

I prodotti DOP IGP principale traino del made in Italy

Al Teatro Cucinelli di Solomeo (PG) una tavola rotonda organizzata da Origin Italia sulle nuove sfide etiche del made in Italy agroalimentare

Francesco Lollobrigida: *“Tutela, promozione e strategia per il futuro del settore agroalimentare italiano di qualità”*

Riccardo Deserti: *“Tutelare vuol dire anche valorizzare a livello socio-economico i territori di produzione”*

È il terzo marchio più conosciuto al mondo, coniato dagli italiani negli anni Ottanta per contrastare la falsificazione dei prodotti e per dare più internazionalizzazione al mercato italiano all'estero. “Made in Italy” è una locuzione che racchiude in sé tanti valori, soprattutto culturali, e che oggi può rappresentare l'elemento aggiunto nella crescita dell'Italia all'estero. All'indomani di una serie di iniziative legate a questo marchio, come il Disegno di Legge che mira a valorizzarlo, promuoverlo e tutelarlo, con le Indicazioni Geografiche che ne rappresentano il simbolo nel panorama agroalimentare, quali saranno le nuove sfide che il made in Italy dovrà affrontare? Si è mossa su questi temi la tavola rotonda organizzata da Origin Italia, in collaborazione con Fondazione Qualivita, che si è svolta in occasione della presentazione dell'Atlante Qualivita-Treccani nella simbolica sede del Teatro di Solomeo (Pg), nel cuore del borgo di uno dei principali ambasciatori di questo concetto, Brunello Cucinelli.

*“Dare più forza al ruolo dei Consorzi era uno degli obiettivi della Riforma approvata a fine ottobre, siamo andati sulla giusta strada – così nel suo intervento il presidente di Origin e vicepresidente di Origin Italia, **Riccardo Deserti** – la tutela infatti, che è uno dei principali compiti attribuiti ai Consorzi, va oltre a quella del marchio del prodotto, tutelare vuol dire anche salvaguardare i territori di produzione, accompagnarli in un percorso di crescita economica, sociale e culturale e in questo come Origin Italia abbiamo spinto fortemente durante le fasi di confronto del Testo Unico”.*

Proprio la moda in questa occasione ha sposato il vino e l'agroalimentare italiano nel segno de “La cultura del made in Italy”. Questo il titolo dell'incontro condotto dal vicedirettore del Corriere della Sera, Fiorenza Sarzanini, che ha visto intrecciarsi il racconto di alcuni influenti testimonial dell'eccellenza italiana nel mondo che guardando al futuro si sono confrontati su quali aspetti culturali occorrerà puntare per consolidare il made in Italy in una chiave evolutiva adeguata ai nuovi valori dell'attuale contesto sociale ed economico.

*“A livello l’Italia sta assumendo una posizione di grande centralità. Purtroppo, gli effetti collaterali si sentono sui costi di produzione e mettono in crisi alcuni settori ma, grazie ai nostri imprenditori agricoli, i nostri produttori e i nostri trasformatori, reggiamo – ha sottolineato nel suo intervento il Ministro dell’agricoltura, sovranità alimentare e delle foreste, **Francesco Lollobrigida** - abbiamo il dovere di cogliere l’occasione, anche di queste fasi, per pianificare ancor meglio, fare strategia e recuperare sulla logistica e sulla protezione dei nostri prodotti a livello internazionale, sui quali siamo rimasti indietro rispetto agli altri Stati europei”.*

L’iniziativa di Origin Italia si è svolta in occasione della presentazione dell’**Atlante Qualivita**, il volume che, giunto alla sua dodicesima edizione, raccoglie e racconta attraverso un corpus enciclopedico l’identità del patrimonio agroalimentare italiano rappresentata dagli 887 prodotti a Indicazione Geografica nazionali tutelati a livello europeo. L’opera, la terza edita dall’Istituto dell’Enciclopedia Italiana - Treccani, è realizzata dalla Fondazione Qualivita con la collaborazione di Origin Italia, AssoDistil e dei Consorzi di Tutela italiani DOP IGP e offre un percorso che attraversa il Paese raccontando ognuno di questi prodotti, diffusi nel 100% delle province italiane, espressione naturale di storia e tradizione locale, ma anche motore per la conservazione dei territori d’origine e il loro sviluppo.

Un valore culturale testimoniato anche dalle strette connessioni dei prodotti DOP IGP con alcuni riconoscimenti Unesco di siti rurali del nostro Paese e dalla candidatura della cucina italiana, colonna portante della Dieta Mediterranea, a Patrimonio Unesco. Ma l’Atlante racconta anche l’affermarsi del concetto di cibo come cultura, un cammino che ha radici lontane e che oggi, grazie al patrimonio di conoscenza delle Indicazioni Geografiche, dimostra di includere elementi sociali, ambientali e storici.

La tavola rotonda rientra in una serie di incontri itineranti promossi da Origin Italia che coinvolgeranno i Consorzi di tutela sui temi legati alla qualità agroalimentare. E proprio le Indicazioni Geografiche sono il modello per eccellenza del made in Italy, capaci di garantire la totale assenza di delocali. È il terzo marchio più conosciuto al mondo, coniato dagli italiani negli anni Ottanta per contrastare la falsificazione dei prodotti e per dare più internazionalizzazione al mercato italiano all’estero. “Made in Italy” è una locuzione che racchiude in sé tanti valori, soprattutto culturali, e che oggi può rappresentare l’elemento aggiunto nella crescita dell’Italia all’estero. All’indomani di una serie di iniziative legate a questo marchio, come il Disegno di Legge che mira a valorizzarlo, promuoverlo e tutelarlo, con le Indicazioni Geografiche che ne rappresentano il simbolo nel panorama agroalimentare, quali saranno le nuove sfide che il made in Italy dovrà affrontare? Si è mossa su questi temi la tavola rotonda organizzata da Origin Italia, in collaborazione con Fondazione Qualivita, che si è svolta in occasione della presentazione dell’Atlante Qualivita-Treccani nella simbolica sede del Teatro di Solomeo (Pg), nel cuore del borgo di uno dei principali ambasciatori di questo concetto, Brunello Cucinelli.

