



CORSO DI FORMAZIONE

Cibus Loci

Una buona informazione sul cibo, sulle origini e sulla qualità

22 novembre 2019 - Sala Dialogo nel Buio, Calata De Mari, Genova
dalle ore 9.30 alle ore 14.00

“Una DOP - ma cos’è poi una DOP?”

*Un giuramento un po’ più da vicino, una promessa più precisa,
una confessione che cerca una conferma,
un apostrofo rosso fra le parole “produttore e consumatore”,
un segreto soffiato in bocca invece che all’orecchio,
un frammento d’eternità che ronza come l’ali d’un ape, una comunione che sa di territorio,
un modo di respirarsi il cuore e di scambiarsi sulle labbra il sapore dell’anima!”*
(liberamente tratto da E. Rostand nel “Cyrano de Bergerac”)

DALLE ORE 9.15: REGISTRAZIONE PARTECIPANTI

ORE 9.30: YOU’RE WELCOME

STEFANO MAI - Assessore Agricoltura Regione Liguria

MARIO ANFOSSI - Presidente Consorzio di Tutela Basilico Genovese DOP

CARLO SIFFREDI - Presidente Consorzio di Tutela Olio DOP Riviera Ligure

MARCO REZZANO - Presidente Enoteca Regionale della Liguria

Tasting emozionale di benvenuto e avvio dei lavori.

ORE 9.45: TALK DI APERTURA

GIOVANNI ADEZATI - Professore in Diritto dei consumatori

ERMANN COPPOLA – Responsabile Ufficio qualità e certificazione dell’area sicurezza alimentare Coldiretti

NICOLA DI NOIA - Responsabile EVOO SCHOOL Italia e Capo Panel C.O.I.

Quello che i consumatori (e i lettori) vogliono.

Ovvero, l’annosa questione della qualità.

Cos’è la qualità? Quali i suoi requisiti? Cos’è la tipicità? La provenienza, parte della qualità? DOP: una strategia win-win, che mantiene il valore intatto lungo la filiera. Qualità protagonista in cucina: non solo chef stellati, più luce sui prodotti. Cos’è un direttore d’orchestra senza il talento dei musicisti?

ORE 10.20 : CONFERENCE

LEO BERTOZZI – Segretario generale Origin Italia

Parte I: **Le mille e una DOP.**

Mettiamo a fuoco il contesto.

I molti background di una DOP. Chi la richiede, chi la concede, chi la controlla, chi ne trae vantaggio e chi ne ha svantaggio (il sistema delle frodi, per esempio?). Cos'è e cosa non è una DOP e i suoi moventi: difesa o promozione? L'Unione Europea per l'agroalimentare: un disegno preciso ed evoluto.

Parte II: **Vero o verosimile?**

Tra il dire e il certificare c'è di mezzo il mare.

Chi dichiara il prodotto tipico? Auto-dichiarazione o certificazione? Controllare prima o dopo lo scaffale non è un piccolo particolare. DOP: tradizione messa per iscritto. Disciplinare la produzione con il disciplinare di produzione. Conoscere i territori dalle sue produzioni tipiche, in Liguria e in Italia.

ORE 11.00: INTERVALLO

"Wow, this is DOP!" - Coffee break con assaggi DOP

ore 11.20: ANIMAZIONE DOP

Tutti pazzi per il Basilico Genovese DOP!

ORE 11.40: TALK DI TESTIMONIANZA

FEDERICO DE SIMONI – Direttore Consorzio di Tutela Aceto Balsamico di Modena

RICCARDO DESERTI – Direttore Consorzio del formaggio Parmigiano Reggiano

Sguardi e traguardi delle DOP.

Storie di successi e, anche, di insuccessi, in Italia e in Europa.

DOP: non un marchio, ma un bene collettivo, viaggi all'origine. Tu come la vedi una DOP? Da fuori e da dentro: trova le differenze. Prezzo o valore? Il valore va dove il valore è.

ORE 12.10: CONFERENCE

DARIO DONGO – Avvocato esperto di sicurezza alimentare e fondatore di Great Italian Food Trade.

Protetta da cosa?

Al cuore delle Denominazioni di Origine come soluzione contro gli attacchi "alieni".

Il sistema delle DOP come risposta inequivocabile contro frodi, agromafie, contraffazioni, in-sicurezza alimentare. L'escamotage dei prodotti succedanei. DOP: tutt'altro che chiacchiere e distintivo.

ORE 12.30: CONFERENCE

CINZIA SCAFFIDI – giornalista e formatrice su sostenibilità e alimentazione, autrice per Slow Food Editore e docente di Scienze Gastronomiche.

Ma cos'è, poi, una DOP? Un apostrofo rosso fra le parole "t'assaggio"...

Dentro ogni DOP, una storia autorevole. A noi il piacere di raccontarla.

