo di valorizzare e promuovere il prodotto a marchio d'origine. Da maggio 2018 il Consorzio di tutela è stato riconosciuto dal Mipaaf e svolge tutte le funzioni ad esso attribuite per legge, al fine di tutelare il prodotto da frodi e imitazioni, oltre alle già avviate attività di

promozione e valorizzazione della Burrata di Andria IGP. Ogni fase del processo produttivo della Burrata di Andria IGP viene monitorata e documentata garantendone sempre la tracciabilità e il rispetto del disciplinare di produzione. Simbolo della Puglia in Italia e nel mondo, la Burrata di Andria IGP è un prodotto dal sapore unico, sinonimo di storia e di freschezza; il nome Burrata le è stato attribuito per richiamare il sapore "burroso" del suo cuore e non perché il suo ripieno sia arricchito di burro.

Burrata di Andria IGP - I principali numeri del Consorzio



Fonte: Consorzio di tutela

Rafforzare il connubio fra IG e cultura

La capacità di far di necessità virtù da cui nasce anche Burrata di Andria IGP è il talento tutto italiano che oggi bisognerà utilizzare per concepire le strategie di ripresa. Richiamando il precedente concetto evolutivo dei

disciplinari dei prodotti a marchio d'origine quali beni culturali immateriali si potrebbe attuare una strategia comunicativa che prevede la stretta connessione tra "Cibo e Cultura" del Belpaese. Unire dunque l'immenso patrimonio storico culturale italiano, unico al mondo, primo per numero di beni UNESCO, con l'immenso

patrimonio enogastronomico, anch'esso unico al mondo per numeri e qualità. Due facce della stessa medaglia visto che da storia, ambiente, cultura, valori del nostro Paese nascono le eccellenze alimentari oggi riconosciute dall'Unione Europea con i marchi DOP IGP.



Una fusione per rafforzare l'identità del Lambrusco



Dal 2021 il Consorzio Tutela Lambrusco, fusione di tre enti, sarà la seconda realtà consortile più grande in Italia con 44 milioni di bottiglie certificate

Un solo ente per rivolgersi in modo coeso al mercato, valorizzare le singole denominazioni e consolidare la Wine Valley emiliana

a cura della Redazione

A fine giugno 2020 i Consigli di Amministrazione del Consorzio Tutela del Lambrusco di Modena, del Consorzio per la Tutela e la Promozione dei Vini DOP Reggiano e Colli di Scandiano e Canossa e del Consorzio di Tutela Vini del Reno D.O.C., hanno espresso parere favorevole per la nascita di un unico grande soggetto: il Consorzio Tutela Lambrusco.

Consortium ha intervistato Giacomo Savorini, direttore dei Consorzi che oggi tutelano il vino Lambrusco, per approfondire il percorso che porterà alla nascita del Consorzio, tra Modena e Reggio Emilia, in grado di rappresentare e valorizzare le tante denominazioni di origine di uno dei più

popolari e famosi vini italiani nel mondo.

Direttore Savorini, la nascita di un unico grande Consorzio del Lambrusco sta finalmente diventando realtà, perché questa scelta?

Il Lambrusco è indubbiamente, nei numeri, uno dei vini immagine dell'Italia. È un grande universo rappresentato da differenti vitigni, territori e colori. Questa diversità, che ci contraddistingue e rappresenta, dobbiamo trasformarla anche in una grande ricchezza per tutti i produttori che contribuiscono a renderla viva ogni giorno. Penso che questo primo passo verso un unico soggetto consortile a tutela del Lambrusco a Denominazione di Origine Controllata ci consenta di poter raggiungere, finalmente, l'obiettivo di poterci rivolgere, agli occhi del consumatore finale, in modo coeso e uniforme, valorizzando ancora meglio le singole ricchezze delle diverse denominazioni.

Qual è stato storicamente il ruolo ricoperto dalla viticoltura nel territorio compreso tra Modena e Reggio Emilia?

I Consorzi di tutela del Lambrusco di Modena e Reggio Emilia nascono tra il 1961 e il 1972 grazie all'intento di numerosi vitivinicoltori di fare squadra, unendo le forze con l'obiettivo di tutelare e valorizzare i vini del proprio territorio. Oltre 16.000 ettari di superficie vitata, la presenza dell'azienda vinicola più antica della regione Emilia-Romagna e della cantina sociale più antica d'Italia tuttora in attività. Sono solo alcuni dei tanti aspetti che evidenziano il ruolo fondamentale che tra Modena e Reggio Emilia riveste la vitivinicoltura. Non è un caso, quindi, che ben cinque cantine sociali abbiano festeggiato il centenario della loro fondazione all'interno di un territorio dove la parola Lambrusco è sinonimo di vino, anzi, di vino a Denominazione di Origine Controllata.

Quali sono le diverse realtà Consortili del territorio che hanno scelto di unirsi?

I due Consorzi di tutela del Lambrusco di Modena e Reggiano e Colli di Scansano e Canossa rappresentano sei Denominazioni di Origine tutelate: il Lambrusco Grasparossa di Castelvetro DOP coltivato nella zona pedecollinare a sud



Giacomo Savorini, direttore dei Consorzi a tutela del vino Lambrusco



Manzi: “Sinergia, chiave strategica per la promozione”



“È insito nella condotta dell’*enoteca* Regionale dell’Emilia-Romagna fare rete, mettere a sistema azioni condivise e perseguire obiettivi comuni” commenta Ambrogio Manzi, direttore dell’ente regionale che vanta un’ampia esperienza in progettualità e azioni di promozione finalizzate a elevare l’immagine e la qualità del vino emiliano-romagnolo. “Per questo non possiamo che approvare la nascita del Consorzio Tutela Lambrusco, un passo importante per rivolgersi al mercato in modo più efficace e coeso, una sinergia che può rilevarsi davvero strategica per la valorizzazione di uno dei prodotti simbolo della nostra regione. Come *Enoteca* siamo pronti a offrire il nostro supporto operativo a sostegno di una realtà così rilevante per il settore vinicolo e per tutto il territorio”.

della Via Emilia, il Lambrusco di Sorbara DOP che trova la sua zona di origine nella medio-pianura tra i fiumi Secchia e Panaro, e il Lambrusco Salamino di Santa Croce DOP prodotto nelle terre argillose della bassa pianura modenese. Queste tre Denominazioni celebrano quest’anno il 50° anniversario del riconoscimento della DOC, ottenuto il 1° maggio 1970 e rappresentano, quindi, alcune delle più storiche denominazioni d’Italia. A queste bisogna aggiungere la più recente Modena DOP o di Modena DOP che raggruppa l’intero areale della provincia modenese, il Reggiano DOP nel vicino territorio della provincia di Reggio-Emilia e, infine, il Colli di Scandiano e di Canossa DOP che ha origine nella zona pedecollinare. Per superare le sfide che si presentano tutti i giorni, il “Consorzio di Tutela del Lambrusco di Modena”, il “Consorzio per la Tutela e la Promozione dei vini DOP Reggiano e Colli di Scandiano e di Canossa” e il “Consorzio di Tutela Vini del Reno D.O.C.” stanno ultimando uno storico e importante progetto di fusione, unendosi in un unico ente capace di ottimizzare forze e risorse.

Dal 2021 quindi ci sarà un unico Consorzio di tutela Lambrusco?

Sì, il nuovo Consorzio Tutela Lambrusco rappresenterà circa 1,3 milioni di quintali d’uva, per la

stragrande maggioranza di Lambrusco, anche se includerà altri vitigni, diventando così il secondo Consorzio vinicolo più grande in Italia. I primi due Consorzi collaborano ormai da qualche anno in attività di promozione a livello nazionale e internazionale, con la presenza, ad esempio, di un unico stand a manifestazioni di importanza internazionale come Vinitaly e Prowein, o ancora a eventi informativi e formativi in USA e Canada, e partecipano a bandi comunitari europei o regionali.

L’obiettivo è unico e condiviso: consolidare sempre più il brand Lambrusco. Ora si tratta di fare un ulteriore passo in avanti per condividere in tre le strategie di comunicazione e i progetti di promozione internazionale che ci consentiranno di valorizzare le nostre denominazioni sia in Italia che nel mondo. È un’operazione che guarda al futuro, per parlare l’unica lingua del Lambrusco.

Ma l’acronimo DOP vicino a Lambrusco quale obiettivo cerca di raggiungere e cosa intende comunicare?

Semplice: alcuni vini hanno più cose da raccontare rispetto ad altri. Cosa ancora più semplice: da dove provengono, come vengono lavorati, quali sono caratteristiche e peculiarità che li differenziano. Si tratta di un atto di lealtà e di trasparenza nei confronti del consumatore da parte di tutti i produttori.



Consorzio Tutela del Lambrusco di Modena
Via Virgilio, 55 - 41125 Modena
www.tutelalambrusco.it
info@tutelalambrusco.it



@lambruscovalley

Il Consorzio Tutela del Lambrusco di Modena è un'associazione interprofessionale di categoria senza scopo di lucro per la tutela, la valorizzazione e la cura generale degli interessi relativi alle Denominazioni di Origine Controllata Lambrusco di Sorbara DOP, Lambrusco Salamino di Santa Croce DOP, Lambrusco Grasparossa di Castelvetro DOP e Modena DOP.



Consorzio per la Tutela dei Vini Reggiano e Colli di Scandiano e di Canossa
Via Crispi, 3 (Palazzo Scaruffi)
42121 Reggio Emilia
www.vinireggiani.it
vinireggiani@legalmail.it

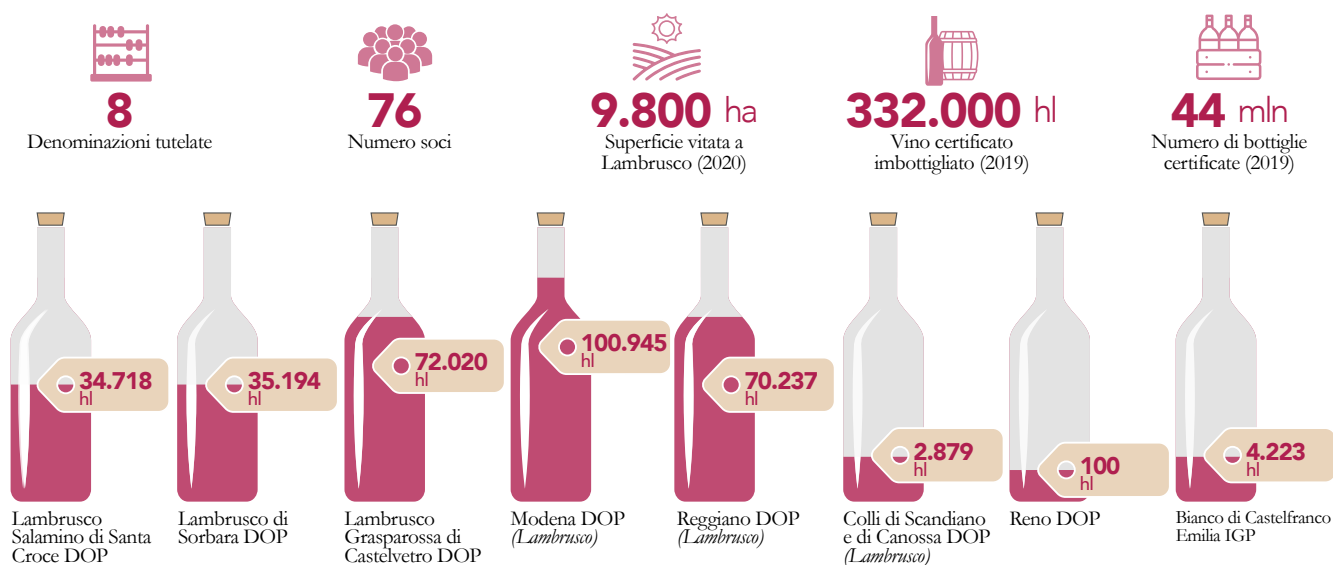
Il Consorzio per la Tutela dei Vini DOC Reggiano e Colli di Scandiano e di Canossa nasce dall'unificazione, avvenuta nel 2001, dei due enti consortili per la tutela, la valorizzazione e la cura generale degli interessi relativi alle denominazioni Reggiano DOP e Colli di Scandiano e di Canossa DOP.



Consorzio di Tutela Vini del Reno
Via Vittorio Veneto, 76
41013 Castelfranco Emilia (MO)
vinireno.doc@libero.it

Il Consorzio di Tutela Vini del Reno DOC, attivo dal 1991, si occupa della tutela, valorizzazione e controllo delle produzioni che godono della Denominazione di Origine della zona del Reno, ovvero il Reno DOP e il Bianco di Castelfranco Emilia IGP.

"Consorzio Tutela Lambrusco" - I numeri della realtà consortile unificata



Fonte: Consorzio di tutela

Progetto giovani

Tra le tante novità dell'ultimo periodo l'iniziativa denominata "Progetto Giovani", lanciata proprio durante il lockdown, che ha come obiettivo la promozione delle nuove leve del Lambrusco. Il progetto coinvolge tutti i giovani under 40 che si trovano alla guida di aziende familiari o che all'interno di esse si adoperano per la produzione o commercializzazione del prodotto finito. I protagonisti

hanno già sviluppato una notevole esperienza del settore, ma in aggiunta hanno anche quella grinta e quell'energia necessarie a comunicare un mondo tanto affascinante quanto complesso, all'interno del quale sfaccettature, stili e interpretazioni differenti si combinano per dar luce ai diversi colori del Lambrusco. Nel progetto quindi, 19 aziende, riunite sotto la realtà associativa del Consorzio di Tutela del Lambrusco, hanno dato vita a degustazioni

digitali: ogni cantina, attraverso il proprio giovane testimonial, ha descritto alla stampa il vino più rappresentativo dell'azienda. Per l'occasione è stato creato anche l'hashtag #igiovanidellambrusco, un'etichetta comune che li rappresenta e li connette in modo dinamico sui social media, ormai veri strumenti di marketing e comunicazione, sempre più utilizzati nel mondo del vino, soprattutto tra gli utenti più giovani.



FOCUS Filiere IG

La frutta estiva DOP IGP italiana, un patrimonio da valorizzare



Il comparto frutticolo di qualità registra una stagione con alti e bassi, carenza di manodopera e cambiamenti climatici

a cura di Elena Conti

Il settore dei prodotti ortofrutticoli e cereali DOP IGP del nostro Paese rappresenta un patrimonio di notevole importanza: l'Italia è infatti prima al mondo per numero di filiere certificate, con 114 prodotti distribuiti in tutto il territorio nazionale che coinvolgono oltre 20.000 operatori, per un valore alla produzione che si aggira intorno ai 330 milioni di euro. In questo contesto, il paniere della "frutta estiva" rappresenta un segmento di pregio dalle enormi potenzialità di sviluppo. Si riportano di seguito alcune testimonianze dei Consorzi di tutela relative alle esperienze e alle strategie messe in atto per superare la fase post-emergenza Covid e rilanciare le filiere certificate con opportune attività di valorizzazione.

Ciliegia dell'Etna DOP



Un'annata da dimenticare

In Sicilia, dal mar Ionio fino ad arrivare a 1.600 metri sui versanti Est e Sud-Est dell'Etna, si estende la zona di produzione della Ciliegia dell'Etna DOP, la prima e unica ciliegia ad aver ottenuto il marchio di Denominazione di Origine Protetta in Italia. Attorno alla coltivazione della Ciliegia dell'Etna DOP c'è un importante indotto economico e un lavoro che comincia col dissodare la terra dalla lava. Per effetto dell'altitudine, la raccolta della Ciliegia dell'Etna DOP dura circa due mesi: inizia a fine maggio dai frutteti più bassi, a circa 100 metri sul livello del mare, per chiudere, a fine luglio, con quelli più alti, che arrivano fino a quota 1.600.

“Questo 2020 sarà un'annata da dimenticare – afferma **Carmelo Spina**, presidente del Consorzio Ciliegia dell'Etna DOP – perché la produzione è stata compromessa prima dal clima, poi dai problemi legati al Covid-19. La fioritura ha risentito del maltempo che ha interessato la Sicilia nel periodo dell'allegagione, con una perdita stimata tra il -30% e il -40%. Il Coronavirus ha bloccato la raccolta e i mercati. Abbiamo venduto meno del 50% della produzione. La manodopera a cui ci rivolgiamo per la raccolta proviene dalla Polonia e dalla Romania e quest'anno non è stato possibile far arrivare i lavoratori da quei Paesi. La raccolta delle ciliegie avviene a mano, è molto delicata e difficile, bisogna essere bravi nel non rompere la vegetazione della pian-

ta perciò, nonostante la carenza produttiva, molti frutti sono rimasti sulle piante proprio per mancanza di manodopera adeguata. Quel poco che è stato raccolto è stato venduto sul locale a prezzi bassissimi. Speriamo che la prossima stagione sia diversa, perché con la Ciliegia dell'Etna DOP potremmo veramente fare qualcosa di importante, anche come export”.

Ciliegia di Vignola IGP



Altissima qualità in un periodo difficile

Le Ciliegie di Vignola IGP sono il simbolo delle Terre dei Castelli, il territorio compreso tra la pianura e l'Appennino, in provincia di Modena. Questa coltivazione ha segnato in modo marcato il paesaggio, il lavoro dell'uomo e la vita della comunità. Le ciliegie vengono rigorosamente raccolte a mano, per non comprometterne le proprietà, e subito commercializzate, per garantire ai consumatori la massima qualità.

“La campagna ortofrutticola 2020 – afferma **Walter Monari**, direttore del Consorzio di tutela della Ciliegia di Vignola IGP – è stata una delle più difficili degli ultimi decenni, sia per le problematiche collegate al Coronavirus, sia per i forti danni da gelo che hanno ridotto la produzione all'incirca del -50%. Il prodotto raccolto è stato di alta o altissima qualità, anche se quasi dimezzato rispetto ad un'annata normale. Per quanto riguarda la manodopera, è stata più che sufficiente quella interna, anzi abbiamo avuto tante richieste di



italiani (perlopiù giovani disoccupati e titolari di partita iva impossibilitati a svolgere le loro attività) che tuttavia sono state assorbite solo in minima parte, diciamo 2 su 10. Il mondo agricolo emiliano e romagnolo – prosegue ancora Monari – ha sempre necessità di assumere personale per la raccolta della frutta.

Ciliegia di Marostica IGP



La Festa è il simbolo della nostra Ciliegia

Quella di Marostica è stata la prima ciliegia in Italia ad ottenere il riconoscimento Europeo IGP nel 2002. Nel marosticense la cerasicoltura è l'icona del territorio, una tradizione da salvaguardare insieme alla ricchezza del patrimonio ambientale, frutto del lavoro dei produttori certificati appartenenti al Consorzio della Ciliegia di Marostica IGP.

Ogni primavera è scandita dalla Mostra Mercato delle Ciliegie di Marostica IGP – afferma **Giuseppe Zuech** presidente Consorzio Ciliegia di Marostica IGP – è il nostro modo di promuovere il prodotto con eventi, degustazioni, laboratori e musica. Ma in questo anno anomalo anche la Mostra ha dovuto adeguarsi. L'emergenza Coronavirus non ha fermato la Festa della Ciliegia di Marostica IGP, ma è stato necessario inventarsi un nuovo format. Così i Comuni di Marostica, Colceresa e Pianezze, principali territori di produzione, hanno trasformato la 76° edizione della Mostra Mercato della Ciliegia di Marostica IGP in un una "Mostra 2.0", raccontata in diretta streaming sui canali social Facebook, Instagram e YouTube. La produzione 2020 tutto sommato è stata buona ed equilibrata per qualità e quantità. Il Coronavirus ci ha impedito le manifestazioni di piazza, ma abbiamo realizzato un format diverso, con poche persone in diretta streaming, format che tutto sommato ha funzionato, ma con la gente è tutta un'altra cosa. An-

che il governatore Zaia ha ricordato l'appuntamento che celebra la produzione di ciliegie di Marostica IGP.

