

AGROALIMENTARE

Tipicità, 16 prodotti da lanciare all'estero

► PESCARA

Sono sedici i prodotti tipici sui quali l'Abruzzo dovrebbe puntare sul mercato internazionale. Sono stati individuati e raccolti in un inventario dettagliato grazie al progetto europeo "ELMA-TP" (European Local Manufacturers Training Platform) di cui Agire Scarl, la società consortile che gestisce in Abruzzo il Polo di innovazione dell'agroalimentare, è partner italiano insieme alle società K_Shift e Pixel Association.

I prodotti sono: pasta (fresca e secca), olio extravergine d'oliva, vino (Montepulciano e Trebbiano), genziana, parrozzo, confetti, carota Igp del Fucino, conserve di pomodoro, farina di farro, lenticchie di Santo Stefano di Sessanio, zafferano dell'Aquila, tartufo, salicce sott'olio, arrosticini e formaggio pecorino. Di ciascuno sono stati individuati lo stato attuale e quello potenziale di

sviluppo e i punti di forza e debolezza.

Il progetto del Polo Agire prevede l'analisi dei fabbisogni delle imprese per strutturare al meglio la formazione (anche online) degli operatori delle aziende abruzzesi coinvolte. L'obiettivo è incoraggiare le produzioni di qualità e condividere un approccio adeguato per affrontare la sfida della commercializzazione sui mercati esteri. Analoghe iniziative saranno realizzate anche negli altri Paesi coinvolti (Turchia, a cui spetta il coordinamento, Slovenia Grecia e Lettonia) per le relative produzioni locali tipiche.

All'incontro di presentazione del progetto, nei giorni scorsi, nella sede del Polo a Sant'Atto, ha partecipato una rappresentanza di produttori abruzzesi e del mondo economico e istituzionale. Presenti anche David Falcinelli (Coldiretti

Abruzzo) e Carmine Masoni (CIA Abruzzo).

Falcinelli ha sottolineato la necessità di tutelare il made in Italy attraverso la tracciabilità del prodotto. «La prima battaglia da vincere» ha detto «è l'etichettatura d'origine, che consentirebbe di riconoscere il vero prodotto made in Italy dal finto made in Italy. Potremmo recuperare in Italia ben 60 miliardi di euro che significherebbero 3 milioni di posti di lavoro in più».

Sul tema dell'internazionalizzazione ha poi aggiunto che «la sfida andrebbe affrontata con un prodotto tracciato completamente abruzzese».

Masoni ha invitato gli agricoltori ad unire le forze. «Va migliorata l'esperienza della vendita diretta» ha detto «e non bisogna avere progetti autarchici o chiusi. Dobbiamo sicuramente costruire regole certe che impediscano frodi commerciali ma, dall'altra par-

te, avere l'apertura per capire che occorre essere competitivi e misurarsi con il mercato».

E' intervenuto anche il neo consigliere regionale Sandro Mariani, che ha ricordato l'importanza della «cultura della salubrità per capire cosa mangiamo e da dove viene il cibo che mangiamo» e la necessità di «agire a tutti i livelli, europeo, nazionale e regionale, per studiare una strategia adeguata che tuteli i nostri prodotti e agevoli il settore agroalimentare che offre grandi opportunità occupazionali ed economiche». Con il progetto Elma-Tp», spiega il presidente di Agire Scarl, William Di Carlo, «cerchiamo di promuovere le piccole e medie imprese regionali da un punto di vista commerciale, anche attraverso l'ingresso in nuovi mercati esteri, e facilitare la formazione professionale degli operatori nell'ottica di una maggiore competitività».

