Campagna di promozione per il made in Italy in Spagna, Germania, Polonia, Regno Unito

I piatti italiani sono un sistema

Sette prodotti in giro per l'Europa a spiegare il nostro food

DI ANDREA SETTEFONTI

Vino, olio e formaggi e prodotti italiani a denominazione protagonisti di una attività di promozione in giro per l'Europa. A far conoscere le caratteristiche del made in Italy è il progetto dell'Ue Eeqf (**Enjoy European Quality Food**), finalizzato alla valorizzazione di prodotti enologici e agroalimentari a denominazione d'origine (doc e docg), indicazione geografica (Igp) e specialità tradizionale garantita (Stg). Eeqf ha preso parte al **Marca** di Bologna e in Germania alla **Berlin Fashion Week** mentre a Siena sarà teatro del workshop che approfondirà i processi e i luoghi di produzione dell'olio extra vergine di oliva. **Vittorio Emanuele Pisani** direttore del consorzio Tutela Provolone Valpadana, partner del progetto con Asti Docg, Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore docg, Nobile di Montepulciano docg, olio Seggiano dop, olio Terre di Siena dop e Mozzarella Stg, spiega che «obiettivo è presentare i prodotti a denominazione d'origine con il loro valore aggiunto di tipicità, salubrità e garanzie igenico sanitarie». L'iniziativa coinvolgerà Spagna, Germania, Polonia e Regno Unito e uno degli scopi è «favorire la conoscenza dei prodotti per un utilizzo non soltanto nei piatti tipici della tradizione italiana. Normalmente all'estero non sono abituati a trattare i nostri prodotti in modo corretto, pensano ad un utilizzo solo come prodotto tal quale», continua Pisani. «La decisione di avere prodotti diversificati, come vino olio e formaggi, serve per garantire la possibilità di essere fruiti da soggetti diversi». Senza dimenticare, ovviamente, il valore dell'attività per combattere l'italian sounding. «Lo sforzo è anche quello di confrontare prodotto similare con quello vero, realmente prodotto in Italia con tutte le garanzie». La scelta di coinvolgere quattro paesi europei oltre all'Italia nasce dal proposito di avvicinare consumatori, trade e opinion leader al mondo dell'enogastronomia italiana ed europea. Nel corso dei tre anni saranno organizzati seminari, degustazioni, workshop e iniziative promozionali, grazie al supporto di partner locali di prestigio, quali Camere di Commercio e agenzie di comunicazione. «I prossimi incontri si terranno in Spagna, con una serie di workshop e poi in Germania e Regno Unito».

© Riproduzione riservata

Il pomodoro di Pachino si tutela con la blockchain

Sostenibilità, formazione e tecnologia sono le linee su cui si muove il **Consorzio di Tutela del Pomodoro di Pachino Igp**. *Per quanto riguarda la formazione, a breve sarà formalizzato un protocollo d'intesa per realizzare il progetto di una serra vetrina in cui verrà svolta attività formativa sulle tecniche di produzione completamente sostenibile del pomodoro. Inoltre, il Consorzio sta ottimizzando l'adozione della tecnologia Blockchain e di Smart contracts per la tracciabilità e la certificazione dei suoi prodotti in tutte le fasi di lavorazione della filiera per garantire trasparenza e sicurezza dal produttore al consumatore finale. Infine, sostenibilità ambientale, risparmio e basso input energetico, sono gli altri obiettivi perseguiti dal Consorzio, che per il 2020 ha deciso di sospendere la quota d'iscrizione per aprirsi il più possibile alle aziende del territorio.*

© Riproduzione riservata

Gorgonzola, 5 mln di forme

La produzione 2019 di Gorgonzola dop per la prima volta ha raggiunto e superato 5 milioni di forme. Per la precisione, nel 2019 sono state 5.025.785 le forme dalle 39 aziende associate, supportate da circa 1.800 aziende agricole dislocate nel territorio consortile, a cavallo tra Piemonte e Lombardia. Il volume d'affari al consumo generato, pari a 800 mln di euro circa, conferma l'erborinato di latte vaccino al top della sua gamma, per valore di produzione e lo colloca al 7° posto in assoluto nell'intero comparto agroalimentare (considerando sia i prodotti Dop che Igp). Più in particolare, il 2019 ha fatto registrare un aumento sul 2018 di 176.482 forme (+3,64%) e sul 2017 di 293.070 forme (+6,19 %)

© Riproduzione riservata

Bufale online sulla mozzarella di bufala

La frode alimentare viaggia in rete. E il **Consorzio della Mozzarella di Bufala Campana** *dop ha incrementato del 45% controlli e verifiche su Internet proprio contro le «fake mozzarelle». Che il commercio online sia la nuova frontiera della falsa mozzarella dop lo sottolinea il direttore del Consorzio,* **Pier Maria Saccani**. *«La diffusione del web ha avuto il grande merito di favorire la conoscenza dei prodotti Dop, contribuendo a incrementare la cultura dell'agroalimentare di qualità, ma dall'altro lato si sta rivelando un terreno minato sul fronte delle frodi. Per questo il Consorzio ha moltiplicato i controlli proprio su internet e sui social. La nostra attività di vigilanza è innanzitutto una garanzia per i consumatori». Nel 2019 il Consorzio, in collaborazione con le forze dell'ordine e l'***Ispettorato repressione frodi** *(Icqrf) del ministero delle Politiche agricole, ha effettuato 1218 controlli che hanno interessato le piattaforme più utilizzate come* **Alibaba**, **eBay** *e* **Amazon**, *ma anche i social media più popolari tra cui* **Facebook** *e* **Instagram**. *I casi più diffusi riguardano l'utilizzo improprio del marchio «Mozzarella di Bufala Campana», dall'imitazione, che ha come effetto il fenomeno dell'evocazione fraudolenta, fino agli episodi più gravi di contraffazione del marchio stesso e del prodotto. In totale, lo scorso anno, sono stati invece 3.315 i controlli del Consorzio sia in Italia, sia all'estero. «Quest'anno aumenteremo gli investimenti nel settore della vigilanza, strada decisiva per scovare imitazioni, evocazioni e usurpazioni», chiosa il presidente* **Domenico Raimondo**.