Quest'anno ogni cosa è diversa, ma questo periodo passerà. Il Consorzio è in crescita, ad oggi 109 aziende certificano con CSQA, ma potrebbero essere molte di più perché la strada del marchio europeo è quella vincente, un percorso fondamentale che richiede sì l'impegno dei produttori per la qualità, ma che rappresenta uno straordinario valore aggiunto. Vendiamo soprattutto nel Nord Italia e qualcosa all'estero, in Austria soprattutto. Ma per l'export, oltre alla qualità, serve una buona organizzazione nella commercializzazione. La raccolta non è stata penalizzata dal Coronavirus perché nel Consorzio ci sono tante aziende piccole, a conduzione familiare, e la manodopera è quindi del luogo. Con il lockdown abbiamo avuto conferma dell'importanza dei social, ottimo sistema di promozione a costo zero, grande visibilità e riscontro. Continueremo su questa strada".

Anguria Reggiana IGP



L'IGP ha valorizzato bene il nostro prodotto

Dall'esperienza dei coltivatori, dalla qualità dei terreni, dalla scelta di non forzare la natura producendo un frutto solo di stagione e dai controlli di qualità certificati da enti esterni, nasce l'unica anguria IGP d'Europa, l'Anguria Reggiana IGP.

"L'anguria è un prodotto stagionale – commenta **Ivan Bartoli**, presidente del Consorzio di tutela Anguria Reggiana IGP – giugno climaticamente è stato un po' freddo e ha rallentato la maturazione, ma la raccolta è iniziata ugualmente. Nel periodo del Covid-19 (marzo - aprile) eravamo in fase di trapianto in serra, ma i nostri lavoratori, che sono per l'80% indiani e pakistani, erano arrivati tutti a fine



febbraio, giusto in tempo per restare e quindi hanno potuto lavorare, ovviamente in sicurezza, e hanno portato avanti la produzione. Per la raccolta abbiamo avuto molte richieste anche da parte di italiani (all'incirca cinque volte in più rispetto allo scorso anno): si tratta di giovani fra i 20 e i 30 anni, studenti universitari o ragazzi appena maturati, molto bravi e volenterosi, che si sono ben integrati con gli altri lavoratori. La raccolta delle angurie è fisicamente molto impegnativa, ma non si sono mai tirati indietro. Lo dico volentieri perché spesso si parla dei nostri ragazzi in modo negativo, ma questi giovani che hanno chiesto di lavorare lo hanno fatto con impegno e soddisfazione. Se tiene il caldo la produzione si potrà considerare buona e la raccolta andrà avanti fino al 15 settembre. L'IGP ha dato un bell'impulso alla produzione, siamo contenti ma c'è ancora un ampio spazio di crescita. Viene commercializzata attraverso i mercati ortofrutticoli, cominciamo a lavorare con la GDO e sul locale. Il prezzo è del 10,15% più alto rispetto al prodotto non certificato ed è esattamente quello che volevamo, una differenziazione nella remunerazione rispetto al prodotto convenzionale”.

Melone Mantovano IGP



Una stagione migliore del 2019. L'IGP ha dato un grande impulso

Nell'epoca della globalizzazione il tema della tipicità, frutto della relazione tra territorio, clima, coltura e cultura locali, rischia di passare in secondo piano. Il marchio IGP associato al Melone Mantovano è quindi un argine alla confusione di sapori e di valori e un motore per un marketing che deve affrontare una concorrenza sempre più agguerrita.

“Quest'anno, a maggio – dice **Mau-ro Aguzzi** presidente del Consorzio di tutela – il Melone Mantovano IGP è stato il primo ad essere raccolto tra i meloni lisci nel comprensorio di Mantova, grazie alla varietà Honey Moon, più precoce delle altre. Il melone liscio è più delicato e più difficile da coltivare, ma è molto apprezzato dal consumatore sempre più attento al gusto. La stagione 2020 è partita bene, con un rallentamento a fine giugno dovuto alla pioggia, ma poi ha recuperato. Non siamo stati penalizzati dal lockdown perché era un periodo fermo per le nostre produzioni. L'IGP è molto richiesta anche grazie alla promozione mirata che stiamo facendo. In media il 95% della nostra produzione, garantita dall'IGP in termini di standard qualitativi e di sicurezza, viene assorbito dalla GDO. Il 2019 è stato un anno sfavorevole a causa delle condizioni climatiche e si è chiuso un po' sotto le aspettative con 5.400 tonnellate di prodotto certificato, contro le 6.500 dell'anno precedente. Per il 2020 ci auguriamo di recuperare. La buona riuscita del nostro lavoro – conclude il presidente – come sempre in agricoltura, dipende dall'andamento climatico. La temuta incognita sulla manodopera a giugno non c'è stata, sono arrivati gli operai stranieri dell'Est Europa e quando non erano sufficienti ci siamo rivolti ad agenzie interinali. Oltre alla raccolta di giugno, i lavoratori hanno predisposto i trapianti per le produzioni tardive che si raccolgono a settembre”.

Pera dell'Emilia Romagna IGP



Una produzione intermedia

“I primi sei mesi del 2020 – spiega **Adriano Aldovrandi** presidente del Consorzio di tutela Pera dell'Emilia Romagna IGP – dal punto di vista



L'Italia ha il primato produttivo in Europa per la pericoltura

Con quasi 19 mila ettari l'Emilia-Romagna è la principale zona di pericoltura europea e concentra quasi il 70% del potenziale nazionale; è seguita dal Veneto con circa 3.000 ettari (poco oltre il 10% del totale) e più a distanza da Lombardia, Piemonte e Friuli. Le superfici a pere sono concentrate nel Nord Italia e rappresentano circa il 90% di quelle presenti nel complesso nazionale. L'Italia può vantare da sempre il primato produttivo in termini di pericoltura in Europa. Nelle ultime annate la produzione italiana di pere si è attestata mediamente su circa 740 mila tonnellate di prodotto. Ad oggi, pur con un calo produttivo in atto da alcuni anni, rappresenta oltre il 30% dell'offerta europea (fonte Regione Emilia-Romagna).



commerciale non sono stati particolarmente significativi per il settore della pera. Durante tutta la campagna commerciale 19/20 ed in particolare da gennaio 2020 in poi, la domanda di pere italiane è sempre stata superiore all'offerta, davvero molto ridotta a causa del fortissimo calo di produzione registrato con il raccolto 2019 (-50% rispetto alla media del triennio precedente). Di conseguenza, quando nel corso del mese di marzo 2020 le limitazioni imposte dalla diffusione del Covid-19 sono diventate più evidenti, la commercializzazione delle pere italiane del raccolto 2019 stava già volgendo al termine. In generale dunque la filiera della pera italiana ha registrato in questa prima parte del 2020 una domanda robusta sia in Italia che all'estero e la grande disponibilità e senso di responsabilità dimostrati da tutti i collaboratori dei nostri soci hanno permesso (anche in questa particolare situazione di limitata disponibilità di prodotto e in questo frangente difficilissimo) di soddisfare al meglio tale domanda. Le gelate di fine marzo hanno danneggiato pesantemente le drupacee provocando gravi danni anche alle pere negli areali di produzione tipica come Ferrara, Modena e in parte Ravenna. Nonostante ciò – aggiunge Aldovrandi – la produzione di pere quest'anno si collocherà a metà strada tra il risultato minimo dell'anno scorso e lo standard produttivo di due anni fa.

La raccolta e commercializzazione delle Pere IGP dell'Emilia Romagna è iniziata a luglio inoltrato con le varietà estive, Carmen e Santa Maria, da poco inserite nel disciplinare e prosegue con Williams, Max Red Bartlett, Conference, Decana e Kaiser per terminare con la nostra varietà leader, Abate Fetel, che sarà in vendita fino a fine aprile / metà maggio 2021. Per la raccolta e la lavorazione ricorriamo alla manodopera straniera, ma stiamo rilevando una crescita consistente di richieste di lavoro da parte di italiani, sia di giovani studenti del territorio sia di impiegati più anziani rimasti senza lavoro causa Covid-19. Il 70% della Pera dell'Emilia Romagna IGP trova sbocco sul canale GDO, anche grazie ad azioni di cobranding mes-

se in atto dal Consorzio con diverse insegne e che creano una sinergia importante per la diffusione capillare del prodotto a marchio territoriale. Il dettaglio tradizionale, che era il canale principale di sbocco fino a 5/6 anni fa, oggi si è un po' fermato, mentre trova sempre maggiore diffusione la vendita di prodotto trasformato (marmellate, puree, succhi con l'origine certificata).

Pesca e Nettare di Romagna IGP



Un'annata da dimenticare per la Pesca e Nettare di Romagna IGP

“Non si ricorda un'annata così negativa da tempo immemore – spiega **Paolo Pari** presidente del Consorzio Pesca e Nettare di Romagna IGP – a causa dei danni da gelo che hanno colpito tutti gli areali vocati tra la fine di marzo e l'inizio di aprile 2020. Le gelate hanno penalizzato in particolare le cultivar a maturazione medio-precocce, mentre la situazione è lievemente migliore per il prodotto tardivo, comunque con rese molto lontane dalla norma. La produzione di pesche da consumo fresco potrebbe avvicinarsi, secondo le stime di CSO Italy, al -70% rispetto allo scorso anno, -50% per le percoche e oltre -80% per le nectarine, perché più impattate dalle gelate. Il calo andrà a toccare ovviamente anche la produzione di Pesca e Nettare di Romagna IGP sebbene i volumi commercializzati a marchio di origine certificata non dovrebbero subire grosse riduzioni. Se dal punto di vista produttivo siamo di fronte a un'annata molto difficile, ci sono importanti novità sul fronte della gamma di prodotto IGP perché proprio il mese scorso la Regione Emilia-Romagna e il Ministero delle politiche agricole e forestali hanno approvato il Decreto d'urgenza che ammette l'ampliamento della gamma varietale inserita nel disciplinare



Indagine Nomisma su peschicoltura in Emilia-Romagna

La Romagna peschicola sta scomparendo. Secondo un'indagine Nomisma del 2019 sull'evoluzione del comparto ortofrutticolo romagnolo e italiano dal 2008 al 2018 le superfici dedicate alle pesche si sono ridotte del -54% (contro un -26% del dato nazionale), mentre per le nectarine il calo è stato del -51% (-40% in Italia). Secondo Denis Pantini direttore Agroalimentare Nomisma, la causa principale del calo di produzione di Pesche e Nectarine deriva da una saturazione del mercato europeo determinata da incrementi produttivi che non hanno trovato una valvola di sfogo in un aumento proporzionale dei consumi.

di produzione IGP, sia per le pesche che per le nettarine. Tale ampliamento consente di commercializzare con il marchio IGP varietà oggi particolarmente apprezzate dal consumatore per gusto e qualità organolettica. Questa procedura d'urgenza darà certamente la possibilità di avere più prodotto a marchio IGP nel corso della campagna 2020. Una campagna che sarà sostenuta anche dal Piano di Sviluppo Rurale della Regione Emilia-Romagna con un progetto di promozione che darà la possibilità di comunicare i plus dell'offerta IGP soprattutto sui canali social e sui media trade. A causa delle regole anti Covid, non sarà purtroppo possibile realizzare gli eventi previsti all'interno dei supermercati.

Questo 2020 – prosegue Pari – è un'annata molto difficile da decifrare, a fronte di una così elevata riduzione di produzione non dobbiamo tuttavia dimenticare la notorietà del prodotto e la sua eccellenza riconosciuta. L'attività del Consorzio proseguirà anche sul fronte della certificazione e della tutela attivando tutte le necessarie procedure di verifica. Sarà molto importante riuscire a mantenere aperto anche quest'anno il flusso di vendita del prodotto IGP, anche se i quantitativi sono limitati”.

Pesca di Verona IGP



Serve un ricambio delle varietà nel disciplinare per contrastare le fitopatologie e le difficoltà di mercato

La produzione della pesca nel territorio di Verona ha incontrato negli ultimi anni difficoltà di mercato e crescenti fitopatologie che hanno impedito di certificare quantità significative di prodotto. “Stiamo valutando di richiedere un ricambio delle varietà inserite nel disciplinare

– commentano dal Consorzio Pesca di Verona IGP – al fine di ottenere un prodotto comunque in linea con la tradizione ma qualitativamente più accreditato sul mercato”.

Susina di Dro DOP



Annata regolare nonostante tutto, l'intera produzione è DOP

La Susina di Dro DOP o Prugna Nera di Dro è una cultivar autoctona di antichissima tradizione nelle valli trentine del fiume Sarca. È un frutto che può essere consumato fresco, essiccato e utilizzato in diverse preparazioni, dai primi piatti ai dolci.

“La produzione appare nel complesso nella media degli ultimi anni – dice **Jessica Paternoster**, marketing manager di Melinda, azienda che commercializza la Susine di Dro DOP. Le frequenti piogge del periodo maggio/giugno hanno favorito sino ad ora un ottimale accrescimento dei frutti. Non sono segnalati problemi relativi a gelate e al momento non vi sono stati eventi grandinigeni. La Susina di Dro DOP è un prodotto di nicchia coltivato in piccole aziende a conduzione familiare, con manodopera locale. È oggi conosciuta dal consumatore per le sue particolari caratteristiche organolettiche (susina di tipo europeo, di piccola pezzatura, buccia violacea con la tipica pruina e polpa dorata, particolarmente dolce) ed è quindi richiesta sia dalla GDO che dai canali tradizionali. La commercializzazione avviene principalmente sui mercati del Nord Italia. Tutta la produzione di Susina di Dro è DOP e non è quindi possibile fare dei confronti sulla resa economica. Rispetto alle altre susine europee, anche grazie alla DOP, il prezzo risulta comunque sensibilmente superiore. La quantità prodotta è inferiore alla domanda quindi vi sono sicuramente possibilità di ampliamento delle



I NUMERI DEL SETTORE



ORTOFRUTTICOLI E CEREALI DOP IGP

114 prodotti
denominazioni DOP IGP

330 mln €
valore alla produzione (media ultimi 4 anni)

FRUTTA DOP IGP

55 prodotti
denominazioni DOP IGP

273 mln €
valore alla produzione (media ultimi 4 anni)



"FRUTTA ESTIVA" DOP IGP

21 prodotti
denominazioni DOP IGP

20 mln €
valore alla produzione (media ultimi 4 anni)





superfici. Per quanto riguarda il Covid-19 non vi sono state particolari difficoltà perché il lavoro è continuato in modo regolare, ovviamente nel pieno rispetto delle normative sulla sicurezza vigenti, a tutela dei nostri soci e dipendenti”.

Pescabivona IGP



Un'annata nella media, non condizionata dal clima e dal Covid

In Sicilia, all'interno del bacino idrografico del fiume Magazzolo a sud-ovest dei Monti Sicani, nelle province di Agrigento e Palermo, viene prodotta la Pescabivona IGP, caratterizzata da quattro diversi ecotipi, Murtiddara o Primizia Bianca, Bianca, Agostina e Settembrina.

“Quest'anno – racconta **Salvatore Baio**, agronomo del Consorzio Pescabivona IGP – la produzione di 'Murtiddara', che matura da fine giugno a metà luglio, è leggermente inferiore rispetto agli altri anni, mentre per gli altri ecotipi Bianca, Agostina e Settembrina (che matura da metà settembre ai primi di ottobre) la produzione dovrebbe rispecchiare i quantitativi degli scorsi anni. Fortunatamente qui in Sicilia, fino ad oggi, non si sono registrati problemi climatici che abbiano influenzato la raccolta, portata avanti grazie alla presenza di manodopera tutta italiana, locale, di età media intorno ai 30 anni. La commercializzazione della Pescabivona IGP segue principalmente i canali della GDO. Il prodotto certificato IGP è purtroppo solo poco più caro rispetto al prodotto convenzionale e questo è un aspetto sul quale stiamo lavorando per avere una maggiore remunerazione che appaghi gli sforzi di tutta la filiera produttiva. Non abbiamo avuto particolari problemi legati al Covid-19”.

Uva di Puglia IGP



Un'ottima annata con aumento della produzione certificata

I vigneti pugliesi producono non solo uva per il vino ma anche una pregiata uva da tavola, l'Uva di Puglia IGP che ha varie cultivar: giallo paglierino chiaro per l'uva Italia, Regina e Vittoria; la Red Globe che è rosata-doré e la Michele Palieri col suo caratteristico colore nero intenso e vellutato. Particolarmente zuccherina, l'Uva di Puglia IGP ha un gusto dolce e un profumo spiccato, in special modo la varietà Italia. “La produzione di quest'anno grazie ad una stagione climatica abbastanza mite, è ottima, – afferma Michele La Porta presidente del Consorzio di tutela – forse meglio della stagione precedente, per cui le previsioni che abbiamo sono favorevoli. La raccolta generalmente si avvia a metà agosto con la varietà bianca Vittoria, a seguire uva rossa Palieri, poi Uva bianca al gusto di moscato varietà Italia, per concludere con uva rossa varietà Red Globe. La manodopera utilizzata dai consorziati deve essere specializzata, perché i grappoli vanno raccolti con cura e attenzione. Ci sono molti stranieri ma già da qualche anno, c'è un aumento di richieste di lavoratori italiani, specie tra i giovani che scelgono l'agricoltura. È comunque un fenomeno che non riguarda esclusivamente l'uva da tavola. Il principale canale di sbocco per l'Uva di Puglia IGP è rappresentato dalla GDO – conclude La Porta - ma stiamo operando attraverso campagne di promozione per sensibilizzare il consumo anche su altri canali e soprattutto verso l'estero, in particolare verso i mercati più lontani per esempio il Canada. La crescita di produzioni certificate è in aumento, in quanto la liquidazione di prodotti certificati è sensibilmente più remunerativa”.





IG nel mondo



AREFLH, la voce delle regioni che producono ortofrutta

Il ruolo strategico di una rete organizzata e accreditata presso le istituzioni per i prodotti ortofrutticoli DOP IGP

a cura della Redazione

AREFLH - Assemblea delle Regioni Europee Frutticole, Orticole e Floricole, con sede a Bordeaux, in Francia, è un'associazione europea creata nel 2000, per rappresentare le Regioni produttrici di ortofrutta e fiori e delle Organizzazioni di Produttori del settore in Europa. Consortium ha intervistato Simona Caselli, presidente Areflh, per capire il ruolo e i programmi di questa associazione internazionale considerata la voce delle regioni europee, soprattutto rispetto alle produzioni ortofrutticole a Indicazione Geografica.

Quali vantaggi porta alle Regioni e alle Associazioni di produttori associate una Rete europea come Areflh?

Disporre di una Rete europea organizzata e accreditata come stakeholder di primo livello presso le istituzioni europee permette un'interlocazione rapida e diretta con i servizi della Commissione ed il Parlamento europeo che, nella mia esperienza, ha permesso di ottenere risultati importanti sia in termini politici, con il recepimento delle istanze principali avanzate da Areflh, sia sul piano tecnico-regolamentare, visto che grazie al nostro intervento è stato possibile migliorare il funzionamento dell'Organizzazione Comune di Mercato Ortofrutta (OCM) – che è il principale strumento di

supporto al settore – ed ottenere misure specifiche per affrontare nuovi problemi quali la cimice asiatica o le emergenze indotte dal Covid.

In vista della nuova PAC, Areflh ha dimostrato, con la redazione del Libro Bianco dell'OCM presentato ufficialmente al Parlamento UE e Commissione, che l'OCM è uno strumento efficace, da mantenere e possibilmente rafforzare, dato che i risultati di 20 anni di funzionamento dimostrano uno straordinario rapporto costo/benefici di questa politica, perché favorisce l'organizzazione dell'offerta ed orienta gli investimenti in tecnologie, impianti ed innovazione verso le OP ed AOP conseguendo la massima ricaduta possibile sulle singole imprese agricole associate.

Come vi siete mossi di fronte all'emergenza Covid?

Nei mesi di marzo e aprile abbiamo lavorato intensamente con le Associazioni di produttori per segnalare i problemi più impellenti (corridoi logistici e flussi di manodopera), per valutare i rischi finanziari e di mercato di breve e medio periodo e proporre un pacchetto di proposte concrete alla Commissione, sia per il settore ortofrutticolo che per quello del florovivaismo, impattato molto duramente dalla crisi. Devo dire, con soddisfazione, che tutte le proposte avanzate da Areflh, anche grazie ad una tenace interlocazione coi servizi della Commissione ed il supporto della Comagri del Parlamento (in particolare del Presidente Lins e dei nostri deputati De Castro e Dorf-

man), sono state accolte e inserite nei regolamenti transitori approvati. Questo ci ha permesso di mettere in sicurezza i contributi dell'OCM, il programma di frutta nelle scuole e di ottenere la necessaria flessibilità nell'applicazione dei piani operativi: un risultato molto apprezzato da tutti gli associati, frutto di un grande lavoro comune. Per il florovivaiismo manca purtroppo una base giuridica adeguata per l'intervento europeo diretto, ma si è instaurata un'utile collaborazione per i supporti da parte degli Stati Membri.

