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 trasformalo. 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 glo-calizzazione (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.burratadiandria.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, Shangai, 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 verifichiamo 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
QUALIGEO

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

2017	8	200 ton	1,6 mln €	10%
Anno costituzione del Consorzio	Numero soci Consorzio di tutela	Produzione certificata 2019	Valore alla produzione 2019	Quota export 2019 destinato in 10 Paesi

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.