*“Dare più forza al ruolo dei Consorzi era uno degli obiettivi della Riforma approvata a fine ottobre, siamo andati sulla giusta strada – così nel suo intervento il presidente di Origin e vicepresidente di Origin Italia, **Riccardo Deserti** – la tutela infatti, che è uno dei principali compiti attribuiti ai Consorzi, va oltre a quella del marchio del prodotto, tutelare vuol dire anche salvaguardare i territori di produzione, accompagnarli in un percorso di crescita economica, sociale e culturale e in questo come Origin Italia abbiamo spinto fortemente durante le fasi di confronto del Testo Unico”.*

Proprio la moda in questa occasione ha sposato il vino e l'agroalimentare italiano nel segno de “La cultura del made in Italy”. Questo il titolo dell'incontro condotto dal vicedirettore del Corriere della Sera, Fiorenza Sarzanini, che ha visto intrecciarsi il racconto di alcuni influenti testimonial dell'eccellenza italiana nel mondo che guardando al futuro si sono confrontati su quali aspetti culturali occorrerà puntare per consolidare il made in Italy in una chiave evolutiva adeguata ai nuovi valori dell'attuale contesto sociale ed economico.

*“A livello l'Italia sta assumendo una posizione di grande centralità. Purtroppo, gli effetti collaterali si sentono sui costi di produzione e mettono in crisi alcuni settori ma, grazie ai nostri imprenditori agricoli, i nostri produttori e i nostri trasformatori, reggiamo – ha sottolineato nel suo intervento il Ministro dell'agricoltura, sovranità alimentare e delle foreste, **Francesco Lollobrigida** - abbiamo il dovere di cogliere l'occasione, anche di queste fasi, per pianificare ancor meglio, fare strategia e recuperare sulla logistica e sulla protezione dei nostri prodotti a livello internazionale, sui quali siamo rimasti indietro rispetto agli altri Stati europei”.*

L'iniziativa di Origin Italia si è svolta in occasione della presentazione dell'**Atlante Qualivita**, il volume che, giunto alla sua dodicesima edizione, raccoglie e racconta attraverso un corpus enciclopedico l'identità del patrimonio agroalimentare italiano rappresentata dagli 887 prodotti a Indicazione Geografica nazionali tutelati a livello europeo. L'opera, la terza edita dall'Istituto dell'Enciclopedia Italiana - Treccani, è realizzata dalla Fondazione Qualivita con la collaborazione di Origin Italia, AssoDistil e dei Consorzi di Tutela italiani DOP IGP e offre un percorso che attraversa il Paese raccontando ognuno di questi prodotti, diffusi nel 100% delle province italiane, espressione naturale di storia e tradizione locale, ma anche motore per la conservazione dei territori d'origine e il loro sviluppo.

Un valore culturale testimoniato anche dalle strette connessioni dei prodotti DOP IGP con alcuni riconoscimenti Unesco di siti rurali del nostro Paese e dalla candidatura della cucina italiana, colonna portante della Dieta Mediterranea, a Patrimonio Unesco. Ma l'Atlante racconta anche l'affermarsi del concetto di cibo come cultura, un cammino che ha radici lontane e che oggi, grazie al patrimonio di conoscenza delle Indicazioni Geografiche, dimostra di includere elementi sociali, ambientali e storici.

La tavola rotonda rientra in una serie di incontri itineranti promossi da Origin Italia che coinvolgeranno i Consorzi di tutela sui temi legati alla qualità agroalimentare. E proprio le



Indicazioni Geografiche sono il modello per eccellenza del made in Italy, capaci di garantire la totale assenza di delocalizzazione produttiva e la salvaguardia dei territori che custodiscono le tradizioni enogastronomiche.

zzazione produttiva e la salvaguardia dei territori che custodiscono le tradizioni enogastronomiche.

Roma, 9 novembre 2023

Ufficio Stampa Origin Italia

Mail comunicazione@origin-italia.it

Attività finanziata con il contributo Masaf D.M. n. 293525 del 7 giugno 2023

Origin Italia è l'Associazione Italiana Consorzi Indicazioni Geografiche che riunisce i Consorzi di Tutela dei prodotti agroalimentari a marchio. Ha il compito di essere soggetto di sintesi delle esigenze collettive dei Consorzi di tutela riconosciuti dal Ministero delle Politiche Agricole. Nata nel 2006 come AICIG, Associazione Italiana Consorzi Indicazioni Geografiche, ad essa aderiscono attualmente 75 realtà consortili delle produzioni DOP IGP e due Associazioni dei Consorzi, Afidop (Associazione formaggi italiani DOP e IGP) e Federdop Oli e rappresenta oltre il 95% delle produzioni italiane a Indicazione Geografica. È associata a livello internazionale alle organizzazioni Origin Mondo e Origin Europa ed è socio fondatore di Fondazione Qualivita.