Qual è l'impegno di Areflh rispetto alle produzioni ad Indicazione Geografica?

Areflh è convinta che si debba sostenere, con politiche strutturate e fondi dedicati, la diffusione delle produzioni ad Indicazione Geografica e la loro promozione sia all'interno del mercato UE che verso l'estero. In vista della nuova PAC, nei mesi scorsi Areflh aveva adottato una posizione formale, congiuntamente alla rete AREPO sulla necessità di rafforzare, all'interno dei regolamenti della PAC e delle relative politiche, il ruolo delle IG. I contenuti di quel documento rimangono attualissimi ed escono, anzi, rafforzati alla luce del Nuovo "Green Deal" Europeo e delle Strategie "Farm to Fork" e della Biodiversità presentate quest'anno dalla Commissione: insisteremo quindi per migliorare i contenuti della nuova PAC e il sostegno alle IG, perfettamente coerenti con gli obiettivi di sostenibilità, qualità e competitività che sono alla base delle nuove strategie europee. Nell'ortofrutta il potenziale di allargamento del numero dei prodotti ad Indicazione Geografica e della loro quota di mercato è molto ampio e può contribuire in modo significativo alla tutela della biodiversità vegetale e alla valorizzazione del territorio rurale e del suo paesaggio, oltre che all'assorbimento di carbonio e alla promozione di diete più sane. Areflh inoltre ha sempre messo in primo piano, nelle proprie attività di promozione, i prodotti DOP ed IGP, sia nelle proprie partecipazioni a

Fiere e appuntamenti di settore, ma soprattutto tramite i progetti Europei che ha direttamente promosso e realizzato: dopo "L'Europa firma i prodotti dei suoi territori" portato avanti nel triennio 2015-2018 Areflh sta impostando nuovi progetti multi-paese per la promozione di DOP e IGP da presentare nei prossimi bandi di cui al regolamento 1144/2014.

Prodotti IG sempre in primo piano nei progetti e nella promozione

Areflh associa molte regioni europee e tante OP. Come sono i rapporti con le Regioni italiane? C'è consapevolezza del ruolo?

Nel corso del mio mandato ho lavorato molto con il Vice Presidente Moulon e lo staff di Areflh per rafforzare l'Associazione sia dal punto di vista del numero di regioni aderenti che di quello delle AOP associate: i risultati sono stati molto soddisfacenti visto che siamo arrivati ad associare 18 regioni e 28 AOP in 9 Paesi. Quanto alla consapevolezza del ruolo, credo che una serie di provvedimenti importantissimi ottenuti grazie all'azione di Areflh siano sotto gli occhi di tutti, da ultimo il Reg 465/2020 di contrasto alla Cimice Asiatica, che ha riconosciuto valide tutte le richieste avanzate da Areflh nell'incontro in DG Agri dell'ottobre scorso. C'è però ancora un notevole potenziale, specie in Italia, dove sono solo 5 le regioni aderenti (Emilia-Romagna, Basilicata, Piemonte, Provincia di Trento e Lazio); l'anno scorso con l'adesione della Regione Lazio, molto rilevante in ambito ortofrutticolo, abbiamo fatto un notevole passo avanti, ma mancano ancora all'appello regioni molto significative per il settore, come la Puglia, la Campania, la Sicilia ed il Veneto con cui peraltro siamo in contatto da tempo. Alcune mi avevano anche detto di aver avviato l'iter deliberativo e mi auguro che possano davvero associarsi presto anche per rinforzare la presenza istituzionale italiana.

AREFLH - Assemblea delle Regioni Europee Frutticole, Orticole e Floricole

Areflh è attualmente composta da 18 regioni e da 28 OP/AOP, presenti in 9 Paesi europei. Le OP/AOP socie di Areflh rappresentano circa il 40% della produzione di ortofrutta in Europa. La caratteristica peculiare e preziosa di questa rete è la compresenza del livello politico/istituzionale e di quello produttivo. Il Collegio delle Regioni e il Collegio dei Produttori, in cui si articola Areflh, permettono tempestività di azione rispetto alle strategie europee, alle nuove iniziative legislative ed il presidio di ogni provvedimento interpretativo che possa riverberarsi sul settore, nonché l'esercizio di un efficace ruolo di proposta a livello europeo.

Le attività principali di Areflh sono così articolate:

- interlocuzione istituzionale e tecnico-normativa
- promozione dell'ortofrutta, della floricoltura e dei sistemi di qualità ad Indicazione Geografica per i prodotti ortofrutticoli
- presidio della qualità e dei metodi produttivi (protocolli fitosanitari, ecc.)
- ricerca ed innovazione.

La natura sovranazionale di Areflh la rende un interlocutore di primo livello delle varie Istituzioni europee; un ruolo che la Rete ha sempre cercato di utilizzare in modo dialogante e costruttivo, nella convinzione che il settore ortofrutticolo sia di fondamentale importanza per la sostenibilità dell'alimentazione e dell'agricoltura e che meriti politiche specifiche ed efficaci.



Simona Caselli
presidente Areflh



AREFLH
110 Quai de Paludate - BP 26
33800 Bordeaux
www.areflh.org
contact@areflh.org





mercati internazionali



Canada, un mercato che cresce e ricerca la qualità

Trend positivo per il made in Italy grazie alla spinta del CETA e ai nuovi modelli di consumo

a cura di Agenzia ICE Canada

IL PRODOTTO ITALIANO IN CANADA

Le importazioni dei prodotti agroalimentari in Canada sono cresciute esponenzialmente negli ultimi 20 anni, da 19 miliardi di dollari canadesi nel 2000 a 51 miliardi nel 2019 mentre le importazioni dall'Italia sono triplicate passando da 407 milioni a CAD 1,4 miliardi, con un incremento medio annuo del +6,8%. L'Italia è il 4° Paese fornitore con una quota di mercato del 3% e primo Paese della UE dopo avere superato nel 2008 la Francia, la cui esportazioni verso il Canada sono cresciute ad un ritmo meno sostenuto rispetto alle nostre. Gli Stati Uniti si confermano come primo Paese for-

nitore con una quota di mercato del 55%, pur perdendo lentamente terreno a favore di Messico e Cina.

Gli ultimi dati di importazione pubblicati da Statistics Canada per i prodotti agroalimentari (gennaio 2020) riportano un incremento delle importazioni dall'Italia del +12,4% contro il +0,5% dal mondo e un decremento del -4,5% dalla UE. In particolare, le importazioni dei prodotti della salumeria sono cresciute del +110%, dei pomodori in conserva del +43%, di pasta alimentare del +32%, del caffè del +19% e dell'olio di oliva del +9%. I dati non riflettono ancora la crisi provocata dal virus Covid-19 e le misure che il Canada sta adottando provocheranno un inevitabile rallentamento delle importazioni. La



CANADA agroalimentare e bevande

51 mld CAD
Import totale Canada 2019

1,4 mld CAD
Import da Italia 2019

+6,8% annuo
Trend import Italia 20 anni

4° fornitore
Ranking Italia Paesi fornitori

Canadian Food Inspection Agency (CFIA), l'agenzia canadese che sorveglia l'intero settore agroalimentare monitora la situazione da vicino e negli ultimi bollettini pubblicati (<https://www.inspection.gc.ca/covid-19/questions-and-answers/eng/1584648921808/1584648922156>) reitera che niente permette di affermare che gli alimenti possano essere fonte di trasmissione del virus e che non vi sono rischi conosciuti che gli imballaggi provenienti dalle regioni più colpite possano trasportare il virus. Nessuna restrizione sulle importazioni è stata ad oggi implementata dal Canada.

A seguito dell'entrata in vigore nel 2017 del Comprehensive Economic and Trade Agreement (CETA) con l'Unione Europea, il prodotto agro-

alimentare italiano è sempre più presente sul mercato canadese. Nonostante alcune barriere non tariffarie, quali le quote per le importazioni dei formaggi, i monopoli provinciali che regolano la distribuzione degli alcolici su tutto il territorio e altri ostacoli di tipo sanitario (come i trattamenti di fumigazione per frutta e verdura e le rigide normative riguardanti i prodotti della salumeria), l'interesse crescente per il cibo italiano da parte dei consumatori canadesi è dovuto alla ricerca dei prodotti di qualità. La diffusione sul mercato canadese di prodotti agroalimentari made in Italy è anche riconducibile alla presenza di una grande comunità italiana in Canada, che ha contribuito a introdurre l'intera gamma di prodotti.



L'ACCORDO COMMERCIALE CETA

Il CETA ha portato alla rimozione dei dazi doganali e alla registrazione di 41 Denominazioni d'Origine italiane protette dall'Ufficio della proprietà intellettuale canadese, con la possibilità di registrare nuove IG, oltre a quelle riconosciute dall'accordo, attraverso una procedura semplice e poco costosa. Da notare che le 41 denominazioni riconosciute rappresentano il 98% dell'export italiano dei prodotti alimentari DOP IGP riconosciuti dall'Unione Europea e che le prime sei denominazioni presenti sul mercato canadese (Grana Padano DOP, Parmigiano Reggiano DOP, Prosciutto di Parma DOP, Aceto Balsamico di Modena IGP, Mozzarella di Bufala Campana DOP e Prosciutto di San Daniele DOP) coprono da sole il 70% dell'export italiano in Canada di prodotti DOP IGP.

Il nuovo regolamento canadese sui marchi, il Trademark Act, modificato in seguito al CETA nel 2018, ha consentito il riconoscimento di un elevato livello di protezione anche ai prodotti alimentari a Indicazione Geografica. Il regolamento sui marchi ha costituito una procedura più veloce, grazie alla quale si potranno iscrivere le DOP IGP che non sono state recepite dall'accordo.

focus il CETA in 60 secondi



Fonte <https://ec.europa.eu>

Il Consorzio del Prosciutto di Carpegna è un esempio di quanto sopracitato: depositando una domanda di protezione direttamente in Canada per il riconoscimento del prodotto, con una spesa minima di CAD 450 (circa Euro 300), il Prosciutto di Carpegna DOP è diventato, nell'arco di sei mesi dalla domanda, la prima DOP europea non recepita dal CETA ad essere protetta in Canada. Grazie al CETA, anche denominazioni come Prosciutto di Parma DOP e Prosciutto San Daniele DOP, marchi registrati in Canada negli anni 50 da società canadesi, possono ora essere utilizzate in Canada poiché l'accordo ha riconosciuto la coesistenza dei due marchi.

Per avere accesso al trattamento preferenziale CETA l'esportatore italiano deve essere un "Esportatore Autorizzato" iscritto al registro europeo Rex e produrre una dichiarazione di origine in fattura. Il n. Rex deve obbligatoriamente essere riportato nella dichiarazione per potere richiedere il tratta-

mento preferenziale identificato come Canada - EU Preferential Origin.

Il CETA ha inoltre raddoppiato le quote formaggi di provenienza UE. Il regime prevede la concessione di permessi annuali d'importazione per quantità fisse e per quantità variabili, secondo i diritti d'importazione riconosciuti ad un'azienda. Ricordiamo che le importazioni fuori quota sono penalizzate da alti dazi doganali (247%). Nel 2019, le quote sono state di circa 34 mila tonnellate, di cui 23 mila riservate alla UE. Per effetto del CETA, nel 2022 il contingente sarà portato a 38 mila tonnellate di cui 32 mila riservate alla UE.



LA DISTRIBUZIONE

I principali canali di vendita sono i gourmet stores, i negozi alimentari e le grandi catene alimentari (prodotti di media-bassa gamma). Nei gourmet stores la disponibilità è molto ampia e la qualità medio-alta. Nei canali della grande distribuzione, nei supermercati e nei retail stores, i prodotti italiani hanno una posizione di rilievo ma con marchi di più grande consumo e di private label. Si nota nella GDO canadese la presenza di un private label dedicato al solo prodotto italiano.

La distribuzione alimentare in Canada si caratterizza per una forte dispersione a livello regionale, dovuta alla vastità del territorio (10 milioni di km²). Più del 60% dei 37 milioni d'abitanti in Canada è concentrato nelle province dell'Ontario, in cui il prodotto italiano viene più esportato, e del Québec, la provincia francofona che per affinità culturali ha più potenziale di crescita per il prodotto italiano.



IL TREND POSITIVO DI BIOLOGICO E GLUTEN-FREE

La costante domanda da parte del consumatore di prodotti biologici testimonia un'esigenza crescente dei canadesi verso nuove abitudini alimentari più sane. La domanda di prodotti biologici, infatti, è in continua evoluzione, con un fatturato di 4,5 miliardi di dollari.

Secondo FiBL-IFAOM, la spesa pro-capite destinata ai prodotti biologici in Canada nel 2016 è stata di 121 dollari, contro i 50 del 2007. Il valore delle importazioni è stato di 663 milioni di dollari, di cui il 46% destinato all'Ontario e il 12% al Québec.

Secondo Global Trade Tracker, verdura (33%), frutta (34%) e caffè (23%) sono i prodotti biologici più importati in Ontario, mentre in Québec primeggiano caffè (53%), frutta (21%) e olio d'oliva (16%). Grazie alle disposizioni dell'accordo CETA, i prodotti UE possono essere certificati da un organismo accreditato e riconosciuto dal Canada.

Anche i prodotti senza glutine hanno visto un aumento nella domanda, poiché ritenuti più salutari e richiesti da più di un terzo della popolazione, sebbene solo meno dell'1% sia celiaca.



I PRINCIPALI PRODOTTI ITALIANI ESPORTATI IN CANADA

Olio d'oliva: l'olio extravergine di oliva è il prodotto italiano più consumato dai canadesi, con un consumo pro-capite di 1,5 litri l'anno. Nel 2019, però, le importazioni dal mondo hanno registrato una flessione del 20% (-33% dall'Italia) dovuta ad un importante calo della produzione.

Formaggi: nel 2019, il valore unitario delle importazioni per kg dall'Italia è aumentato del +5%. Sebbene nel 2019 l'Italia si confermi primo Paese fornitore, le esportazioni hanno perso il -10%, benché nel 2018 ci sia stato un aumento del +35%.

Pasta: nella grande distribuzione, la pasta italiana è presente con un'ampia varietà e ad un prezzo inferiore rispetto ai gourmet stores, dove sono reperibili marchi artigianali. Nel 2019 le importazioni dall'Italia sono aumentate del +16%.

Caffè: negli ultimi 20 anni, le importazioni dall'Italia sono cresciute da 4 milioni nel 2000 a 62 milioni di dollari nel 2019, con una progressione del +8%.

Salumi: nel 2010 il Canada ha reso possibile l'importazio-

ne di salumi a stagionatura minima di 30 giorni. Nel 2015, l'importazione è stata aperta a tutti i salumi italiani indenni da malattia vescicolare del suino e accompagnati da un certificato zoosanitario; gli stabilimenti di provenienza devono tuttavia essere abilitati dalla CFIA. Le importazioni dall'Italia sono aumentate del +130% nel 2015, passando da 21 a 48 milioni di dollari.

Conservas di pomodoro: la commercializzazione del prodotto è soggetta a normative fitosanitarie e di confezionamento. Una parte del prodotto importato è gestito da broker locali che riforniscono importatori e catene di supermercati, il resto è acquistato tramite private label. Le importazioni dall'Italia sono aumentate del +17% nel 2019.

Cioccolato: l'Italia è il settimo Paese fornitore con 45 milioni di dollari canadesi (-1%) e una quota di mercato del 3%.

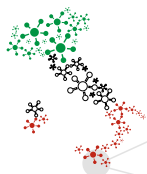
Frutta: le importazioni di frutta sono costituite soprattutto da kiwi (con un aumento del +30% nel 2019), mele e castagne. L'Italia è il quarto fornitore di mele, con una quota del 3% delle importazioni per un valore di 8 milioni e con un incremento del +74% nel 2019 e il primo fornitore di castagne, con un incremento del +33%.



LA NORMATIVA SAFE FOOD FOR CANADIANS

Safe Food For Canadians Regulations (SFCR) è la nuova normativa sulla sicurezza alimentare entrata in vigore nel 2019. Lo scopo della normativa è quello di rendere il sistema alimentare canadese ancora più sicuro, mettendo l'accento sulla prevenzione e permettendo di ritirare più velocemente dal mercato gli alimenti a rischio. La nuova normativa riunisce 14 regolamenti diversi in un unico regolamento consolidato e prevede che le imprese alimentari che importano o esportano richiedano una licenza, elaborino dei piani di prevenzione, sviluppino delle procedure per controllare i rischi e tengano dei registri sulla tracciabilità del prodotto.





#decalogoDOP per la rete di comunicazione istituzionale dei Consorzi

Una ricerca Qualivita elabora dieci punti strategici a supporto delle attività del sistema DOP IGP post Covid-19

a cura di Giovanni Gennai

Dieci aspetti strategici sui quali basare la comunicazione post Covid-19 da parte della rete dei Consorzi di tutela DOP IGP italiani: è il #decalogoDOP elaborato dalla Fondazione Qualivita, un documento che indica i punti prioritari su cui impostare un racconto nuovo e più profondo del made in Italy nel momento di crisi, per far emergere le peculiarità strategiche del settore delle Indicazioni Geografiche come risposta all'emergenza sanitaria.

Il #decalogoDOP è frutto di un lavoro di ricerca della Fondazione Qualivita che ha analizzato gli studi di settore e i messaggi dei media relativi al periodo Covid-19 per definire gli argomenti più importanti che interessano il comparto delle IG. Inoltre una serie di interviste a stakeholder e decisori politici, ha permesso di delineare un quadro sui punti di forza e le priorità strategiche su cui basare un progetto di comunicazione efficace.

Una nuova dimensione, dunque, un nuovo storytelling da raggiungere grazie alle grandi potenzialità della rete dei Consorzi di tutela, che con le proprie caratteristiche è in grado di svolgere 3 funzioni con un ruolo decisivo per il Paese: 1) Comunicazione di settore: come soggetto promotore di campagne collettive su valori condivisi; 2) Campagne nazionali: come supporto alle iniziative di rilancio del sistema Paese; 3) Promozione territoriale: come volano per la crescita e lo sviluppo dei distretti produttivi locali.

Il #decalogoDOP è stato condiviso con i rappresentanti del sistema nel corso del WebMeeting "La comunicazione dei Consorzi di tutela post Covid-19" evento organizzato il 17 giugno 2020 in occasione del lancio del nuovo portale www.qualivita.it, da Fondazione Qualivita in collaborazione con OriGIN Italia e Federdoc e riservato agli addetti alla comunicazione dei Consorzi di tutela del settore agroalimentare e vitivinicolo DOP IGP.

L'iniziativa, svolta in video conferenza, ha coinvolto oltre 200 rappresentanti dei Consorzi di tutela ed esperti della comunicazione con la partecipazione del Ministero degli Affari Esteri. Un grande successo in termini non solo di numeri, ma di proposte e confronti tra i principali interpreti del comparto agroalimentare e vitivinicolo che da sempre svolgono sul campo azioni di promozione e valorizzazione del territorio italiano.



Alcuni relatori dell'IG Web Meeting organizzato da Fondazione Qualivita, dall'alto On. Manlio Di Stefano, Massimo Bray, Cesare Baldrighi, Riccardo Ricci Curbastro, Stefano Imperatori, Maria Chiara Ferrarese, Mauro Rosati, Giuseppe Liberatore, Roberta Garibaldi, Tommaso Valle.