Pier Maria Saccani

Arturo Centofanti

© Riproduzione riservata

POLTRONE IN ERBA

EMANUELA TAMBURINI *è il nuovo presidente del* **Movimento Turismo del Vino Toscana**. *Sostituisce* **Violante Gardini**, *presidente per tre mandati di Mtv Toscana, che ha dovuto lasciare la carica, pur rimanendo nel Cda, per altri impegni professionali e istituzionali tra cui la presidenza nazionale dei giovani imprenditori vitivinicoli (Agivi). L'avvicendamento ha visto anche la nomina di* **Annabella Pascale** *alla vicepresidenza. Emanuela Tamburini, 37 anni, titolare dell'omonima azienda vinicola di Gambassi Terme (Fi), è laureata in viticoltura ed enologia all'Università di Pisa. È stata vicepresidente di Mtv Toscana ed è membro del consiglio nazionale di Agivi. emanuela@agricolatamburini.it*

GIACOMO SAVORINI, *41 anni, bolognese, laureato in Scienze e Tecnologie Agrarie e Forestali è stato nominato nuovo direttore del* **Consorzio di Tutela del Lambrusco di Modena**. *Dal 2008 direttore del* **Consorzio Vini Colli Bolognesi** *e dal 2013 di quello del Pignoletto Emilia Romagna, Savorini succede a* **Ermi Bagni**, *che rimarrà all'interno del Consorzio in qualità di consulente. segreteria@tutelalambrusco.it*

MAIORA, AZIENDA DELLA GDO *con il marchio* **Despar** *per il Centro-Sud con sede a Corato (Ba), ha nominato* **Antimo Cefarelli** *nel ruolo di direttore acquisti e marketing. Cefarelli è di origine casertano, ha 49 anni, ed è laureato in Economia. Ha avuto esperienze in* **Auchan**, **Acqua Lete** *e gruppo* **Catone**. *In Maiora-Despar Centro Sud, nuova nomina anche per il ruolo di direttore commerciale: è* **Luigi Peschechera**. *Infine, cambia anche il direttore commerciale di* **Despar Servizi**, *la società consortile formata dalle 6 società aderenti a Despar Italia (Centro 3A, L'Alco, Maiora, Ergon, Fiorino e SCS). Si tratta di* **Pasquale Matullo**, *54enne con 26 anni di esperienza nel campo vendite, acquisti e logistica. info@maiora.com*

MAURO ACCIARRI *è il nuovo presidente di* **Confagricoltura Ascoli Piceno** *e* **Fermo**. *Sarà affiancato dai vice* **Artemio Piccinini** *e* **Emiliano Pompei**. *Acciarri, socio dell'***Unione Provinciale degli agricoltori** *dal 1980, è proprietario di una azienda agricola a vocazione frutticola nei territori di Ortezzano a Fermo. ascoli@confagricoltura.it*

CARRARO, *gruppo di produzione di macchine agricole e movimento terra di Campodarsego (Pd), ha un nuovo direttore generale. Il cda ha nominato* **Andrea Conchetto**. *50 anni, laurea in Ingegneria Elettrotecnica presso l'Università di Padova e Master alla* **Bocconi**, *Conchetto ha circa quindici anni di esperienza all'interno del gruppo. Ha ricoperto diverse funzioni tra cui responsabile Manufacturing Carraro Divisione Agritalia, Chief Operating Officer di Carraro Argentina, direttore Operations Gear World, Chief Operations Officer & Logistics Director del gruppo. Amministratore delegato è* **Alberto Negri**. *info@carraro.com*

GÜNTER ORDNUNG *è il nuovo direttore generale per la filiale tedesca di* **Argo Tractors**, *il gruppo industriale con sede a Fabbrico (Re). Si occuperà del mercato tedesco ed austriaco per i marchi* **McCormick** *e* **Landini**. *Günter, 51 anni, ha 35 anni esperienza nel settore delle macchine agricole. info@argotractors.com*

DIRK WILLEM BLIJLEVEN *è il nuovo direttore commerciale della olandese* **Total Produce-Haluco**. *La nomina avrà decorrenza dal 1° febbraio. Con una significativa esperienza nella catena di approvvigionamento e in diversi mercati, Blijleven, 42 anni, lavora nell'industria alimentare e del fresco da oltre venti anni. È stato direttore acquisti della* **Aldi Netherlands**, *ma ha avuto esperienze anche in* **Greenery**, **Dutch Flower Group** *e* **Driscoll**. *info@totalproduce.com*

© Riproduzione riservata

VkVSIyMjVm9sb0Vhc3lSZWFkZXJfTGlzZXJvIyMjZTRiZWZjNGEtYWI3YS00NzRmLWEwN2MtYzE0ZDk2NjNiYWNjIyMjMjAyMC0wMS0yMlQxMDoyNDoxNyMjI1ZFUg==