Come ti porto l'attenzione? Riflessioni e strade di competenza e autenticità, verso sconfinati spazi di cronaca, di opinione e di storytelling. Perché chi ne scrive ne "trattenga": da notizia da propagare a patrimonio personale. Etica e crescita verso un futuro che ci piace.

ORE 13.00: OPEN SESSION – DIBATTITO E SCAMBIO

DOP: istruzioni per l'uso

Il cibo come patrimonio culturale nativo e resistente.

ORE 13.30 : UNA DEGUSTAZIONE CONSAPEVOLE

ENOTECA REGIONALE DELLA LIGURIA

Racconta: **ROBERTO PANIZZA** – *Gastronomo e Presidente Associazione Culturale Palatifini*

“Wow, this is DOP!”: Lunch - Laboratorio

Il rito: assaggia, mangia, abbina.

Sessioni di assaggio di oli DOP Riviera Ligure e altri DOP a cura di Nicola Di Noia

Sessioni d'assaggio di piatti tipici con prodotti DOP e vini liguri DOP.

Moderatore: *GIOVANNI BOTTINO*

(segretario del Consorzio di Tutela Basilico Genovese DOP)

ABSTRACT

Mangiare bene e sano, ma non solo: mangiare “cibus loci”, il cibo del territorio, ma è necessario essere attentamente informati.

DOC, DOP, IGP e le altre denominazioni territoriali autentiche e no, la difesa dei consumatori e quella dei produttori: nel piatto finisce anche e soprattutto l'informazione che deve sapere spiegare e “apparecchiare”, oltre che cucinare, in modo corretto la tavola delle notizie. Giornalisti esperti e tecnici professionisti del settore, rappresentanti di realtà DOP e IGP, alla “tavola” dell'informazione sul cibo, dei diritti di chi consuma e di chi produce. Insomma: fare attenzione al prodotto originale, ovvero sapere riconoscere la notizia fondata dalla fake news, come insegna la differenza tra parmigiano reggiano e parmesan.

ISCRIZIONI E INFO

www.cibusloci.eu * assaggialiguria.it

Tel: 339 5998767 * e-mail: info@assaggialiguria.it

Il corso è organizzato da ATI Assaggia la Liguria. Assaggia la Liguria è un programma dei Consorzi di Tutela del Basilico Genovese D.O.P e dell' Olio DOP Riviera Ligure insieme all' Enoteca Regionale della Liguria, con il sostegno dalla Regione Liguria e del FEASR dell'Unione Europea – PSR 2014/20 Domanda n. 84250170820 Progetto “ASSAGGIA LA LIGURIA 2018/19 - LE TRE FILIERE, CO-BRANDING DEI PRODOTTI LIGURI A D.O.” ai sensi della Misura 3.2 “Sostegno per attività di informazione e promozione, svolte da associazioni di produttori nel mercato interno”.

GLI OBIETTIVI DEL CORSO

Crescono le opportunità per il giornalismo agroalimentare, spesso agganciato a quello turistico-culturale, di offrire un'informazione qualificata e autorevole nel Paese più evoluto dal punto di vista enogastronomico.

Il corso:

- Offre contenuti, visioni e riflessioni per affrontare la comunicazione con **completezza di informazione, accuratezza nella terminologia e conoscenza d'insieme.**
- Corroborata il ruolo del **foodwriter**, sospingendo a svolgerlo **ad alto livello**, con benefici diffusi sia personali (una qualificazione che offre crediti) sia nei confronti dell'arte stessa della gastronomia e dell'intero comparto.
- **Aiuta a fare e riconoscere il buon giornalismo alimentare**, cosa a tutt'oggi non facile né frequente.
- Sollecita i professionisti dell'informazione a porre attenzione al pericoloso "effetto imbuto", vale a dire la capacità di diffondere ed espandere, senza trattenere, e a **costruire un solido bagaglio della persona, non solo del giornalista.**
- **Affina e dipana i complessi ma abusati concetti di qualità, distintività e valorizzazione** dei prodotti tipici e dei saperi locali
- Accompagna **un modello di qualità non massificato**, offrendo una reazione all'appiattimento dei consumi e, anche, di pensiero, con il giusto spazio alle aperture e alle esperienze diversificate.
- **Propone il valore della differenza in antitesi al concetto del "migliore"** riportando il focus sui prodotti (finiti e con una forte identità, ancorché ingredienti) piuttosto che sull'aspetto performativo.

I moderni stili di vita hanno reso meno evidente il legame fra prodotto e consumatore, ma le D.O. offrono grandi possibilità per i prodotti tradizionali e risposte efficaci nell'attuale scenario caratterizzato da:

- comportamenti di **consumo in rapida evoluzione**, con una crescente ricerca del valore anche associato all'esperienza
- grande cambiamento in tutto il settore dove **lo scenario competitivo si fa sempre più complesso e la filiera si trasforma.**
- complementarietà di comunicazione tra online e offline, con **un ampliamento dei fattori chiave della scelta a vantaggio dell'emozionalità e della veridicità.**