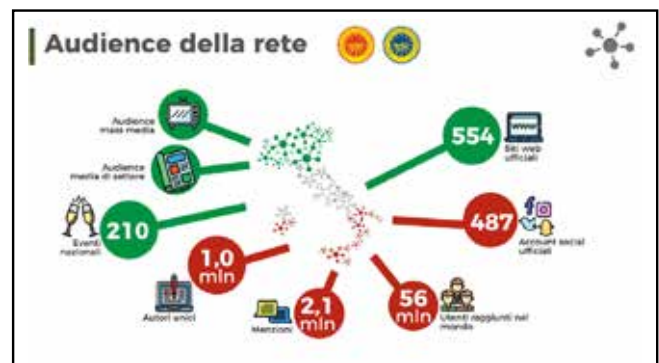


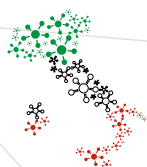
La rete dei Consorzi italiani, attraverso le proprie attività di promozione, marketing e comunicazione, eventi e incoming, ha rappresentato negli ultimi venti anni una buona parte dell'immagine dell'Italia nel mondo. A testimoniare non solo i numeri del valore economico delle filiere - 16,2 miliardi di euro di valore alla produzione e 9 miliardi di valore all'export (Rapporto Ismea-Qualivita 2019) - ma anche quelli delle azioni di comunicazione dei Consorzi di tutela. Numerosi sono infatti gli strumenti che i Consorzi DOP IGP usano continuamente per comunicare in Italia e nel mondo: 554 siti web ufficiali, 487 account social capaci di ingaggiare oltre 56 milioni di utenti unici digitali all'anno, a cui si aggiunge tutta l'audience raggiunta sia attraverso i media tradizionali, dai giornali alle televisioni, sia attraverso le molteplici iniziative di marketing, dai grandi eventi promozionali fino ai migliaia di contenuti indicizzati su Google come chiave di ricerca del made in Italy in ambito turistico, gastronomico, culturale, ecc.

Una grande azione di comunicazione coordinata che potrebbe essere fin da subito elemento di spicco all'interno del nuovo "Patto per l'Export" lanciato negli ultimi giorni dal Ministero affari esteri. "Fondazione Qualivita, OriGIn Italia, Federdoc e i Consorzi di tutela - ha dichiarato il Sottosegretario Manlio Di Stefano, presente

all'iniziativa - possono essere protagonisti di primo piano anche nella nuova fase di rilancio economico dopo la crisi più acuta dell'emergenza Covid-19. L'agroalimentare è uno dei settori trainanti dell'economia italiana e uno dei principali fattori di attrattività del nostro Paese nel mondo, mettendo l'accento sulle specificità del nostro territorio e fa della qualità la propria bandiera: la qualità e la comunicazione della qualità, di cui Fondazione Qualivita, OriGIn Italia, Federdoc e i Consorzi di tutela si fanno costantemente carico. Mi auguro che sottoscrivano il Patto per l'Export, mettendo a sistema la loro esperienza in tema di export e il loro straordinario ruolo di valorizzazione del territorio."

Proseguire dunque con un lavoro di sistema, basato sui dieci punti di forza condivisi nel #decalogoDOP e sulle parole chiave evidenziate da Massimo Bray, direttore dell'istituto Enciclopedia Treccani: creatività, innovazione, tutela, comunità, sano. "Sui valori che queste cinque parole esprimono - spiega Bray - è basata la scommessa che il settore agroalimentare italiano di qualità può e deve vincere. Perché siamo convinti che le eccellenze e le tipicità enogastronomiche, che sono tra le più importanti risorse su cui può contare il nostro Paese, costituiscano sì le nostre radici, la nostra tradizione, ma anche la nostra speranza e la nostra sicurezza in questo momento di difficoltà".





#decalogoDOP

la comunicazione istituzionale post-Covid dei Consorzi di tutela



FONDAZIONE
QUALIVITA

1. Strategia Farm to Fork

Intercettare la comunicazione europea per amplificare l'impegno dei Consorzi e delle imprese in tema sostenibilità per un sistema alimentare equo, salutare ed ecologico.

2. Sicurezza alimentare

Valorizzare gli aspetti di sicurezza alimentare e dei piani di controllo che la certificazione, oggi più che mai, fornisce al consumatore come garanzia sulla qualità e salubrità dei prodotti DOP IGP.

3. Benessere animale

Evidenziare il grande lavoro quotidiano e l'attenzione da parte delle filiere IG sul benessere animale anche nel frangente dell'emergenza, per contrastare disinformazione e fake-news.

4. Dieta Mediterranea

Ribadire la salubrità e le caratteristiche nutrizionali dei prodotti DOP IGP, pilastri della Dieta Mediterranea Patrimonio Culturale Immateriale dell'Umanità Unesco dal 2010.

5. Turismo green

Rilanciare il turismo enogastronomico in chiave green con le IG al centro di una rinnovata offerta capace di creare occasioni ed esperienze sicure in ambienti "aperti" e spazi idonei.

6. Patrimonio Culturale

Evidenziare il forte legame delle DOP IGP con la ricchezza culturale del Paese e il loro contributo alla difesa delle identità territoriali e delle comunità in tempi di crisi.

7. Ristorazione & IG

Promuovere la ristorazione del territorio in collegamento con i prodotti DOP IGP per supportare il rilancio di un settore strategico per le Indicazioni Geografiche.

8. Mutualità & Sociale

Trasmettere gli aspetti caratteristici alla base dell'organizzazione dei Consorzi di tutela, fattore di forza in fase di emergenza grazie alla mutualità e alla cooperazione di tutti i soggetti della filiera.

9. Patto per l'export

Ricerca sinergie con il piano di comunicazione integrata previsto dal Patto per l'export promosso dagli enti istituzionali per la valorizzazione del made in Italy (Ice, Maeci, Ambasciate, Regioni).

10. DOP IGP

Promuovere in maniera continuativa e coerente la conoscenza dei marchi e delle denominazioni DOP IGP a tutti i livelli di comunicazione e in ogni tipologia di contenuto.



www.qualivita.it



Grappa IG, l'importanza di un Consorzio riconosciuto per il settore

I produttori, uniti nel promuovere un ente per svolgere azioni di tutela e valorizzazione, attendono il regolamento per il riconoscimento di un Consorzio

a cura della Redazione

L'Italia conta 35 bevande spiritose a Indicazione Geografica riconosciute a livello europeo e fra queste 10 sono le Grappe inserite come "Acquavite di vinaccia o marc". La nascita della IG Grappa ha stimolato i produttori ad avviare una serie di azioni per garantire una vera protezione del prodotto e diffondere la conoscenza dell'eccellenza distillatoria italiana nel mondo.

Da anni il comparto avverte la necessità di trovare un punto di aggregazione nazionale che permetta di valorizzare l'elemento caratterizzante della IG Grappa, e cioè la sua tradizione territoriale capace di generare prodotti specifici dei singoli territori. Consortium ha chiesto ad AssoDistil, l'Associazione Nazionale Industriali Distillatori di Alcoli e Acquaviti, come si sta muovendo per promuovere al meglio la Grappa, eccellenza tutta italiana.

La Grappa

La Grappa in Italia ha una storia antichissima, legata al mondo vinicolo e alla tradizione contadina ed enogastronomica del nostro Paese. Moltissime sono le distillerie, soprattutto al nord ma anche al sud, che possono vantare una storia centenaria e tradizioni, marchi e processi di produzione unici.

A fianco della tradizione, soprattutto negli ultimi anni, si è sviluppato un sistema di protezione e di promozione di quello che per lungo tempo è stato considerato un prodotto minore del nostro patrimonio cultural-gastronomico e che invece, grazie all'impegno e alla ricerca dei mastri distillatori,



non ha più nulla da invidiare per qualità ai maggiori distillati europei e mondiali.

La nascita della IG Grappa: un distillato da proteggere

Disciplinata per la prima volta a livello nazionale dalla Legge 7 dicembre 1951, n. 1559 che ne fornisce una prima definizione, la prima forma di protezione internazionale della IG Grappa si concretizza con il Regolamento CEE 1576/89. Tale norma, nel definire l'acquavite di vinaccia, autorizza l'utilizzo del termine "Grappa" solo per quella prodotta in Italia, fornendo la prima protezione della denominazione, o meglio delle denominazioni; oltre alla IG "nazionale" sono infatti presenti e protette una serie di grappe "regionali" (Piemonte, Barolo, Lombardia, Veneto, Trentino, Alto Adige, Friuli), che si affiancano ad analoghe definizioni per acquaviti di vinaccia specifiche di altri Paesi membri, come le varie 'Marc' francesi.

Successivamente, con il Regolamento UE 110/2008, è effettiva la creazione della categoria delle Bevande Spiritose a IG, all'interno della quale sin da subito è inserita la IG Grappa insieme alle IG di Grappa a valenza territoriale: per

queste ultime, alla lista già prevista dal 1989 si aggiunge la Grappa Siciliana e quella della Valle d'Aosta. Questo riconoscimento è stato confermato dal Regolamento 787/2019 che ha sostituito il 110/2008.

Un prodotto antico legato alla filiera vitivinicola di molte regioni italiane

Ognuna di queste Grappe ha uno specifico disciplinare di produzione, che ne descrive anche le modalità produttive, la presentazione al pubblico e le caratteristiche organolettiche. Naturalmente molte caratteristiche restano comuni, ma vi sono anche peculiarità che riflettono le specificità dei territori di cui le grappe territoriali sono espressione.

I produttori si associano per la promozione e protezione della IG Grappa

La nascita della IG Grappa ha stimolato i produttori ad avviare una serie di azioni per garantire una vera protezione della Grappa e per diffondere la conoscenza dell'eccellenza distillatoria italiana nel mondo. Stante la radicata sto-

ria territoriale della Grappa, molte iniziative sono state avviate negli anni a livello locale, come testimonia il numero di Istituti regionali o Consorzi regionali che si sono sviluppati negli scorsi decenni. Tuttavia, allo scopo di garantire un costante allineamento a livello nazionale, si è dato vita nel 1996 anche ad un Istituto Nazionale Grappa, fondato a Pavia dai principali produttori di Grappa IG e dagli Istituti regionali e che intendeva essere il punto di incontro e di discussione dei produttori di Grappa sui temi di comune interesse nonché l'embrione di una struttura consortile che potesse rappresentare le istanze del mondo rappresentato. Dopo oltre 20 anni di vita, l'Istituto nazionale Grappa conta attualmente oltre 30 aziende rappresentate direttamente o indirettamente attraverso gli Istituti regionali che lo hanno fondato, quali il Consorzio Grappa Piemonte e Barolo, l'Istituto Grappa della Valle d'Aosta, l'Istituto Grappa Lombarda, l'Istituto Grappa Veneta, l'Associazione Produttori Grappa dell'Alto Adige.

Le finalità statutarie dell'Istituto sono soprattutto quella di tutelare e promuovere, in qualunque sede e con ogni mezzo consentito, il va-

lore economico, culturale e tradizionale della grappa e di favorire, organizzare e attuare iniziative di carattere promozionale dirette a potenziare l'espansione del settore e di consentire una maggiore informazione ed il progresso tecnico del comparto.

Fra le più importanti iniziative portate avanti dall'istituto spicca senza dubbio Grapperie Aperte, che per anni ha portato migliaia di appassionati in distilleria. L'iniziativa, che gode di un crescente successo di pubblico, permette visite guidate e degustazioni di distillati con programmi ovviamente personalizzati per ogni singola distilleria che spaziano dalle visite in luoghi storici come i masi in quota dell'Alto Adige ai percorsi enogastronomici e all'assaggio del caffè in grolla nelle distillerie della Valle d'Aosta, passando per un ampio spettro di iniziative selezionate da ciascuna distilleria per meglio contestualizzare la propria offerta per la giornata.

L'esigenza di un Consorzio di Tutela Nazionale riconosciuto delle IG Grappa

Da quanto detto, emerge con chiarezza come da anni i produttori avvertano la necessità di trovare un punto di aggregazione nazionale che permetta di valorizzare l'elemento caratterizzante della IG Grappa, e cioè la sua tradizione territoriale capace di generare prodotti specifici dei singoli territori, le IG Grappa regionali o territoriali, senza perdere di vista l'obiettivo comune che è quello di tutelare il prodotto a IG e rafforzare il posizionamento del nobile distillato sul mercato nazionale ed internazionale alla pari di più blasonati spirits prodotti in altri Paesi UE e nei confronti dei quali la nostra IG Grappa non ha nulla da invidiare.

Proprio in questa ottica è nata tra i produttori l'idea condivisa di porre in essere un Consorzio di tutela delle IG Grappa, che riunisca tutti i produttori, anche quelli delle IG Regionali. Questa idea è stata portata sul tavolo dapprima dell'Istituto nazionale Grappa e quindi di AssoDistil, cioè le due organizzazioni che, collaborando da anni, rappresentano assieme quasi tutti i produttori di Grappa.

Appare ovvio che, stante l'ampia rappresentatività, la lunga storia e la struttura organizzativa, un Consorzio di tutela delle IG Grappa non possa che svilupparsi in seno ed in collaborazione con AssoDistil che metterebbe a disposizione del Consorzio tutte le competenze acquisite in decenni di Comitato acquaviti su tutte le tipologie di distillati, nonché fornire assistenza sui temi di non specifica competenza del Consorzio di tutela, ma che impattano sullo sviluppo del comparto in maniera determinante, come a mero titolo di esempio i temi ambientali, in special modo in questo periodo storico che vede la necessità di contemperare obiettivi ambientali, industriali ed economici, in linea con l'adozione del cosiddetto "Green deal" europeo, e nel quale quindi non bastano più competenze settoriali ma una visione olistica che consenta uno sviluppo sostenibile in tutti i comparti. In questo senso AssoDistil, grazie alla multidisciplinarietà delle proprie competenze, rappresenta il giusto contesto per la nascita di un Consorzio di tutela delle IG Grappa moderno, efficace ed efficiente.

Per quanto detto, la base associativa di AssoDistil si è espres-

AssoDistil, il punto di riferimento della distillazione da oltre 70 anni

La nascita dell'Istituto nazionale Grappa si affianca a quella che da oltre 70 anni rappresenta il punto di riferimento della distillazione nazionale, l'Associazione Nazionale Industriali Distillatori di Alcoli e Acquaviti, AssoDistil che riunisce, rappresenta e tutela le principali realtà del settore della distillazione italiana. Fondata nel 1946, AssoDistil riunisce 58 distillerie artigianali ed industriali (circa il 95% della produzione nazionale di acquaviti e di alcole etilico prodotto da materie prime agricole).

Con l'obiettivo di tutelare gli interessi specifici del settore acquaviti, ed in particolare della Grappa IG, AssoDistil si è dotata sin dalle origini di un proprio Comitato Acquaviti, che riunisce tutte le distillerie aderenti e produttrici di acquaviti e che, oltre alle azioni di lobby ed advocacy istituzionale, soprattutto negli ultimi anni ha cercato di aumentare il proprio sforzo volto alla promozione della IG.

Ottimi esempi di questo riuscito sforzo sono i due progetti attivati in seno al Comitato acquaviti di AssoDistil e cofinanziati dalla Unione Europea, sinteticamente chiamati Progetti "Hello Grappa!": si tratta di due progetti di promozione della Grappa nel mercato extra-UE, nel caso specifico statunitense, e che hanno costituito un esercizio di squadra dei diversi produttori aderenti oltre a mettere a disposizione del settore importanti risorse economiche per lo svolgimento delle attività previste negli Stati Uniti.

Il primo progetto **Hello Grappa!** è un articolato piano di eventi promozionali, inclusi seminari, degustazioni guidate, viaggi studio di opinion leader statunitensi presso le nostre distillerie ed altre iniziative, con l'obiettivo di far conoscere l'IG Grappa ai consumatori americani. Il progetto triennale (2017-2019) promosso da AssoDistil e cofinanziato dall'Unione Europea ai sensi del Regolamento 1144/2014, permette anche, grazie ad una migliore e più diffusa conoscenza della Grappa, di sviluppare e rafforzare i rapporti commerciali e stimolare l'export ma soprattutto di far conoscere la storia della Grappa, il suo disciplinare di produzione e il legame con il territorio italiano.

Il secondo progetto triennale **Hello Grappa! The American Dream** (2020-2022), appena avviato, si pone in ottica di continuità con quanto sinora fatto con Hello Grappa! con attività di informazione e promozione per accrescere ancor più il livello di notorietà dell'IG Grappa e del suo disciplinare di produzione di qualità.



AssoDistil - Associazione Nazionale Industriali Distillatori di Alcoli e acquaviti
Via Cesare Balbo, 35 - 00184 Roma (RM)
www.assodistil.it - assodistil@assodistil.it



sa con forza a favore della costituzione di un Consorzio di tutela della IG Grappa ed ha già deliberato in tal senso, tuttavia una tale tipologia di Consorzio per poter svolgere funzioni di tutela, promozione, valorizzazione, informazione del consumatore e cura generale delle Indicazioni Geografiche che rappresenta in maniera efficace, necessita di un riconoscimento da parte del Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali. Purtroppo, da tempo si attende il regolamento attuativo del D.lgs 154/2016 (c.d. Collegato Agricoltura) che prevedeva appunto la possibilità per i Consorzi di tutela delle Bevande Spiritose a IG (quindi non solo le IG Grappa) di ottenere il riconoscimento da parte del Mipaaf, subordinando tuttavia tale possibilità all'adozione di uno specifico regolamento.

Il riconoscimento del Mipaaf è necessario per un Consorzio in grado di operare in modo efficace

Assodistil si è battuta fin dal 2008, data di emanazione del riconoscimento europeo di IG alle bevande spiritose per ottenere il D.lgs del 2016, e da allora sta richiedendo con forza alle istituzioni la emanazione del necessario regolamento attuativo, finora purtroppo senza ottenerlo. In sostanza finché non ci sarà l'adozione di tale regolamento, e quindi la mancanza del riconoscimento da parte del Mipaaf, la realizzazione di un Consorzio di tutela nazionale delle IG Grappa sarebbe di fatto un esercizio inutile, perché sarebbe minato il fondamento stesso delle ragioni che ne determinano la costituzione: oltre ad essere uno strumento di promozione, il Consorzio può e deve essere uno strumento di indirizzo e composizione delle eventuali controversie, ed anche di vigilanza per una seria protezione della IG, funzioni che possono essere svolte solo in presenza del previsto riconoscimento.

In definitiva, i produttori di IG Grappa sono consapevoli della necessità di creare un Consorzio nazionale di tutela che permetta loro di tutelare, promuovere e valorizzare in maniera efficace ed efficiente l'acquavite regina dei distillati italiani. AssoDistil, attraverso il Comitato acquaviti e la collaborazione con l'Istituto Nazionale Grappa, sta contribuendo alla sua nascita ed i suoi associati hanno già preso netta posizione a favore della costituzione di un Consorzio nazionale di tutela delle IG Grappa. Si attende ora solo la pubblicazione del provvedimento attuativo che ne consenta il riconoscimento e permetta finalmente ai produttori di IG Grappa (e anche ai produttori di tutte le altre numerose bevande spiritose a Indicazione Geografica italiana) di lavorare in squadra per promuovere e tutelare un'eccellenza del made in Italy, oggi ancora troppo poco conosciuta nel mondo.





Le nuove frontiere della ristorazione italiana

Ambasciatori del Gusto impegnata nel promuovere cucina e prodotti italiani nel mondo

a cura di Andrea Bianchi Sugarelli

In un momento di crisi che ha sconvolto la quotidianità di tutti, con ricadute pesantissime su tutto il canale Horeca, in questo numero di Consortium abbiamo cercato di capire il futuro del settore e le aspettative di rinascita, intervistando Cesare Battisti, segretario generale degli Ambasciatori del Gusto, associazione italiana impegnata – soprattutto in occasione delle Settimane della cucina italiana nel mondo – nella valorizzazione dell'enogastronomia e del patrimonio agroalimentare di qualità DOP IGP.

“Un gioiello liberty incastonato nella Milano contemporanea...”. È definito così il Ratanà, ristorante da cui Cesare Battisti combatte la cattiva alimentazione. Con l'Associazione italiana Ambasciatori del Gusto, nata nel 2016, Battisti è in prima linea nell'emergenza post Covid-19. Se da un lato la crisi sta fortemente condizionando il settore della ristorazione, dall'altro l'emergenza ha sviluppato nuove sensibilità e riflessioni su qualità, identità e futuro.

La pandemia da Covid-19 ha sconvolto la quotidianità e messo in crisi anche il mondo enogastronomico. Che futuro si attende?

