



Italia a Tavola

Quotidiano di enogastronomia, turismo, ristorazione e accoglienza
Sabato 10 Luglio 2021 | aggiornato alle 21:52 | 76443 articoli in archivio



APP DOWNLOAD



VIVA L'ITALIA

HOME » TENDENZE e MERCATO » AGRICOLTURA e CIBO

La tutela del Made in Italy? Per i Consorzi: serve unione

È questo il messaggio corale di 4 realtà come il [Consorzio Vino Chianti](#), il Consorzio di Tutela della Pasta di Gragnano Igp, il Consorzio Tutela Provolone Valpadana e il Consorzio per la Tutela dell'Asti Docg



di Giorgio Lazzari

10 luglio 2021 | 11:54



Metti una sera a cena **quattro Consorzi di Tutela per fare gioco di squadra**. Il Made in Italy, mai come oggi, vince se impara a suonare come un'orchestra, promuovendo non un singolo prodotto quanto la nostra cultura, il nostro territorio, il nostro stile di vita, con operazioni concrete. È questo il messaggio corale di 4 realtà come il [Consorzio Vino Chianti](#), il Consorzio di Tutela della Pasta di Gragnano Igp,



il **Consorzio Tutela Provolone Valpadana** e il **Consorzio per la Tutela dell'Asti Docg**, che insieme rappresentano circa 4.800 aziende e generano un fatturato di quasi 1,8 miliardi di euro.



Da sinistra: Giovanni Cafiero, Libero Giovanni Stradiotti, Chicco Cerea, Giovanni Busi, Giacomo Pondini

Teatro dell'incontro il tristellato Da Vittorio

Teatro dell'incontro il tristellato Da Vittorio di Brusaporto (Bg) con Chicco e Bobo Cerea, per una riflessione comune su problemi e prospettive di un settore pilastro del nostro tessuto economico, che ha saputo reggere meglio di ogni altro all'onda d'urto della pandemia, ma che è chiamato ad una prova di maturità su molti fronti.

I quattro Consorzi si sono confrontati con Key Opinion Leader e Stakeholder del settore su argomenti chiave per il futuro del Made in Italy. L'evento è stato realizzato con il contributo del ministero per le Politiche agricole alimentari e forestali.

Bergamo, simbolo di ripartenza

Un incontro "operativo", ma anche un omaggio a un territorio che ha pagato un tributo drammatico fin dalla prima fase della pandemia e che è diventato simbolo della volontà e della capacità del nostro Paese di affrontare la crisi e porre le basi per una ripartenza.

Fondamentale unire le forze

Chiara e forte la ricetta dei quattro Consorzi per affrontare il cambiamento e cogliere la storica opportunità offerta dal Recovery e dal piano europeo "Farm to Fork": **unire le forze, incentivare il brainstorming e mettere sul tavolo alcune proposte** o indicazioni da cui ipotizzare un salto di qualità per il prossimo futuro.

Servono canali alternativi di valorizzazione

Tra i temi "sul piatto", l'esigenza, avanzata dal Consorzio Tutela Provolone Valpadana, di **individuare canali alternativi per la valorizzazione del prodotto Dop** da affiancare al mondo Horeca. «Nel periodo di emergenza –



ha spiegato il presidente **Libero Giovanni Stradiotti** - le aziende associate hanno fatto del loro meglio per cercare soluzioni originali da proporre al consumatore finale, incentivando innovazione, sostenibilità e delivery».

La pasta è sempre la regina dei consumi

E se il mondo del fuoricasa sta sperimentando nuove formule di sviluppo, anche chi in questi mesi ha registrato un favorevole trend di consumo sarà chiamato a mettere in campo strategie di sviluppo. È il caso della **pasta, alimento simbolo del made in Italy e caposaldo della Dieta mediterranea**, che ha dovuto affrontare un'impennata di produzione, soprattutto sui formati iconici, proseguita ben oltre la prima fase della pandemia.

Come rileva l'ultima analisi Doxa la pasta è stato infatti l'alimento più cucinato nell'ultimo anno. «Le aziende – ha ricordato il Presidente del Consorzio Pasta di Gragnano Igp, **Massimo Menna** – hanno fatto fronte al boom di richieste dall'Italia e dall'Estero senza mai venire meno ai principi di eccellenza produttiva. Ora la sfida è rafforzare l'efficacia dell'azione consortile nell'attività di promozione e tutela a beneficio della denominazione, del consumatore e del nostro straordinario patrimonio gastronomico».

Un patrimonio che si rafforza anche nello scambio con l'estero e nella capacità di far arrivare sulle tavole di tutti i consumatori il nostro prodotto, la nostra storia e la nostra cultura.

Bollicine ed export: il successo dell'Asti

Emblematica la vicenda dell'Asti con le sue "bollicine", le più brindate al mondo, che non a caso ha acceso i riflettori sulle prospettive dell'export, punto di forza e orgoglio di un prodotto bandiera d'Italia, che sconta però in patria un livello di conoscenza non all'altezza della sua ricchezza e varietà di proposta. «Ci troviamo in un momento storico molto delicato - ha puntualizzato il presidente del Consorzio per la tutela dell'Asti Docg **Lorenzo Barbero** - Sarà strategico continuare a lavorare per rendere contemporaneo e d'appeal anche per i giovani un prodotto storico nel panorama enologico italiano, andando a contrastare gli stereotipi che vedono l'Asti spumante e il Moscato d'Asti solo in abbinamento ai dolci. Sarà inoltre fondamentale lavorare sulla promozione dell'ampia gamma di versioni dell'Asti Docg, valorizzando la cultura enogastronomica nel suo insieme, anche a livello nazionale. Ecco il perché di questo progetto a carattere eno-gastronomico sul mercato domestico insieme con gli altri Consorzi».

La crisi come una nuova grande opportunità

Un impegno che andrebbe indirizzato anche alla verifica del corretto funzionamento degli strumenti di lavoro e degli ingranaggi che regolano – e in alcuni casi frenano - il settore. «Le crisi – ha affermato il presidente del **Consorzio Vino Chianti**, **Giovanni Busi** – sono momenti di rottura, che vanno vissute anche come opportunità per ripensare al proprio modo di agire. Per questo crediamo sia doverosa, specialmente ora, **una riflessione concreta sul carico burocratico a cui sono sottoposte le aziende**. Una proposta da cui partire potrebbe essere quella di individuare un unico soggetto regolatore per i controlli».

Brexit: serve un accordo per proteggere le indicazioni geografiche

Riflessione infine sul tema Brexit, particolarmente sentito dal mondo vitivinicolo, che auspica il raggiungimento di un accordo sulla protezione delle Indicazioni Geografiche con il Regno Unito e invita ad una azione di sostegno e promozione ad hoc sul mercato.