



COMUNICATO STAMPA

MOZZARELLA DOP E PROSCIUTTO DI PARMA DOP INSIEME NEGLI USA EVENTO IN AMBASCIATA PER LA SETTIMANA DELLA CUCINA ITALIANA

15 novembre 2022 – Mozzarella di Bufala Campana Dop e Prosciutto di Parma Dop rappresentano le eccellenze del Made in Italy negli Usa in occasione della **“Settimana della Cucina italiana nel mondo”**, in programma **dal 14 fino al 20 novembre**.

Promossa dal Ministero degli Esteri, la “Settimana della Cucina Italiana nel Mondo” è dedicata quest’anno al tema “Convivialità, sostenibilità e innovazione: gli ingredienti della cucina italiana per la salute delle persone e la salvaguardia del pianeta”.

I Consorzi di Tutela dei due prodotti simbolo dell’Italia nel mondo sono a Washington dove hanno preso parte ieri, 14 novembre, all’evento di celebrazione nella sede dell’ambasciata italiana negli Usa. **“Innovation & Technology for Sustainable food production”** è il titolo del workshop, incentrato su come migliorare le produzioni nel settore agrifood in ottica sostenibile.

Al convegno, aperto dall’Ambasciatrice italiana negli Usa **Mariangela Zappia**, hanno partecipato **Stefano Fanti**, direttore del Consorzio del Prosciutto di Parma; **Pier Maria Saccani**, direttore del Consorzio di Tutela Mozzarella di Bufala Campana Dop; **Shawna Morris**, senior vice President, Trade Policy – Us Dairy e **Nick Gardner**, Us Meat Institute.

“I produttori del nostro sistema agroalimentare, che coniugano in perfetto equilibrio tradizione e innovazione, con un uso responsabile delle risorse naturali e l’attenzione all’ambiente e alla minimizzazione dell’impatto climatico, sono dei modelli di ispirazione anche per gli Stati Uniti, i cui consumatori apprezzano sempre di più la qualità delle nostre eccellenze alimentari”, ha evidenziato l’Ambasciatrice Zappia.

“La tradizione ha bisogno di innovazione per poter affrontare le sfide del mondo globale anche in cucina. La cucina italiana si basa su prodotti di straordinaria qualità.



Il nostro impegno deve essere volto a promuovere il modello della dieta mediterranea e parallelamente a far conoscere la qualità e versatilità in cucina delle nostre eccellenze, così che possano entrare nelle abitudini dei consumatori all'estero. Ad esempio, per restare negli Usa, sarebbe interessante preparare i loro classici macaroni cheese con la Bufala Campana Dop e la Pasta di Gragnano Igp", ha sottolineato il direttore Saccani e ha aggiunto: "Siamo arrivati negli Usa subito dopo le elezioni di Midterm, il cui esito ci indica cosa potrà succedere nei prossimi mesi anche in tema di economia mondiale, al di là degli schieramenti politici".

"L'impegno più sfidante che il Consorzio del Prosciutto di Parma si trova ad affrontare a quasi sessant'anni dalla sua fondazione – ha dichiarato Stefano Fanti, direttore del Consorzio del Prosciutto di Parma – è quello di portare avanti un modello operativo capace di coniugare sostenibilità ambientale, sociale ed economica, rispettando le norme di autenticità del prodotto e il legame inscindibile con il territorio in cui nasce la nostra DOP. Condividiamo con i nostri produttori una missione ben precisa: gestire responsabilmente l'intero processo produttivo e promuovere prestazioni ambientali con il minor impatto possibile, senza perdere mai di vista il benessere animale, la ricerca sui packaging alternativi e la valorizzazione di comportamenti virtuosi in tutta la filiera. In questo modo intendiamo consolidare, su questi temi così attuali, un'impronta etica riconoscibile e garantire ulteriormente la tutela imprescindibile del consumatore, sia nel mercato domestico che in quello internazionale".

Nella sede dell'ambasciata i due Consorzi hanno dialogato con gli altri ospiti, portando oltreoceano le best practice adottate da due delle principali filiere agroalimentari nazionali. Sostenibilità (ambientale ma anche economica), benessere animale e tracciabilità sono i caratteri distintivi del lavoro portato avanti in questi anni dalla Bufala Campana e dal Prosciutto di Parma, tutti aspetti su cui si punta per rafforzare l'informazione e la comunicazione ai consumatori in merito ai valori che esprimono questi prodotti e anche al loro legame con il territorio.

Al centro del dibattito, durante la settimana americana promossa dalla nostra Ambasciata, ci saranno inoltre i temi della Dieta Mediterranea come modello di sostenibilità alimentare, il rapporto virtuoso tra uomo e natura, le caratteristiche organolettiche dei prodotti italiani e il contrasto all'Italian sounding, per favorire la tutela dell'autentico Made in Italy.