Sicuramente in salita, molto difficile. Devo dire però che è anche un periodo pieno di opportunità. La storia ci insegna che nei momenti difficili ci sono delle opportunità da cogliere, soprattutto per migliorarsi. Certo è che, comunque, il nostro settore è stato uno dei più martoriati in assoluto.

Qual è secondo lei la prospettiva della ristorazione e dei prodotti di qualità?

I prodotti di qualità in Italia ci sono sempre stati, ci devono essere e devono continuare ad esserci. In prospettiva credo che le persone sceglieranno sempre più i prodotti di qualità.

Ma serve promuoverli visto che la ristorazione in generale assorbe dal 30 al 40% della filiera agroalimentare. Bisogna fare una scelta consapevole alla base ed educare i clienti.

In particolare cosa si prospetta per i prodotti italiani?

Come ho detto, la crisi sarà un'opportunità di crescita importante, una sfida che l'Italia e la filiera enogastronomica dovranno cogliere. Naturalmente con tutte le difficoltà del caso e anche con tutti i “soldati caduti” sul campo perché questa emergenza da Coronavirus ha segnato nel profondo tutto il settore dell'agroalimentare. Certo i prodotti italiani sono tra i più importanti e qualificati del mondo.

Cosa può fare lo chef o comunque la ristorazione in generale per informare meglio il consumatore soprattutto sugli ingredienti e gli alimenti?

Lo chef di un ristorante, ma la ristorazione in generale, gioca un ruolo fondamentale. Noi abbiamo una responsabilità sociale molto importante come dice Carlo Petrini di Slow Food. Una volta c'erano le nonne che ti insegnavano le ricette e le tradizioni, adesso gli unici detentori del sapere culinario siamo noi. Per cui è chiaro che la nostra responsabilità sociale diventa importantissima. Il nostro ruolo è quel-

lo di educare i clienti ad un consumo sostenibile, etico, di qualità. Spero che questa pandemia abbia portato anche la consapevolezza di un consumo di alimenti di prossimità. Noi abbiamo bisogno di promuovere un'agricoltura all'interno del nostro Paese. È assurdo far viaggiare i prodotti da un capo all'altro dell'Italia quando tutto questo non ha senso.

La cucina è la sintesi perfetta del gusto italiano

Può iniziare una nuova fase per la ristorazione proprio con una formazione al consumatore, anche sulla sicurezza alimentare?

Absolutamente. I cuochi si devono prendere le loro responsabilità. Noi, come Ambasciatori del Gusto, nasciamo proprio con l'intento di promuovere l'enogastronomia italiana sia in Italia sia all'estero. Si pensi che abbiamo sottoscritto un progetto con Ivisi, l'Istituto valorizzazione dei salumi italiani, ci siamo attivati per promuovere i salumi all'interno del nostro Paese e che poi estenderemo anche all'estero.

La situazione attuale invece qual è?

La situazione attuale nei ristoranti, nella ristorazione e in tutto il comparto agroalimentare non è bella perché comunque sono cambiate le abitudini. Rendiamoci anche conto che siamo nella fase 2 e le persone che frequentano i nostri ristoranti sono molto più attente al luogo dove sono, al menù che gli viene sottoposto e soprattutto a quello che mangiano. E questo devo dire che è un bene.

Quindi il consumatore è maggiormente invogliato a cercare il prodotto di qualità o l'emergenza ha azzerato o rivalutato i progressi fatti in questi anni di valorizzazione?

Dipende tanto dalle zone dell'Italia. Noi abbiamo un ristorante a Milano dove comunque la formazione e l'educazione del nostro cliente è un valore principale che mettiamo in atto dalla mattina alla sera, in tutti i giorni dell'anno. Oggi sostanzialmente c'è molta più consapevolezza di quello che si mangia al ristorante rispetto

a tanti anni fa. Spero che comunque non sia un interesse passeggero e che rimanga un coinvolgimento primario.

Chi ne risentirà maggiormente di questa crisi?

In tutta la filiera sicuramente l'export di vini e dei prodotti italiani alimentari in generale. Devo dire che in questo l'Associazione Ambasciatori del Gusto deve essere ancora più ferma nella promozione dei nostri prodotti all'estero. Tante catene si sono bloccate, hanno poi ripreso dopo mesi a lavorare e non con poche difficoltà. Questi contraccolpi li sentiremo nei prossimi mesi, inevitabilmente.

È una crisi che prevede secondo lei una rinascita, una nuova visione anche del mondo della ristorazione?

Questa è una crisi che prevede consapevolezza. È una nuova visione anche del mondo della ristorazione. La crisi prevede una rinascita. Sicuramente è una ripartenza con dei punti cardine ben saldi, a partire dalla qualità dei prodotti agroalimentari. Noi ci troviamo spesso e volentieri con ragazzi molto giovani che vengono al ristorante e sono interessati alla tipologia del prodotto, cose che dieci anni fa non accadevano. Adesso i clienti sono molto più interessati e devo dire che comunque con la pandemia questo focus si è allargato.

L'obiettivo degli Ambasciatori del Gusto è divulgare l'identità, la storia, le sensibilità italiane attraverso la passione ed il lavoro. Come ci riuscite nel post Covid-19?

Innanzitutto come ce l'abbiamo fatta fino adesso per cui con tanta tenacia e tantissima organizzazione. Il post Coronavirus ha aperto pure nuove frontiere di lavoro, ad esempio il mondo digitale. Non solo per le riunioni, ma anche per il marketing delle aziende agricole che hanno intensificato l'attività online mostrando e valorizzando i loro prodotti oltre il loro modo di lavorare. Questo credo che sia un'opportunità da cogliere per il futuro, un nuovo modo di approcciarsi al lavoro. Se in questo momento viaggiamo di meno, per fortuna ci sono tanti metodi nuovi per far conoscere le nostre bellezze e le nostre qualità. Per cui intraprendere questa strada è fondamentale.



Cesare Battisti
segretario generale degli Ambasciatori del Gusto



Associazione Italiana
Ambasciatori del Gusto
Via Vincenzo Monti, 16
20123 Milano
www.ambasciatoridelgusto.it
segreteria@ambasciatoridelgusto.it



Il turismo enogastronomico nell'epoca post Covid-19





I rapidi mutamenti che hanno interessato il settore richiedono strategie innovative e una maggiore interazione tra comparti per generare nuove opportunità

*a cura di Roberta Garibaldi
docente all'Università degli Studi di Bergamo*

Il Covid-19 ci ha portato a vivere in un mondo nuovo, differente, caratterizzato da un mix di esitazione, attesa e nuove opportunità. Questa “nuova normalità” ha avuto ed avrà ripercussioni importanti sull’andamento, la competitività e le prospettive di sviluppo di tutti i settori produttivi, dall’agricoltura all’industria, passando per i servizi.

Il turismo vale oltre il 13% del PIL italiano, rappresenta un asset economico primario per il nostro Paese. Gli operatori del settore stanno fronteggiando una situazione in costante e rapida evoluzione: il blocco degli accessi dai Paesi a rischio, un movimento turistico principalmente domestico e con intensità differenziate, una diversa capacità e propensione alla spesa, il ricorso alle abitazioni di proprietà e in affitto, la riscoperta dei borghi nelle aree montane e rurali sono alcuni dei fattori che stanno caratterizzando il turismo. Le perdite economiche importanti e la situazione di incertezza e di nuove opportunità rimette al centro la necessità di ripensare e riprogettare la nostra offerta in un’ottica di medio-lungo periodo, concentrandosi sui principali asset del nostro Paese.

L’enogastronomia, dalle prelibatezze regionali ai simboli nazionali, fino alle produzioni vitivinicole nelle infinite varianti, rappresenta oggi un potente driver di attrazione turistica. Italiani e stranieri non hanno perso la voglia di scoprire e vivere la ricchezza di questo patrimonio, lo faranno solo con modalità e in tempi differenti da quanto avveniva in precedenza.

La sfida sta ora nel saper fronteggiare questa situazione incerta trasformandola in opportunità. L’occasione è quindi propizia per sviluppare un piano strategico per la valorizzazione dell’enogastronomia nel turismo che, attraverso politiche di supporto e azioni coordinate, possa stimolare lo sviluppo dell’offerta sia in termini numerici che qualitativi, incentivando una maggiore integrazione tra i comparti della produzione agroalimentare e del turismo nell’ottica di migliorarne l’attrattività, la competitività e generare benefici diffusi all’intera catena di valore. Rispetto al recente passato, è opportuno ripartire dalle nuove priorità che stanno emergendo come sicurezza, digitalizzazione, sostenibilità, formazione, narrazione, diversificazione. Si tratta solo di alcune delle possibili linee sulle quali ci si potrebbe spingere, se effettivamente vi è l’ambizione di voler costruire un nuovo racconto italiano a partire dal patrimonio enogastronomico.

I VALORI PER UN NUOVO TURISMO ENOGASTRONOMICO



SICUREZZA

Sicurezza nell’offrire accoglienza e nell’organizzazione, così come per i prodotti. Attraverso una comunicazione efficace, sarà necessario far percepire ai potenziali viaggiatori l’investimento fatto in salute e sicurezza.



DIGITALIZZAZIONE

Occorre ripensare il modello di commercializzazione e di fruizione delle proposte a tema enogastronomico. Degustazioni digitali, lezioni di cucina online, tour virtuali possono diventare strumenti di marketing, preziosi stimoli per la futura visita alla destinazione e alle attrattive enogastronomiche.



SOSTENIBILITÀ

Sostenibilità non come pratica fine a sé stessa, ma come leva per contribuire ad avvicinare le destinazioni con le aree rurali limitrofe, a creare nuovi legami e collaborazioni tra produttori, ristoratori, operatori del turismo, abitanti e consumatori. E, così facendo, stimolare una fruizione del territorio *slow* e responsabile.



DIVERSIFICAZIONE DELLE PROPOSTE

Segmentare e caratterizzare le proposte in modo tale da permettere al turista di sentirsi più coinvolto e capire l’unicità del prodotto e la cultura del luogo. Aprire alle visite turistiche anche luoghi produttivi meno usuali. Favorire un rinnovamento, ad esempio i mercati dei produttori, verso le degustazioni e le esperienze. Al contempo, anche strutturarle in modo tale da evitare sovraffollamenti e promuovere la scoperta di luoghi meno conosciuti.



FORMAZIONE

Dotare gli operatori delle conoscenze necessarie ad aprirsi al turismo e creare un’offerta esperienziale e adatta a questa nuova “normalità”.



NARRAZIONE

Far comprendere le caratteristiche, ma anche la storia e l’identità dei prodotti, con vantaggi sia in termini turistici che commerciali. La forte digitalizzazione mette a disposizione dei Consorzi scenari di possibilità inaspettate.

LE ESPERIENZE ENOGASTRONOMICHE GREEN DEL TURISMO DOP ITALIANO



Rilanciare il turismo in chiave green con le IG al centro dell'offerta. Le iniziative dei Consorzi di tutela

a cura di Elena Conti

L'estate 2020 è stata caratterizzata dallo sforzo di rilanciare il turismo enogastronomico in chiave green, con le IG al centro di una rinnovata offerta capace di creare occasioni ed esperienze sicure, in ambienti aperti e spazi idonei. Nel settore agroalimentare c'è stata la riscoperta dei percorsi negli agrumeti, delle malghe in alta quota, delle visite ai caseifici. Progetti green e sostenibilità sono diventati centrali nella programmazione dei Consorzi per l'attrazione turistica.



Il formaggio Asiago DOP prodotto con il latte delle stalle che si trovano in montagna, dove viene anche trasformato e stagionato, si può fregiare in etichetta della menzione aggiuntiva “Prodotto della Montagna”. Passare almeno una giornata d'estate in malga, gustando un buon formaggio tra le mucche al pascolo, è diventata un'abitudine molto diffusa, un richiamo turistico fortissimo che culmina con l'evento nazionale dedicato ai formaggi e ai prodotti di montagna, in programma nella prima settimana di settembre ad Asiago. La particolare situazione di quest'anno però ha indotto l'annullamento di “Made in Malga” che è stato rimandato al 2021.

“Fino all'ultimo abbiamo creduto di poterlo organizzare – spiega Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio – ma il senso di responsabilità che la situazione di pandemia im-

pone ci ha indotto alla cautela, visto che la produzione di Asiago DOP è un volano che richiama su questo territorio numerosi visitatori italiani ed esteri”. Niente “Made in Malga 2020” quindi, ma nel corso dell'estate sono stati comunque numerosi gli appuntamenti che le malghe produttrici di Asiago DOP hanno offerto, individualmente e in sicurezza, a turisti ed escursionisti. La Malga Larici ha proposto l'alba in malga, per vedere il sorgere del sole in una delle località più belle dell'Altopiano di Asiago e poi provare la mungitura, assistere alla produzione del formaggio Asiago DOP - Prodotto della Montagna e fare colazione a base di pane, burro e confetture prodotte in loco. La Malga Serona ha organizzato serate intorno al fuoco e aperitivi nelle zone più incontaminate oltre a giornate dedicate ai bambini, con “Bimbi in malga”, per vivere l'esperienza del lavoro del casaro e scoprire i segreti della produzione di Asiago DOP.



Le Vie della Zagara è un progetto del Distretto Agrumi di Sicilia e dell'Associazione Gusto di Campagna, in collaborazione con i Consorzi di tutela delle produzioni DOP IGP e Biologiche. Una proposta versatile di sette itinerari di Turismo Relazionale Integrato tracciati in Sicilia nei territori corrispondenti alle produzioni agrumicole di qualità identificati dalle DOP IGP e di un itinerario, che si snoda in tutta l'isola, focalizzato sulle produzioni biologiche, per aggiungere valore agli agrumi siciliani e comunicarli come espressione fedele dell'identità dei diversi territori di produzione, con la consapevolezza che in un sistema di mercato globale la competitività è sempre più determinata dall'offerta prodotto/territorio. Fondamentale il ruolo dei Consorzi di tutela DOP IGP e BIO nella gestione del si-

Le Vie della Zagara: sette itinerari di turismo green alla scoperta dei territori degli agrumi DOP IGP e biologici siciliani





*Visite in sicurezza
nei luoghi di produzione e
stagionatura
del Pecorino Romano DOP*

stema territoriale che costituisce l'armatura indispensabile per la costruzione di una proposta di Turismo Relazionale Integrato. Gli itinerari, della durata di uno, tre o cinque giorni, sono fruibili tutto l'anno, preferibilmente durante la campagna agrumicola da settembre a maggio. Ogni itinerario può essere personalizzato in base al budget del viaggiatore e alle sue esigenze di viaggio.

- La Via dell'Arancia Rossa di Sicilia IGP
- La Via dell'Arancia di Ribera DOP
- La Via del Limone di Siracusa IGP
- La Via del Limone Interdonato di Messina IGP
- La Via del Limone dell'Etna (in fase di riconoscimento IGP)
- La Via del Mandarino Tardivo di Ciaculli (Presidio Slow Food)
- La Via degli Agrumi Biologici



“Come Consorzio per la Tutela dell'Olio Extravergine di Oliva DOP Riviera Ligure – spiega il presidente **Carlo Siffredi** – siamo partner del progetto europeo TerrAgir³, L'area operativa del progetto è quella che vive attorno all'alto Mar Tirreno, tra la Liguria, la Toscana e la Corsica. Uno spazio di scambio molto rilevante per i continui contatti fra queste regioni, declinati in un percorso storico ininterrotto. Il filo conduttore dell'azione – aggiunge Siffredi – è legato a tematiche forti ed attuali: i prodotti, il territorio, il turismo all'aria aperta. Il Consorzio si è particolarmente impegnato nel coinvolgimento delle aziende consorziate e di quelle legate ai prodotti ad Indicazione Geografica della Liguria, come i vini DOP IGP e il Basilico Genovese DOP. In questo modo si va nella direzione di un racconto del territorio attraverso le sue eccellenze, frutto di saperi secolari. Si tratta di un'azione profondamente etica, nei confronti del pubblico in primo luogo, dato che riceve un'informazione puntuale sulla provenienza di quanto rallegra la sua tavola. L'azione è però virtuosa anche verso chi produce, perché l'acquisto di un prodotto a Denominazione di Origine è un atto di

protezione di luoghi che, spesso, vivono un fragile equilibrio, in perenne dialogo con la Natura, come nel caso della Liguria. Tutto il progetto possiede quindi un rilevante valore sociale. Ne sono consapevoli le imprese, chiamate ad essere l'io narrante anche di un modo di vivere. Si parla così di 'turismo esperienziale', un segmento molto accattivante per una regione percepita dall'immaginario collettivo come spiaggia o poco più. Però nel nostro caso si va oltre. Perché mare e terra si guardano e si abbracciano. Raccontano storie, che partono anche dal mare, e allora si parla di ititurismo e poi percorrono le millenarie strade di transumanza nel tormentato entroterra. Qui gli squarci paesaggistici sono spesso potenti e ancora più potente ed operoso è stato l'incessante operare dell'uomo. Le aziende coinvolte nel progetto TerrAgir³ sono le finali protagoniste di una storia scolpita nel tempo. Sono le attuali attrici e sono in fase di rilancio. Il ritorno alla terra appare evidente in molti settori del territorio, soprattutto a ridosso della costa, ma non solo. Appare determinante la scelta di operare sui prodotti certificati e garantiti nel loro legame con il nome geografico. Si parla dunque di una garanzia in più, fondativa, per un pubblico di viaggiatori, non di turisti. Di esploratori del gusto e del paesaggio. Di fronte – conclude il presidente Siffredi – il classico agriturismo o il turismo 'verde' richiede un rinnovato protagonismo da parte di chi gestisce un'azienda agricola. Si richiedono infatti molteplici capacità di narrazione del proprio vissuto rurale e una capacità di far entrare il visitatore nel proprio mondo, nel proprio territorio onde apprezzare in modo completo i prodotti della terra. Nel tempo, saranno proprio i migliori tour operator a comprendere il valore della proposta ligure. Una proposta così forte che potrebbe anche favorire i viaggi incentive. Capire come in Liguria si vive l'assoluto connubio con la natura, domandola, convince e motiva chiunque”.

TerrAgir³



Un progetto finanziato dal programma Italia-Francia Marittimo, con capofila la Provincia di Nuoro e partner Regione Liguria, Regione Toscana, Odarc (Ufficio di sviluppo agricolo e rurale della Corsica), Consorzio per la tutela dell'olio extravergine di oliva DOP Riviera Ligure, Strada del vino Cannonau, Federazione Strade del Vino, dell'Olio e dei Sapori di Toscana, Conseil Interprofessionnel des Vins de Corse – CIV.



Tre ambiziosi progetti per il Consorzio di Tutela del Pecorino Romano DOP

Life Magis – Un progetto con l'obiettivo di ottenere il “marchio green” del Ministero dell'Ambiente per garantire e certificare la capacità di un'azienda di produrre inquinando poco e rispettando l'ambiente, frutto del recepimento delle raccomandazioni UE in tema ambientale che interesserà l'intera filiera produttiva del Pecorino Romano DOP.

Sheep to Ship – Mettere a punto buone pratiche e soluzioni agro-zootecniche innovative che consentano di ridurre le emissioni di gas serra da parte della filiera ovina sarda, grazie ad un uso più efficiente e razionale delle risorse impiegate nei processi produttivi e al miglioramento di tutta la filiera foraggera. Obiettivo 20% in meno di emissioni di gas serra del comparto ovino della Sardegna, in dieci anni.

Made Green in Italy – Il progetto vede protagonisti Pecorino Romano DOP, Grana Padano DOP e Provolone Valpadana DOP con l'obiettivo di migliorare la crescita sostenibile di imprese e produzioni, coniugando qualità e sostenibilità per favorire la competitività su mercati nazionali ed internazionali.

PECORINO ROMANO DOP

I luoghi di produzione del Pecorino Romano DOP attrazione turistica in chiave green



“Puntiamo sul rispetto dell'ambiente per rafforzare ancora di più il messaggio sulle qualità ambientali del Pecorino Romano DOP – dice **Salvatore Palitta** presidente del Consorzio – e aumentarne l'attrattiva nei confronti dei consumatori, anche in chiave turistica. Abbiamo aderito a progetti che promuovono la sostenibilità dei nostri allevamenti e delle nostre produzioni, in un mercato sempre più attento alle tematiche ambientali dei prodotti agroalimentari. La vocazione ambientalista del Pecorino Romano DOP è già nel suo sistema allevatorio: pascolo allo stato brado, rispetto per la natura e l'essere un presidio naturale del territorio, per esempio con-

tro gli incendi, ne fanno un esempio di costante tutela e valorizzazione ambientale. È un patrimonio di grande valore da far conoscere anche ai turisti, sempre più interessati a offerte fortemente legate alla tradizione e a percorsi esperienziali”.

