

I fantastici quattro cercano l'America Consorzi toscani, la sfida di qualità

Prosciutto, olio, pecorino e miele insieme per conquistare il mercato

» FIRENZE

LA PROVA DEL nove ci sarà a fine ottobre. Tramite l'intermediazione dell'Ice a New York i «fantastici quattro» della Toscana cercheranno di sfondare nel mercato americano, convincendo giornalisti di carta stampata e tv di oltre oceano. Sarà un primo test del progetto promozionale negli Stati Uniti che è partito in questi giorni: le Dop e le Igp saranno fatte conoscere ai consumatori americani attraverso degustazioni mirate, con eventi particolari nei negozi e i ristoranti di alto livello.

Sono i supereroi della Toscana di qualità, i quattro consorzi più importanti del nostro territorio: Prosciutto Toscano, Pecorino toscano, Tutela del miele della Lunigiana e dell'olio extravergine di oliva. A Milano hanno concluso il loro tour italiano di promozione, quattro conferenze organizzate con il patrocinio della Regione Toscana e in collaborazione con le catene della grande distribuzione: Unicoop Tirreno, Unicoop Firenze, Conad del Tirreno ed Esselunga. Quasi come i moschettieri di Du-

mas, hanno scelto il motto «Uniti si vince».

CI SONO numeri cruciali dietro i quattro consorzi di qualità: migliaia di produttori, milioni di euro di fatturati, potenzialità inespresse in termini di mercato. Un'armonia tra le diversità, una sinergia di intenti in una regione nella quale i campanili sono il tratto distintivo.

PATTO CON I COLOSSI

Accordi con le catene della grande distribuzione Il sostegno della Regione

«Insieme possiamo comunicare con più forza i valori del territorio» hanno fatto notare i presidenti dei Consorzi, Gianfranco Gambineri (Pecorino toscano), Fabrizio Filippi (Olio extravergine d'oliva), Cristiano Ludovici (Prosciutto toscano) e Giuseppe Lucano, responsabile marketing del Consorzio tutela Miele della Lunigiana.

«Le certificazioni Dop e Igp garantiscono l'origine e la qualità di questo patrimonio agroindustriale - hanno ribadito - e gli conferiscono un valore aggiunto. Questo ciclo di conferenze per presentare le collaborazioni con le varie catene della grande distribuzione, hanno generato un buon trend di crescita nei consumi. E' la prova che c'è bisogno di progetti concreti e ben articolati».

«Sono molto soddisfatto della Toscana che fa squadra - ha affermato l'assessore regionale all'agricoltura Gianni Salvadori -. La Toscana è da sempre la terra del buon vivere, e con questa unione i Consorzi sono riusciti a valorizzare i propri prodotti mantenendo la qualità ed il legame con il territorio. Mi auguro che questa esperienza possa essere allargata anche ad altre eccellenze».

«I quattro consorzi hanno presentato un bellissimo progetto - ha aggiunto Silvia Burzagli di Toscana Promozione -. Da tempo lavoriamo insieme per promuovere sinergicamente questi prodotti di altissima qualità che, talvolta, sono poco conosciuti in parte del territorio italiano». Saranno i colossi della grande distribuzione a cercare di coprire i vuoti.

P.D.B.



DOPE IGP
Cristiano Ludovici



I CONSORZI

Olio extravergine

Nasce nel 1997, ottiene il riconoscimento della Igp (indicazione geografica protetta). Oggi annovera oltre 11.000 soci, assorbe il 60% della produzione

Prosciutto Dop

Riunisce 23 aziende all'interno delle quali lavorano oltre 500 persone. Viene venduto per il 95% in Italia, per un valore di 55 milioni di euro

Pecorino toscano

E' l'unico formaggio Dop della regione, tra gli associati si contano 245 allevatori, 17 caseifici, per un totale di circa 3mila persone coinvolte

Miele della Lunigiana

Il più giovane dei consorzi tra i produttori di 14 Comuni della provincia di Massa: 60 produttori, oltre 5000 alveari, per mille quintali di miele