PARMIGIANO REGGIANO DOP

In cammino nella Via Francigena per scoprire il Parmigiano Reggiano DOP



I caseifici del Consorzio di tutela del Parmigiano Reggiano DOP, anche in questa estate di distanziamento, hanno proposto visite guidate in sicurezza per far vivere un'esperienza multisensoriale tra storia, tradizioni, sapori e profumi. A giugno è stata completata la segnaletica di “Sosta & Gusta” sulla via Francigena, i cartelli che contrassegnano l'ingresso, l'uscita e la parte centrale del percorso su un'asse che vede il Parmigiano Reggiano DOP accompagnare i pellegrini lungo tutto il territorio storico. La Via Francigena, candidata per il riconoscimento come Patrimonio dell'Unesco e il formaggio Parmigiano Reggiano DOP una delle Indicazioni Geografiche più apprezzate e conosciute al mondo, rappresentano la migliore carta d'identità per valorizzare un percorso tra i più affascinanti dell'intero itinerario, da Canterbury a Roma fino a Santa Maria di Leuca. I caseifici sul percorso possono accogliere i visitatori e spiegare le fasi di lavorazione, con punti ristoro e vendita di Parmigiano Reggiano DOP lungo l'itinerario francigeno parmense. Il Consiglio d'Europa nel report annuale (2019) che presenta le attività culturali più importanti realizzate nei cammini europei, ha inserito per la Via Francigena “Sosta & Gusta” come esempio di iniziativa che mette in primo piano il benessere delle persone. In un momento storico come questo è sicuramente un progetto da seguire con attenzione. Anche quest'anno confermato ad ottobre l'appuntamento con Caseifici Aperti, l'iniziativa che permette di visitare il mondo del Parmigiano Reggiano DOP, incontrare i casari e acquistare direttamente il prodotto.



Visite guidate e in sicurezza lungo la Via Francigena nei luoghi del Parmigiano Reggiano DOP

Enoturismo, patrimonio italiano da 25mila aziende. Come operare in tranquillità ai tempi del Covid-19

Sono numerose le indicazioni suggerite dalle organizzazioni della filiera vitivinicola per far ripartire in sicurezza l'enoturismo, un settore che in Italia conta 25mila aziende, 30mila dipendenti stagionali, e un giro d'affari stimato tra i 2 e i 2,5 miliardi di euro per le sole vendite dirette in cantina. Fra queste la "Carta dell'Enoturismo ai tempi del Covid-19", ideata e scritta da Unione Italiana Vini (Uiv) e Movimento Turismo del Vino che supporta le aziende e tutela imprenditori, lavoratori e turisti, in un documento di 38 punti che raccoglie tutte le raccomandazioni utili per operare in tranquillità. La "Carta dell'Enoturismo ai tempi del Covid-19" integra in modo coerente le norme nazionali, i protocolli e linee guida di carattere generale di emanazione pubblica con il protocollo internazionale "Tranquillamente Enoturismo: Linee Guida e Buone Pratiche per un Enoturismo Covid-Free" sviluppato dalla professoressa Roberta Garibaldi insieme al Movimento Turismo del Vino attraverso un confronto con esperti e rappresentanti delle principali organizzazioni e istituzioni dell'enoturismo internazionale.

PRIMITIVO DI MANDURIA DOP

La rinascita vuol dire anche turisti in cantina



Da luglio a settembre si sono svolte le tappe "Tra le Torri del Primitivo di Manduria", evento estivo organizzato dal Consorzio di Tutela Primitivo di Manduria fra Taranto e Brindisi, con percorsi a piedi alla scoperta di castelli, sentieri marini poco conosciuti e i monumenti nascosti del territorio jonico salentino, nei luoghi più belli della Puglia. Il tour ha toccato Palagianò, Torre Colimena, la Salina dei Monaci, splendida oasi naturalistica protetta di Manduria, i cinquecenteschi ba-



Nuovo enoturismo



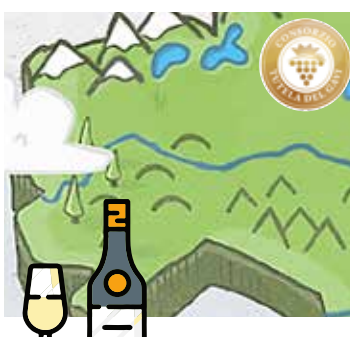
È una piattaforma creata da The Round Table con il Movimento Turismo della Lombardia per favorire l'efficace diffusione dell'Enoturismo in Italia e le sue opportunità in sintonia con il Decreto attuativo sull'Enoturismo del 12 marzo 2019 a firma del Mipaaf.

stioni del castello di Pulsano, il castello D'Ayala-Valva di Carosino, il museo Ribezzo e il lungomare di Brindisi.

"Un segnale di normalità, nel rispetto delle regole precauzionali, è quello che il Consorzio di tutela vuole dare alla comunità – commenta il presidente **Mauro di Maggio** – per ritornare a vivere esperienze di prossimità fatte di cibo e natura e le nostre aree rurali hanno una marcia in più: luoghi di grande fascino come vigneti e mare senza dimenticare il vino e il buon cibo. Come Consorzio saremo ancora più vicini alle cantine per un'accoglienza green ed ecosostenibile". Tutte le iniziative sono state organizzate in piena sicurezza secondo le disposizioni per il contrasto al Covid-19. Nel mese di luglio il Consorzio di Tutela del Primitivo di Manduria ha collaborato anche con "Il canto degli ulivi", 46° edizione del Festival della Valle d'Itria, che ha proposto l'opera in massa, abbinando musica lirica e vino di qualità.

GAVI DOP

Formare gli operatori per offrire una ospitalità migliore



"Il Nuovo Enoturismo: istruzioni per l'uso" è il titolo del ciclo di webinar organizzati dal Consorzio Tutela del Gavi DOCG per indirizzare le cantine vitivinicole del Gavi DOP e gli operatori della ristorazione e delle strutture ricettive nella pianificazione della ripartenza del turismo.

"Il turismo enogastronomico – spiega Roberto Ghio, presidente del Consorzio Tutela del Gavi – è stato l'esperienza da cui ripartire. Nell'enoturismo si integrano infatti due dei settori di riferimento della nostra economia, quello vinicolo-agroalimentare e quello turistico, che hanno perso fattur-



Percorsi a piedi nei luoghi meno conosciuti del Primitivo di Manduria DOP e road show con nuove regole di sicurezza nei borghi e nelle città d'arte del vino emiliano-romagnolo con Tramonto DiVino

rato a causa del lockdown internazionale. Un'opportunità per gli operatori economici di entrambi i comparti e l'occasione per viaggiatori piemontesi e delle regioni vicine, di esperienze all'aperto, sostenibili e in piena sicurezza”.

COLLI EUGANEI DOP

Dall'unione di tutte le realtà del territorio la spinta per ricominciare

Con “Serprino Weekend” il Consorzio vini Colli Euganei, in collaborazione con realtà locali, ha organizzato una serie di eventi in sicurezza nel territorio dei Colli Euganei e della provincia di Padova, dando vita a un'iniziativa promozionale multiforme e diffusa, che ha proposto degustazioni enogastronomiche, percorsi in bicicletta e in barca alla scoperta di tesori culturali, passeggiate naturalistiche e numerose offerte termali. Unendo le forze, è stata creata l'occasione per dare una spinta alla ripartenza delle tante attività dell'area euganea, coinvolgendo ristorazione, enoteche, alberghi e terme per cercare di uscire da un periodo difficile con l'energia giusta.

FRANCIACORTA DOP

Tante attività green nel territorio della Franciacorta

Il Covid non ha fermato gli eventi in Franciacorta: musica nel verde, pedalate e caccia al tesoro nei vigneti. Le iniziative green hanno permesso di ricominciare dopo il lockdown. Nel corso dell'estate tante le iniziative su tutto il territorio della Franciacorta; la possibilità di svolgere attività all'aria aperta è stata la carta vincente per la ripresa, con

le degustazioni di vino come fil rouge dei diversi eventi ed esperienze. A Ome è stato organizzato un itinerario alla scoperta delle bellezze degli orti botanici. Il cicloturismo ha permesso molte altre attività, come la Millemonti escursioni di luglio, facile pedalata enogastronomica fra i colli della Franciacorta, o la classica Pedalonga di settembre, tra il lago d'Iseo e la Franciacorta, con soste in cantina su un percorso di 50 km per ciclisti con una certa preparazione fisica. La caccia al tesoro tra i vigneti in Franciacorta è stata un'altra divertente esperienza con prove di orientamento a squadre tra i filari di vite. Un modo alternativo per esplorare i vigneti divertendosi e mettendo alla prova le proprie abilità, seguito da visite in cantina, pic-nic nei vigneti, incluso vino Franciacorta DOP e dalla collaborazione con il Festival Pianistico Internazionale di Brescia e Bergamo, per tornare a godere della musica dal vivo in sicurezza, concerti all'aperto nel verde della Franciacorta

ENOTECA EMILIA-ROMAGNA

Tramonto DiVino: il meglio del cibo e del vino dell'Emilia-Romagna servito a tavola in sicurezza

Tramonto DiVino il road show del gusto dell'Emilia-Romagna, non si è fermato nell'estate 2020. Con uno scatto di resilienza ha apparecchiato le notti in Riviera, nei borghi e nelle città d'arte con il meglio del cibo e del vino dell'Emilia-Romagna servito a tavola in sicurezza, seguendo le regole del distanziamento sociale. Un gran tour enogastronomico, per celebrare Pellegrino Artusi nel 200° anniversario della nascita, con sette tappe, di cui sei in Emilia-Romagna e una in Germania a Francoforte sul Meno, dove Enoteca Regionale, che quest'anno festeggia il suo cinquantesimo anniversario, gestisce il ristorante “InCantina”, enclave di promozione e cultura dell'Emilia-Romagna enogastronomica. Del tutto nuovo il format che ha sostituito la classica libera degustazione in piedi che richiamava centinaia di persone a ogni tappa. Per motivi di sicurezza sono state organizzate cene-degustazione, con posti limitati, nel pieno rispetto delle norme imposte dall'emergenza Covid.



Mele, progetto sostenibilità per oltre 10.000 aziende

CSQA attesta la sostenibilità delle mele VOG Products. In Trentino Alto Adige un progetto ai massimi livelli con il GLOBALG.A.P. FSA

a cura di Geronimo Nerli

Il concetto di sostenibilità si è ormai affermato come un tema prioritario sia nelle filiere produttive che nel sistema di consumo, entrando in una fase matura in cui da elemento di discussione diventa fattore strategico concreto per le imprese del mondo agroalimentare di qualità. Un concetto che, naturalmente, riguarda la conservazione dei fattori naturali di produzione (terra, acqua, specie vegetali e animali) nonché l'uso di metodi rispettosi dell'ambiente, economicamente solidi e socialmente accettabili.

Ma come e con quali vantaggi la sostenibilità può diventare uno step evolutivo per le produzioni IGP?

Una case history di grande valore arriva dal Trentino Alto Adige grazie all'esperienza del Consorzio VOG Products, tra i cui prodotti spiccano le Mele Alto Adige IGP, che ha scelto la sostenibilità per i propri fornitori di mele attraverso lo standard GLOBALG.A.P. Farm Sustainability Assessment. Si è da poco

concluso infatti con successo il processo di valutazione, da parte di CSQA Certificazioni, relativo alla verifica della sostenibilità nelle aziende agricole altoatesine e trentine.

Numerosi i soci VOG Products che coltivano Mela Alto Adige IGP

Un progetto di grande portata con ricadute importanti sul territorio e la comunità locale, grazie alle dimensioni del Consorzio che conta più di 13.000 membri per 28.000 ettari di coltivazioni. Un ulteriore passo verso il miglioramento che abbraccia temi di grande attualità come la pianificazione della solidità economica a lungo termine, la protezione dalla diffusione di specie e organismi invasivi; il divieto di utilizzo di fitofarmaci; la tutela delle aree protette; il monitoraggio delle emissioni di gas serra e l'ottimizzazione dei periodi di raccolta dei prodotti.

VOG Products

È un'azienda innovativa fondata nel 1967 collocata in Trentino Alto Adige/Südtirol nel cuore delle Dolomiti, una regione con una lunga tradizione di frutteti. L'azienda è specializzata nella lavorazione di mele e altri frutti. È di proprietà di 18 cooperative in Alto Adige e Trentino e 4 organizzazioni di produttori che comprendono oltre 13.000 imprese a conduzione familiare che gestiscono con passione e sostenibilità un totale di 28.000 ettari di terra coltivata. Ogni anno, VOG Products lavora oltre 300.000 tonnellate di materie prime, tra cui le Mele Alto Adige IGP per creare prodotti sani e sicuri per il mercato internazionale.



A questi si aggiungono aspetti di sostenibilità sociale, tra i quali vi sono quelli legati alla prevenzione della discriminazione dei lavoratori e loro sicurezza; contratti di lavoro in conformità alle leggi nazionali; il divieto di lavoro forzato; un carico di lavoro equo, salari pagati regolarmente e in linea con le normative, il divieto di utilizzo di lavoro minorile e la protezione dei lavoratori dalle attività dannose per la loro salute e per quella di altri lavoratori. Elementi di sviluppo provenienti dall'esperienza della piat-

taforma SAI (Sustainable Agriculture Initiative), un'iniziativa globale per la catena del valore di alimenti e bevande nata con l'obiettivo di sostenere lo sviluppo dell'agricoltura sostenibile in tutto il mondo. Per raggiungere questo scopo GLOBALG.A.P. e la piattaforma SAI hanno infatti collaborato con l'obiettivo di offrire un approccio innovativo che beneficia dell'expertise e della loro lunga esperienza sviluppando la GLOBALG.A.P. Farm Sustainability Assessment (GGFSA). Una nuova soluzione basata sugli stan-

dard GLOBALG.A.P. per le colture in grado di combinare tutti i requisiti di sostenibilità dell'FSA in uno standard compatto e valutabile. In questo modo, i produttori con certificazione GLOBALG.A.P. sono in grado di dimostrare la conformità ai requisiti FSA evitando duplicazioni. Un punto di arrivo congiunto che consente, inoltre, un approvvigionamento trasparente e più efficiente di prodotti sicuri e sostenibili per la grande industria, commercianti, rivenditori e produttori.

Alcuni degli elementi chiave dello Standard GLOBALG.A.P. Farm Sustainability Assessment



Sul sito www.csqa.it la scheda di approfondimento completa

Sostenibilità una concreta opportunità di sviluppo per le aziende

“Questo percorso di verifica, conclusosi con il rilascio del Global.G.A.P. Farm Sustainability Assessment, rientra in un importante progetto di sostenibilità i cui valori sono da sempre sostenuti con forte convinzione da CSQA. La sostenibilità non è solo una questione di etica, ma rappresenta un asset sempre più importante per le aziende e un'opportunità per il loro sviluppo. Le imprese che investono in sostenibilità e in azioni volte a raggiungerla e certificarla, oltre a essere lungimiranti, aumentano la reputazione aziendale e sono premiate dal mercato, dai consumatori, i clienti e gli investitori. A VOG Products il nostro plauso per aver saputo cogliere i molteplici aspetti positivi di questo standard e aver raggiunto, tra le prime in Italia, questo importante obiettivo”.



Pietro Bonato
AD e Direttore Generale CSQA



Johannes Runggaldier *Presidente VOG Products (a sinistra)* e **Christoph Tappeiner** *Direttore VOG Products (a destra)*

La sostenibilità alle radici della nostra catena di produzione

“Siamo particolarmente lieti che questo impegno sul quale investiamo da lungo tempo abbia ottenuto il riconoscimento dalla FSA Gold Label”, spiega Johannes Runggaldier, Presidente di VOG Products. “La sostenibilità per noi non è un'etichetta superficiale, ma raggiunge le radici stesse della nostra catena di produzione. Ciò è garantito, tra l'altro, da una tracciabilità completa, che parte dall'agricoltore e arriva fino al prodotto”. “Questa è la nostra promessa al cliente e al consumatore finale”, aggiunge il direttore Christoph Tappeiner. “La sostenibilità è vissuta in modo attivo e fa parte della nostra cultura aziendale, poiché è da sempre sviluppata in relazione alle sfide e ai requisiti futuri del mercato”.



valorizzazione IG

Certificazione e qualità nella GDO



Il Meglio della Cultura Gastronomica

Una delle prime linee italiane lanciata da Coop completamente dedicata alle eccellenze alimentari che valorizza anche prodotti DOP IGP STG

a cura della Redazione



Il rapporto fra grande distribuzione e Indicazioni Geografiche è da sempre piuttosto controverso: se da un lato i produttori apprezzano le opportunità di un canale importante in termini di volumi e strategico per la diffusione della conoscenza dei prodotti DOP IGP, dall'altro le regole che impongono i marchi privati non sempre hanno trovato riscontro con le capacità e le peculiarità produttive delle filiere certificate. Di fatto negli ultimi anni la crescente attenzione delle private label della GDO ha aumentato in maniera progressiva i volumi dei prodotti DOP IGP e la consapevolezza da parte dei consumatori legata ai prodotti di origine geografica. Una delle aziende che vanta una lunga esperienza nella valorizzazione delle produzioni locali è sicuramente Coop Italia, che dal 2003 promuove una linea specifica chiamata fior fiore Coop che accoglie oltre 400 prodotti tipici e specialità italiane ed estere, fra cui 150 DOP IGP. Laura Stefanini, brand manager del Prodotto a Marchio fior fiore Coop, racconta a Consortium le caratteristiche di questa linea.

di Laura Stefanini - brand manager fior fiore Coop

Da oltre 70 anni i prodotti a marchio Coop soddisfano i bisogni del consumatore italiano in termini di spesa alimentare, offrendo prodotti buoni, sicuri e convenienti, rispettosi dell'ambiente e del lavoro dell'uomo. Grazie alla sua storia e alla presenza su tutto il territorio nazionale, Coop ha potuto acquisire una vista privilegiata sul consumatore ed è grazie a questa che adegua continuamente l'offerta dei prodotti a marchio, in funzione degli stili di vita e delle abitudini di consumo.

La linea fior fiore Coop nasce nel 2003 proprio per dare risposte ad una domanda crescente di prodotti alimentari di alta qualità. fior fiore punta ad offrire il meglio della cultura gastronomica, italiana ma non solo, portando sugli scaffali una selezione di prodotti tipici del territorio e di specialità alimentari ad un prezzo giusto, accessibile ai più. Una linea garantita da Coop, realizzata da produttori altamente selezionati che coniugano fasi artigianali di lavorazione con tecnologie produttive moderne e sicure. La linea fior fiore è immediatamente riconoscibile anche grazie ad un packaging attraente e, negli anni, è diventata un punto di riferimento non solo per i clienti ma anche nel mondo della marca del distributore.

Le produzioni agroalimentari di qualità hanno un peso di rilievo all'interno della gamma di prodotti a marchio Coop. Non a caso, il primo prodotto ad essere inserito nella nascente linea premium fior fiore Coop fu proprio una Denominazione di Origine Protetta, il Parmigiano Reggiano DOP.

Oggi nell'assortimento di prodotti a marchio Coop contiamo oltre 150 Indicazioni Geografiche, di queste il 70% sono nella linea fior fiore, mentre il restante 30% è presente nelle altre linee in cui si articola l'offerta. Ciò è frutto di una scelta fatta in fase di progettazione del prodotto, che mira ad una più chiara lettura da parte del cliente della proposta di valore, in relazione ai suoi bisogni. Per esempio, prendiamo il caso del Parmigiano Reggiano DOP: nella linea fior fiore si è optato per una tipologia proveniente solo dall'alto Appennino Reggia-




Trend in crescita per le IG

Nell'anno 2019 le vendite dei prodotti a marchio fior fiore Coop ad Indicazione Geografica sono cresciute del +17%. Nei primi mesi del 2020, con la pandemia che ha stravolto le nostre abitudini di vita, la spesa dei consumatori si è rivolta in modo ancora più deciso verso i prodotti tipici del nostro territorio, in particolare salumi, grana e formaggi freschi. Vendite importanti anche per birre, dolci e cioccolato di alta qualità, a dimostrazione dell'importanza non solo economica ma anche affettiva che riveste l'agroalimentare di qualità per il consumatore italiano.

no e su stagionature lunghe (30 mesi oppure 40 mesi). Ma sono disponibili altre selezioni di Parmigiano Reggiano DOP, con caratteristiche diverse e stagionature inferiori, come il Parmigiano Reggiano DOP da agricoltura biologica che è nella linea Vivi verde Coop, o il Parmigiano Reggiano DOP della linea Origine, dove si concretizzano le scelte di Coop in termini di tracciabilità totale di filiera.

FIOR FIORE COOP e IG



2003

nasce linea fior fiore




150 IG

fra i prodotti a marchio Coop



oltre 400

prodotti linea fior fiore



100 DOP IGP

linea fior fiore

Nella linea fior fiore oggi contiamo circa 400 prodotti confezionati, di questi uno su quattro è una Indicazione Geografica (DOP IGP): una bella rappresentazione del patrimonio gastronomico di qualità, fatta di salumi tipici, formaggi, oli extravergini, cioccolato, pasticceria, frutta, ortaggi, carne, birra, vini tipici e spumanti.

La valorizzazione della qualità passa altresì dalla scelta del singolo ingrediente, sono infatti molti altri i prodotti fior fiore che contengono in ricetta ingredienti DOP IGP. Solo per citare qualche esempio, i sottoli a base di Melanzana Rossa di Rotonda DOP, i fagottini di pomodori secchi farciti con Pecorino Sardo DOP, il gelato con Nocciola del Piemonte IGP, la pizza farcita con Caciocavallo Silano DOP o con Mozzarella di Bufala Campana DOP, la spremuta con Arance di Ribera DOP. In tal modo, declinando al meglio il valore dei prodotti di qualità certificata all'interno del proprio assortimento, Coop fa scelte precise mirate ad amplificarne la visibilità e a stimolare la conoscenza e l'acquisto di prodotti di qualità. Se il bene comune è la tutela della qualità, abbiamo la convinzione che il marchio d'impresa e l'Indicazione Geografica, abbiano ruoli assolutamente complementari.

Una selezione dei migliori salumi DOP IGP

Sui salumi, fior fiore predilige la filiera controllata Coop che proviene da suini 100% italiani alimentati senza antibiotici negli ultimi 4 mesi. Coop lavora sulle filiere da oltre quindici anni e controlla ogni singolo passaggio per garantire la tracciabilità totale. Nella linea dei salumi fior fiore naturalmente non mancano le Indicazioni Geografiche, qui la scelta di solito ricade su stagionature più lunghe rispetto a quelle minime consentite dai disciplinari. Possono essere presenti anche più denominazioni per lo stesso prodotto: è il caso ad esempio del prosciutto crudo, ove l'offerta fior fiore comprende il Prosciutto di Parma DOP 24 mesi, il Prosciutto di Modena DOP 20 mesi e il Prosciutto di San Daniele DOP 18 mesi di stagionatura minima.



*Laura Stefanini
brand manager fior fiore Coop*

Possiamo in definitiva affermare che un marchio del distributore fortemente riconosciuto e apprezzato dai consumatori su scala nazionale, come fior fiore Coop, può contribuire a valorizzare e a promuovere i prodotti agroalimentari e vitivinicoli di qualità. Attraverso la presenza di un comune assortimento in oltre mille punti vendita, dislocati dal Piemonte alla Sicilia, il marchio fior fiore Coop in tutti questi anni ha stimolato la conoscenza di prodotti di qualità tra le regioni e tra i territori, fidelizzando e facendo crescere la consapevolezza del consumatore.

Grazie al confronto proficuo con il mondo della produzione e con i Consorzi di tutela, Coop ha contribuito inoltre alla crescita economica e alla tutela delle produzioni agroalimentari e vitivinicole di qualità certificata.



Una strategia per promuovere vini DOP IGP



19 vini



FIOR FIORE COOP n° vini IG

10
DOCG

8
DOC

1
IGT

Uno degli sviluppi più recenti è quello dei vini tipici, qui il posizionamento di eccellenza di fior fiore Coop si fonda sulla scelta di Indicazioni Geografiche, sulla selezione delle cantine partners e sulla collaborazione con l'Associazione Italiana Sommelier, ad ulteriore garanzia del profilo gustativo e sensoriale. Ad oggi sono presenti nei punti vendita 19 etichette fior fiore, tra vini e spumanti, provenienti da altrettante cantine e rappresentativi di 12 regioni italiane. Tutti i vini sono di filiera controllata e certificata da Coop sino al singolo vigneto o all'azienda agricola di provenienza delle uve. I controlli merceologici e sensoriali vengono ripetuti per ogni singola annata, così da mantenere uno standard elevato ed uniforme su tutti i vini appartenenti alla gamma. L'ultimo nato, il Malvasia delle Lipari DOP passito. Il più venduto, il Conegliano Valdobbiadene - Prosecco DOP Superiore Millesimato.

nuove IG

I prodotti iscritti nel registro europeo delle DOP IGP STG



Al 31 agosto 2020 si contano complessivamente 3.071 prodotti Food e Wine DOP IGP STG nei Paesi UE, che raggiungono quota 3.100 considerando anche le 29 registrazioni nei Paesi Extra-UE. In Europa vi sono 1.459 prodotti Food e 1.612 Wine a cui si aggiungono 237 prodotti Spirits IG, mentre nei Paesi Extra-UE si contano 27 prodotti Food e 2 prodotti Wine a cui si aggiungono 5 Spirits IG. Nel periodo aprile-agosto 2020 sono stati registrati 18 nuovi prodotti DOP IGP (13 Food e 5 Wine) nei seguenti Paesi: Italia (5 di cui 4 Food e 1 Wine), Francia (3), Spagna, Grecia, Polonia, Ungheria (2), Paesi Bassi e Romania (1).

Nuovi prodotti Food

Nel periodo aprile-agosto 2020 sono stati registrati 13 prodotti, 5 DOP, 7 IGP e 1 STG. A fine agosto 2020 le categorie per numero di denominazioni in Europa sono Ortofrutticoli e cereali (387), seguita dai Formaggi (253), Prodotti a base di carne (197), Carni fresche (168), Oli e grassi (141), Prodotti di panetteria, pasticceria, confetteria o biscotteria (95), Altri prodotti dell'allegato I del trattato (58), Altri Prodotti di origine animale (54), Pesci, molluschi, crostacei (50) e Altre categorie (58).

Győr-Moson-Sopron Megyei Csemege Sajt IGP – Ungheria
Reg. Ue 2020/541 del 07/04/2020 – GUUE L 121 del 20/04/2020

Cappero delle Isole Eolie DOP – Italia
Reg. Ue 2020/624 del 30/04/2020 – GUUE L 144 del 07/05/2020

Fasólia Kattaviás Ródou/Lófia Kattaviás Ródou IGP – Grecia
Reg. Ue 2020/629 del 05/05/2020 – GUUE L 148 del 11/05/2020

Podpiwek Kujawski IGP – Polonia
Reg. Ue 2020/635 del 12/05/2020 – GUUE L 149 del 12/05/2020

Accite de Jaén IGP – Spagna
Reg. Ue 2020/665 del 13/05/2020 – GUUE L 156 del 19/05/2020

Brousse du Rove DOP – Francia
Reg. Ue 2020/708 del 19/05/2020 – GUUE L 166 del 28/05/2020

Mele del Trentino IGP – Italia
Reg. Ue 2020/890 del 23/06/2020 – GUUE L 206 del 30/06/2020

Pomme de Terre de Noirmoutier IGP – Francia
Reg. Ue 2020/908 del 24/06/2020 – GUUE L 208 del 01/07/2020

Pecorino del Monte Poro DOP – Italia
Reg. Ue 2020/974 del 06/07/2020 – GUUE L 215 del 07/07/2020

Südtiroler Schüttelbrot/Schüttelbrot Alto Adige IGP – Italia
Reg. Ue 2020/1084 del 17/07/2020 – GUUE L 239 del 24/07/2020

Miód Spadziowy z Beskidu Wyspowego DOP – Polonia
Reg. Ue 2020/1154 del 29/07/2020 – GUUE L 255 del 05/08/2020

Elaiolado Makris DOP – Grecia
Reg. Ue 2020/1174 del 03/08/2020 – GUUE L 259 del 10/08/2020

Berthoud STG – Francia
Reg. Ue 2020/1200 del 10/08/2020 – GUUE L 269 del 17/08/2020



Mele del Trentino IGP – Italia



Cappero delle Isole Eolie DOP – Italia



Pecorino del Monte Poro DOP – Italia



Schüttelbrot Alto Adige IGP – Italia

Nuovi prodotti Wine

Per quanto riguarda il comparto Wine nel periodo aprile-agosto 2020 sono state registrate 5 DOP, una a testa in Spagna, Paesi Bassi, Ungheria, Romania e in Italia: il delle Venezie DOP, finora autorizzato solo a livello nazionale all'etichettatura transitoria (ai sensi dell'Art. 72 del Reg. 607/2009) e inserito a luglio 2019 fra i prodotti registrati a livello europeo.

Chozas Carrascal DOP – Spagna
Reg. Ue 2020/630 del 06/05/2020 – GUUE L 148 del 11/05/2020

Achterhoek – Winterswijk DOP – Paesi Bassi
Reg. Ue 2020/1063 del 13/07/2020 – GUUE L 232 del 20/07/2020

Csopakl DOP – Ungheria
Reg. Ue 2020/1062 del 13/07/2020 – GUUE L 232 del 20/07/2020

delle Venezie DOP – Italia
Reg. Ue 2020/1064 del 13/07/2020 – GUUE L 232 del 20/07/2020

Adamclisi DOP – Romania
Reg. Ue 2020/1120 del 23/07/2020 – GUUE L 242 del 30/07/2020

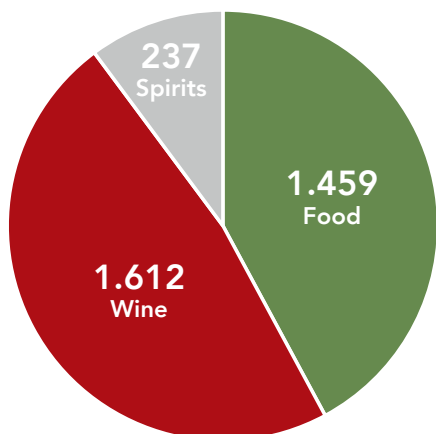


delle Venezie DOP – Italia

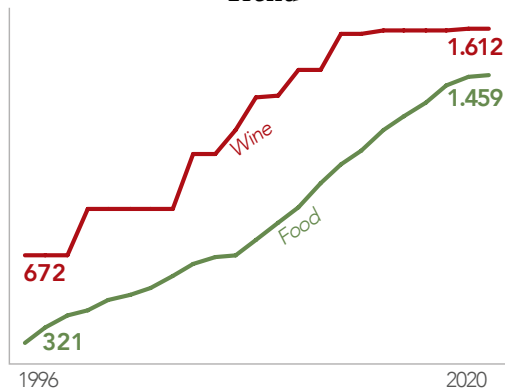
focus

DOP IGP STG in Europa - 31.08.2020

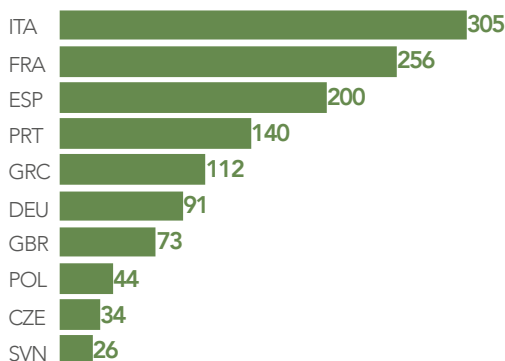
Categorie



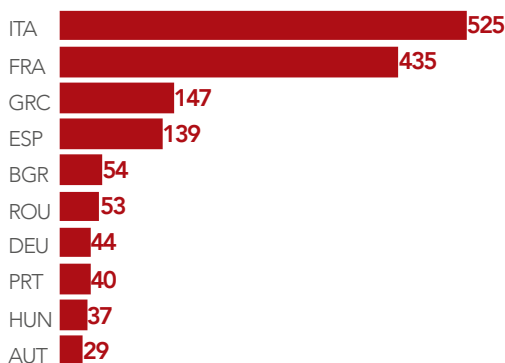
Trend



Food Paesi



Wine Paesi



Italia

Grazie alla registrazione di 5 denominazioni nel periodo aprile-agosto 2020, l'Italia con 830 prodotti è il Paese con il maggior numero di filiere DOP IGP STG al mondo, un primato che la vede superare Francia (691), Spagna (339), Grecia (259) e Portogallo (180). A livello territoriale la Toscana e il Veneto si confermano le regioni con il maggior numero di prodotti DOP IGP Food e Wine (92), seguite da Piemonte (85), Lombardia (78) e Emilia-Romagna (76, oppure 77 se si considera anche il Pignoletto DOP ancora autorizzato solo a livello nazionale all'etichettatura transitoria – ai sensi dell'Art. 72 del Reg. 607/2009).

Food

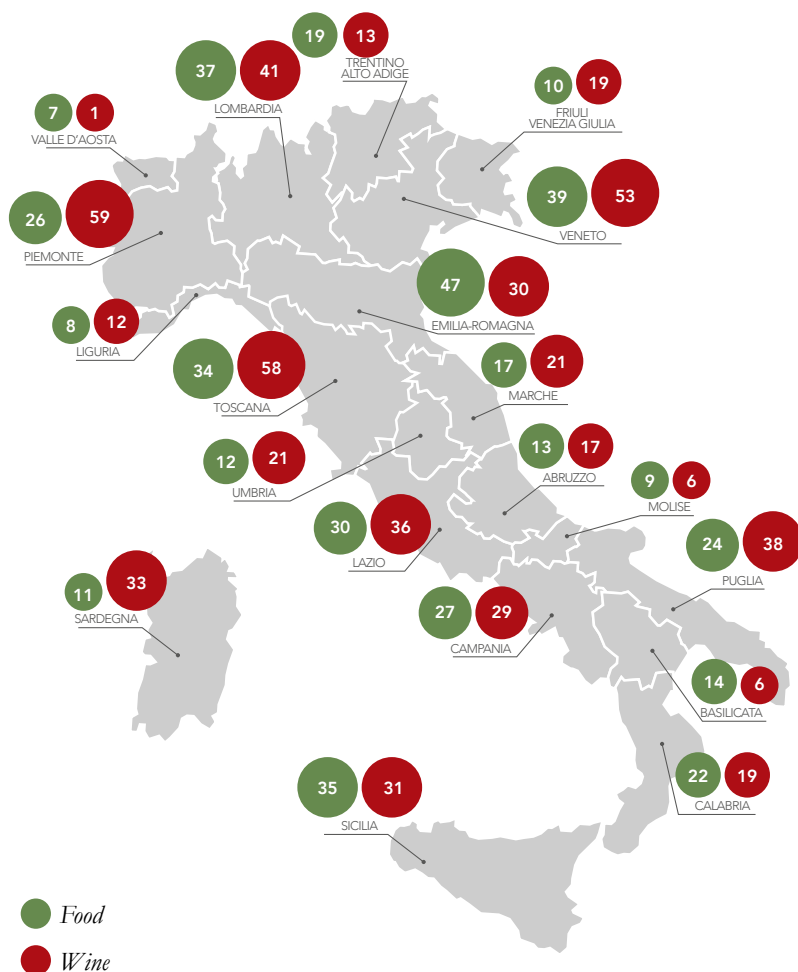
L'Italia conta 305 prodotti agroalimentari suddivisi in 169 DOP, 133 IGP e 3 STG e appartenenti alle seguenti categorie: Ortofrutticoli e cereali (114), Formaggi (54), Oli e grassi (47), Prodotti a base di carne (43), Prodotti di panetteria, pasticceria, confetteria o biscotteria (16), Altri prodotti dell'allegato I (8), Carni fresche (6) e Altre categorie (18).

Wine

Sono 525 i prodotti del comparto vinicolo, di cui 407 DOP e 118 IGP. Si tratta delle denominazioni riconosciute a livello europeo, che salgono però a 526 se si considerano anche le due denominazioni autorizzate a livello nazionale all'etichettatura transitoria – ai sensi dell'Art. 72 del Reg. 607/2009 – Pignoletto DOP, Friuli DOP e la cancellazione a livello italiano della denominazione Valtènesi DOP.

focus

DOP IGP STG per regione - 31.08.2020



sistema IG

Dati e novità del sistema italiano DOP IGP



CONSORZI FOOD

Il Consorzio Tutela Grana Padano ha nominato nuovo presidente **Renato Zaghini** (1) che succede ai 21 anni di presidenza di Nicola Cesare Baldrighi. Cambio di vertice anche per il Consorzio per la Tutela del Formaggio Gorgonzola DOP con **Antonio Auricchio** (2) nominato nuovo presidente dopo 12 anni in carica per Renato Invernizzi, mentre **Andrea Barmaz** (3) è il nuovo presidente del Consorzio Fontina DOP che va a sostituire Livio Vagneur che ha ricoperto la carica negli ultimi 12 anni. Nominati come nuovi presidenti anche **Günther Windegger** (4) per il Consorzio Speck Alto Adige IGP, **Attilio Fontana** (5) per il Consorzio di Tutela del Prosciutto Veneto Berico Euganeo DOP, **Stefano Petrucci** (6) per il Consorzio Sabina DOP e **Adriano Aldovrandi** (7) per il Consorzio Pera dell'Emilia Romagna IGP. **Vito Arra** (8) è stato eletto presidente del neonato Consorzio di tutela dei Culurgionis di Ogliastra IGP **Corradino Marconi** (9) è stato riconfermato alla presidenza del Consorzio Mortadella Bologna per il terzo mandato consecutivo; sono stati rieletti alla presidenza anche **Libero Stradiotti** (10) alla guida del

Nomine nel mondo DOP IGP

In questa sezione si segnalano i Consorzi di tutela e le associazioni di riferimento del settore che nel periodo aprile - agosto 2020 hanno rinnovato i propri organismi.

Consorzio Tutela Provolone Valpadana DOP, **Lorenzo Sangiovanni** (11) per il Consorzio Tutela Taleggio, **Alfio Biagini** (12) per il Consorzio Piadina Romagnola IGP, **Valentino Pivetta** (13) al vertice del Consorzio di tutela del formaggio Montasio DOP e **Rodolfo di Pasquale** (14) per il Consorzio di tutela della Patata del Fucino IGP.

CONSORZI WINE

Matteo Ascheri (15), Presidente del Consorzio Barolo Barbaresco Alba Langhe e Dogliani, è stato eletto Presidente di Piemonte Land of Perfection ente che raggruppa i quattordici Consorzi vinicoli del Piemonte. **Filippo Mobrì** (16) è stato riconfermato per la terza volta consecutiva Presidente del Consorzio Barbera d'Asti e Vini del Monferrato, mentre al Consorzio dell'Asti e del Moscato d'Asti DOP è arrivato un nuovo direttore dalla toscana, **Giacomo Pondini** (17), con un cambio al vertice anche per il Consorzio del Brunello di Montalcino, con il nuovo direttore **Michele Fontana** (18). Nuovo presidente per il Consorzio Tutela Vini Oltrepò Pavese che ha eletto **Gilda Fugazza** (19) e per il Consorzio Vini IGT Valcamonica con **Tino Tedeschi** (20). Anche l'Enoteca Regionale Emilia-Romagna ha nominato un nuovo presidente, l'enologo **Giordano Zinzani** (21). Riconfermati alla guida come presidenti **Stefano Faedo** (22) per il Consorzio Arcole DOP, **Franco Cristoforetti** (23) per il Consorzio di tutela Charetto e Bardolino, Emanuele **Medolago Albani** (24) per il Consorzio Tutela Valcalepio e **Francesco Monchiero** (25) per il Consorzio di tutela Roero DOP.

CONSORZI SPIRITS

Carlo Beccaris (26) è invece il nuovo presidente Consorzio Tutela Grappa del Piemonte e Grappa di Barolo, mentre **Bruno Pilzer** (27) è il nuovo presidente della Grappa del Trentino.



Cesare Baldrighi



Domenico Raimondo



Giuseppe Ambrosi



Nicola Bertinelli



Mariangela Grosoli



Vittorio Capanna



George Kössler



Fabrizio Filippi



31.07.2020

DOP e IGP, il Comitato Strategico di OriGIn Italia per le nuove sfide delle IG

Dal Testo Unico sui Consorzi di tutela, al nuovo piano dell'export per il made in Italy delle DOP IGP: sono i temi principali affrontati nel primo incontro del Comitato Strategico di OriGIn Italia, l'Associazione Italiana Consorzi Indicazioni Geografiche. Il Comitato Strategico, ha visto insieme imprenditori dell'agroalimentare italiano presidenti di alcuni fra i più importanti Consorzi di tutela di produzioni DOP IGP, con l'obiettivo di affrontare le nuove sfide di mercato, in questa fase particolare e quanto mai complicata del post Covid. Nel Comitato Strategico sono rappresentate le più importanti filiere dell'agroalimentare di qualità: dal settore lattiero-caseario a quello dei salumi e zootecnico; dal comparto dell'olio extravergine d'oliva a quello dell'ortofrutta, passando per la filiera degli aceti balsamici. Oltre al presidente di OriGIn Italia Cesare Baldrighi e al Presidente di Afidop Domenico Raimondo, il Comitato vede infatti la presenza di Giuseppe Ambrosi, vice presidente Consorzio del Grana Padano; di Nicola Bertinelli, presidente del Consorzio del Parmigiano Reggiano; Vittorio Capanna presidente del Consorzio Prosciutto di Parma; Mariangela Grosoli, presidente del Consorzio di Tutela Aceto Balsamico di Modena IGP; George Kössler, presidente Consorzio Mela Alto Adige IGP; Fabrizio Filippi, presidente Consorzio Olio Toscano IGP. All'incontro ha partecipato anche Cesare Mazzetti Presidente di Qualivita e Paolo De Castro Parlamentare Europeo che ha ribadito la contrarietà al sistema del Nutriscore e la necessità di accelerare gli iter di modifiche dei disciplinari.

normativa IG

Le principali novità normative comunitarie e nazionali da marzo ad agosto 2020



Legislazione europea – prodotti italiani



DOMANDE DI REGISTRAZIONE

Rucola della Piana del Sele IGP – Classe 1.6. Ortofrutticoli e cereali, freschi o trasformati – GUUE C 254 del 03/08/2020

Pampepato di Terni IGP/ Panpepato di Terni IGP – Classe 2.3. Prodotti di panetteria, pasticceria, confetteria – GUUE C 217 del 01/07/2020



Colatura di Alici di Cetara DOP – Classe 1.7. Pesci, molluschi, crostacei freschi e prodotti derivati – GUUE C 208 del 22/06/2020

Limone dell'Etna IGP – Classe 1.6. Ortofrutticoli e cereali, freschi o trasformati – GUUE C 204 del 18/06/2020

Olio Lucano IGP – Classe 1.5. Oli e grassi – GUUE C 172 del 20/05/2020

Schüttelbrot IGP/Schüttelbrot Alto Adige IGP – Classe 2.3. Prodotti di panetteria, pasticceria, confetteria o biscotteria – GUUE C 81 del 11/03/2020

Mele del Trentino IGP – Classe 1.6. Ortofrutticoli e cereali, freschi o trasformati – GUUE C 72 del 05/03/2020



APPROVAZIONE MODIFICHE DEI DISCIPLINARI DI PRODUZIONE

Piave 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 – GUUE L 267 del 14/08/2020

Riso Nano Vialone Veronese IGP – Approvazione di una modifica non minore del disciplinare di un nome iscritto nel registro delle Denominazioni di Origine Protette e delle Indicazioni Geografiche Protette – GUUE L 209 del 02/07/2020

Aprutino Pescarese 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 – GUUE L 201 del 25/06/2020

Menfi DOP – Approvazione di modifiche del disciplinare della Denominazione di Origine Protetta – GUUE L 148 del 11/05/2020



DOMANDE DI MODIFICA DISCIPLINARE DI PRODUZIONE

FOOD

Monti Iblei DOP – GUUE C 274 del 19/08/2020

Radicchio di Chioggia IGP – GUUE C 231 del 14/07/2020

Casciotta d'Urbino DOP – GUUE C 223 del 07/07/2020

Peperone di Senise IGP – GUUE C 223 del 07/07/2020

Asparago Verde di Altedo IGP – GUUE C 221 del 06/07/2020

Mela di Valtellina IGP – GUUE C 208 del 22/06/2020

Mortadella di Prato IGP – GUUE C 186 del 05/06/2020

Asiago DOP – GUUE C 178 del 28/05/2020

Patata del Fucino IGP – GUUE C 171 del 19/05/2020



Casatella Trevigiana DOP – GUUE C 171 del 19/05/2020
Pecorino Siciliano DOP – GUUE C 170 del 18/05/2020
Silter DOP – GUUE C 166 del 14/05/2020
Piave DOP – GUUE C 115 del 07/04/2020
Cinta Senese DOP – GUUE L 82 del 19/03/2020
Riso Nano Vialone Veronese IGP – GUUE C 70 del 04/03/2020

WINE

delle Venezie IGP – GUUE C 63 del 20/07/2020
Terrazze Retiche di Sondrio IGP – GUUE C 63 del 20/07/2020
Vin Santo di Montepulciano DOP – GUUE C 229 del 13/07/2020
Ruché di Castagnole Monferrato DOP – GUUE C 229 del 13/07/2020
Vino Nobile di Montepulciano DOP – GUUE C 227 del 10/07/2020
Rosso di Montepulciano DOP – GUUE C 224 del 08/07/2020
Mitterberg IGP – GUUE C 217 del 01/07/2020
Cerasuolo di Vittoria DOP – GUUE C 216 del 30/06/2020
Friuli DOP – GUUE C 202 del 16/06/2020
Piemonte DOP – GUUE C 91 del 20/03/2020
Recioto di Soave DOP – GUUE C 88 del 17/03/2020
Soave Superiore DOP – GUUE C 72 del 05/03/2020



Sistema IG e Paesi extra-UE



Giappone: Indicazioni Geografiche, avviso di consultazione pubblica – GUUE C 217 del 01/07/2020

L'accordo di partenariato economico UE-Giappone, che comprende un capo sulle Indicazioni Geografiche (IG) in cui si proteggono numerose IG dell'UE e giapponesi, è entrato in vigore il 10 febbraio 2019.

Conformemente all'articolo 14.30 dell'accordo le autorità giapponesi hanno presentato un elenco di IG aggiuntive da proteggere a norma dell'accordo stesso.

Singapore: accordo di libero scambio tra UE e Singapore – GUUE L 150 del 13/05/2020

Decisione n. 2/2020 del Comitato per il commercio UE-Singapore, del 27 aprile 2020, sull'interpretazione, ai sensi dell'articolo 16.1, paragrafo 4, lettera d), dell'articolo 10.17 e dell'articolo 10.22 dell'accordo di libero scambio tra l'Unione europea e la Repubblica di Singapore per quanto riguarda le modifiche della protezione delle Indicazioni Geografiche di vini, bevande e prodotti agricoli e alimentari registrate a Singapore.

Indonesia: proposta di protezione nell'UE di Indicazioni Geografiche – GUUE C 78 del 10/03/2020

Nell'ambito dell'accordo UE-Indonesia la Commissione europea ha pubblicato un elenco di 23 Indicazioni Geografiche proposte dall'Indonesia per essere protette nell'UE; si tratta di un secondo lotto in rispetto al primo elenco pubblicato nel dicembre 2019, con dichiarazioni di opposizione che possono pervenire alla Commissione entro due mesi dalla data di pubblicazione.

Turchia: pubblicazione domanda di registrazione Milas Zeytinyağı DOP – Classe 1.6. Ortofrutticoli e cereali, freschi o trasformati – GUUE C 270 del 17/08/2020

Sri Lanka: pubblicazione domanda di registrazione Ceylon Cinnamon IGP – Classe 1.8 Altri prodotti indicati nell'allegato I del trattato (spezie ecc.) – GUUE C 208 del 22/08/2020



Turchia: pubblicazione domanda di registrazione Aydın Kestanesi DOP – Classe 1.6. Ortofrutticoli e cereali, freschi o trasformati – GUUE C 185 del 04/06/2020

Svizzera: Commune de Champagne IGP, respinta la domanda di registrazione – GUUE L 170 del 02/06/2020

Respinta la domanda di protezione di un nome in quanto Indicazione Geografica a norma dell'articolo 97, paragrafo 4, del regolamento (UE) n. 1308/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio Commune de Champagne IGP.

Legislazione italiana



Costituzione Pegno Rotativo IG – Costituzione del pegno rotativo sui prodotti agricoli e alimentari a Denominazione d'Origine Protetta o a Indicazione Geografica Protetta, inclusi i prodotti vitivinicoli e le bevande spiritose – GURI n. 215 del 29/08/2020

PROTEZIONE TRANSITORIA

Olio Lucano IGP, accordata la protezione transitoria nazionale e inviata istanza alla Commissione europea per la registrazione come indicazione geografica protetta.
GURI n. 192 del 01/08/2020



RICONOSCIMENTI E RINNOVI CONSORZI DI TUTELA

FOOD RICONOSCIMENTI

Consorzio di tutela Pizzoccheri della Valtellina IGP – GURI n. 194 del 04/08/2020
Consorzio per la tutela, la promozione e la valorizzazione del formaggio Ossolano DOP – GURI n. 151 del 16/06/2020
Consorzio di tutela dell'Anguria Reggiana IGP – GURI n. 99 del 15/04/2020

FOOD RINNOVI

Consorzio per la tutela dell'olio extravergine di oliva DOP Lametia – GURI n. 209 del 22/08/2020
Consorzio di tutela della denominazione di origine protetta per l'olio extravergine di oliva Vulture – GURI n. 208 del 21/08/2020
Conferma dell'incarico al Consorzio per la tutela della formaggella del Luinese DOP – GURI n. 208 del 21/08/2020
Consorzio di tutela della Provolone del Monaco DOP – GURI n. 206 del 19/08/2020
Consorzio per la tutela del formaggio Piave DOP – GURI n. 201 del 12/08/2020
Consorzio di tutela dell'Insalata di Lusia IGP – GURI n. 199 del 10/08/2020
Consorzio di tutela della DOP Riso di Baraggia Biellese e Vercellese – GURI n. 198 del 08/08/2020
Consorzio di tutela del Salame Felino IGP – GURI n. 194 del 04/08/2020
Consorzio di tutela dell'Arancia del Gargano IGP e del Limone Femminello del Gargano IGP – GURI n. 192 del 03/08/2020
Consorzio per la tutela del formaggio Mozzarella di Bufala Campana DOP Consorzio – GURI n. 187 del 27/07/2020
Consorzio per la tutela e la valorizzazione dell'olio extravergine di oliva DOP Dauno Consorzio – GURI n. 187 del 27/07/2020
Consorzio di tutela del Limone di Siracusa IGP – GURI n. 185 del 24/07/2020
Consorzio Mortadella Bologna – GURI n. 164 del 01/07/2020
Consorzio di tutela del Pecorino Toscano DOP – GURI n. 159 del 25/06/2020
Consorzio di tutela della Ricotta Romana DOP – GURI n. 158 del 24/06/2020
Consorzio di tutela della DOP Mela Val di Non – GURI n. 153 del 18/06/2020
Consorzio per la tutela del formaggio Asiago – GURI n. 151 del 16/06/2020
Consorzio di tutela del Nostrano Valtrompia – GURI n. 149 del 13/06/2020
Consorzio per la tutela del formaggio Montasio – GURI n. 148 del 12/06/2020
Consorzio per la tutela del formaggio Ragusano DOP – GURI n. 148 del 12/06/2020
Consorzio del prosciutto toscano – GURI n. 143 del 06-06-2020
Consorzio del formaggio Parmigiano Reggiano – GURI n. 142 del 05/06/2020
Consorzio tutela Provolone Valpadana – GURI n. 137 del 29-05-2020
Consorzio per la tutela del formaggio Pecorino Romano – GURI n. 133 del 25/05/2020
Consorzio per la tutela del formaggio Gorgonzola – GURI n. 133 del 25/05/2020
Consorzio Cacciatore – GURI n. 130 del 21/05/2020
Consorzio Salumi DOP Piacentini – GURI n. 128 del 19/05/2020
Consorzio di tutela IGP Patata del Fucino – GURI n. 128 del 19/05/2020
Consorzio di tutela della DOP Pecorino Crotonese – GURI n. 123 del 14/05/2020
Consorzio del Prosciutto di San Daniele – GURI n. 122 del 13/05/2020
Consorzio di tutela del Riso del Delta del Po IGP – GURI n. 116 del 07/05/2020
Consorzio del formaggio Stelvio – Konsortium Stilsfer Käse – GURI n. 114 del 05/05/2020
Consorzio per la tutela e la valorizzazione del Radicchio di Verona IGP – GURI n. 108 del 27/04/2020
Consorzio Mela Alto Adige – GURI n. 104 del 21/04/2020
Consorzio di tutela della Ciliegia di Vignola IGP – GURI n. 100 del 16/04/2020
Consorzio di tutela dell'olio extra vergine di oliva Garda DOP – GURI n. 91 del 06/04/2020
Consorzio tutela Aceto Balsamico di Modena – GURI n. 90 del 04/04/2020
Consorzio di tutela del Pecorino delle Balze Volterrane DOP – GURI n. 90 del 04/04/2020
Consorzio per la tutela della IGP Farro della Garfagnana – GURI n. 79 del 25/03/2020
Consorzio dei produttori per la tutela e la valorizzazione del Formai De Mut dell'Alta Valle Brembana – GURI n. 78 del 24/03/2020
Consorzio di tutela del Pomodorino del Piennolo del Vesuvio DOP – GURI n. 78 del 25/03/2020
Consorzio di tutela del Pistacchio Verde di Bronte – GURI n. 77 del 23/03/2020
Consorzio tutela Taleggio – GURI n. 77 del 23/03/2020
Consorzio di tutela del Peperone di Senise IGP – GURI n. 56 del 05/03/2020



WINE RICONOSCIMENTI

Consorzio tutela DOC delle Venezie – GURI n. 210 del 24/08/2020

WINE RINNOVI

Consorzio di tutela e valorizzazione del vino DOP Salice Salentino – GURI n. 210 del 24/08/2020
Consorzio per la tutela dei vini con denominazione di origine Bolgheri – GURI n. 210 del 24/08/2020
Consorzio di tutela DOC Tavoliere Consorzio – GURI n. 209 del 22/08/2020
Consorzio volontario per la tutela e la valorizzazione dei vini a DOC dell'Isola di Pantelleria – GURI n. 208 del 21/08/2020
Consorzio per la tutela e la valorizzazione dei vini DOC Pinerolese – GURI n. 192 del 03/08/2020
Consorzio di tutela vini DOC Sicilia – GURI n. 186 del 25/07/2020
Consorzio tutela vini DOC Colli Piacentini – GURI n. 174 del 13/07/2020
Consorzio tutela vini Oltrepò Pavese – GURI n. 166 del 06/07/2020
Consorzio tutela denominazioni vini Frascati – GURI n. 153 del 18/06/2020
Consorzio di tutela Roero – GURI n. 148 del 12/06/2020
Consorzio volontario di tutela Cerasuolo di Vittoria DOCG e Vittoria DOC – GURI n. 137 del 29-05-2020
Consorzio tutela vini DOC Asprinio d'Aversa, Galluccio e Falerno del Massico – GURI n. 136 del 29/05/2020
Consorzio tutela vini DOC Friuli Aquileia – GURI n. 129 del 20/05/2020
Consorzio volontario per la tutela dei vini Colli Euganei – GURI n. 115 del 07/05/2020
Consorzio per la valorizzazione dei vini DOC del Molise – GURI n. 110 del 30/04/2020
Consorzio di tutela dei vini a denominazione di origine controllata Cortona – GURI n. 105 del 22/04/2020
Consorzio volontario per la tutela e la valorizzazione dei vini Malvasia delle Lipari DOC e IGP Salina – GURI n. 104 del 21/04/2020
Consorzio per la tutela e la valorizzazione delle DOC Freisa di Chieri e Collina Torinese – GURI n. 92 del 07/04/2020
Consorzio per la tutela e la valorizzazione dei vini DOCG di Caluso e DOC di Carema e Canavese – GURI n. 92 del 07/04/2020





THE

PR

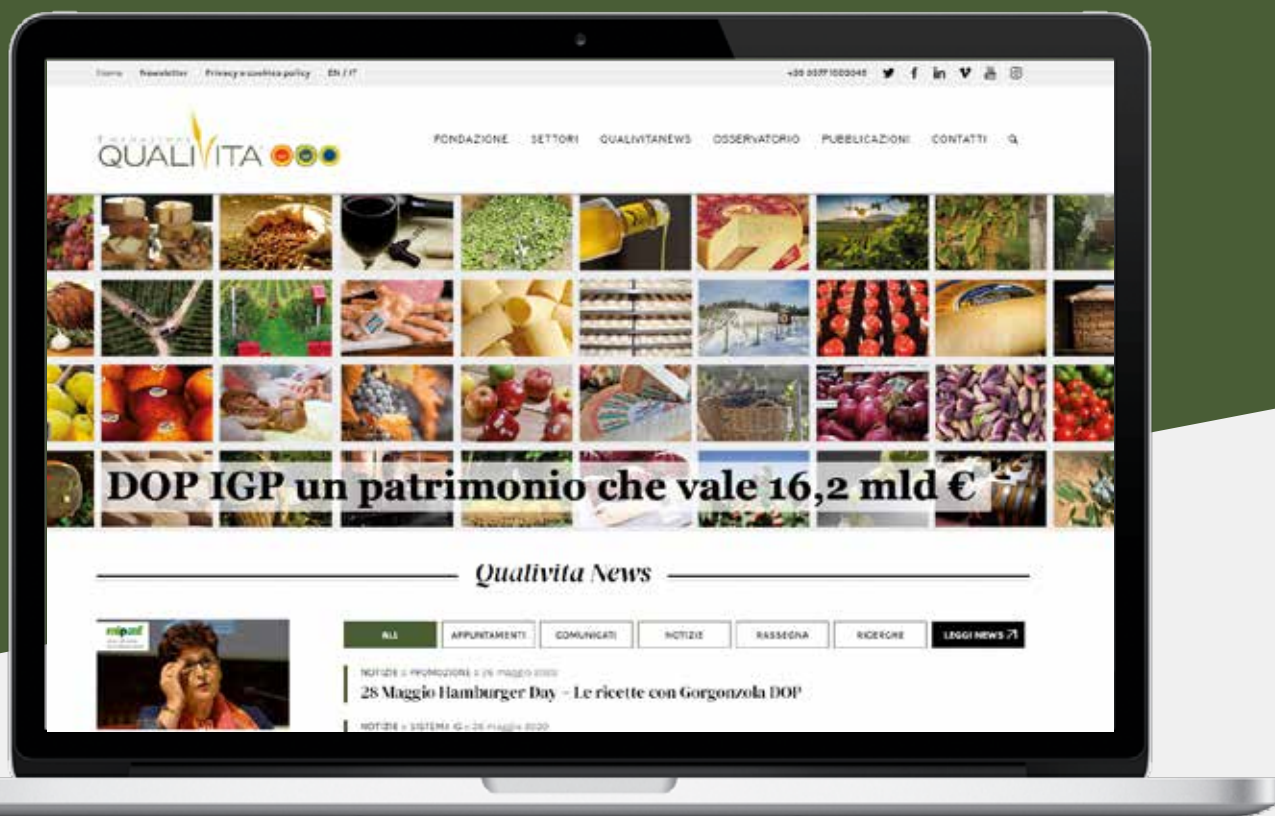
O

TI

HE

THE

www.qualivita.it



INFORMAZIONE, RICERCA E DATI
PER VALORIZZARE I PRODOTTI DOP IGP



COLLEGATI AL
TERRITORIO

FONDAZIONE
QUALIVITA

