

L'ANNIVERSARIO Pasta, olio extravergine d'oliva, vino, genziana, parrozzo, confetti, carota del Fucino, conserve di pomodoro, farina di farro, lenticchie di Santo Stefano di Sessanio, zafferano, tartufo, salsicce sott'olio, arrosticini e pecorino

I sedici prodotti abruzzesi da lanciare all'estero

Ci sono olio e vino, ma anche arrosticini e pecorino: il Polo Agire in aiuto dei produttori

LA SFIDA DELL'EXPORT

L'internazionalizzazione andrebbe affrontata con un prodotto tracciato totalmente "Made in Abruzzo"

TERAMO – Pasta, olio extravergine d'oliva, vino, genziana, parrozzo, confetti, carota Igp del Fucino, conserve di pomodoro, farina di farro, lenticchie di Santo Stefano di Sessanio, zafferano dell'Aquila, tartufo, salsicce sott'olio, arrosticini e formaggio pecorino. Sono i sedici prodotti tipici sui quali l'Abruzzo dovrebbe puntare sul mercato internazionale. La lista è venuta fuori nel corso del workshop organizzato la scorsa settimana dal Polo Agire nell'ambito del progetto europeo Elma-Tp (European Local Manufacturers Training Platform), di cui il polo di innovazione dell'agroalimentare è partner italiano insieme alle società K_Shift e Pixel Association. Di ciascun prodotto sono stati individuati lo stato attuale e quello potenziale di sviluppo e i punti di forza e debolezza. Il progetto non si limita ad individuare le potenzialità del territorio e dei suoi prodotti tipici, ma aiuta gli operatori abruzzesi a migliorare la loro formazione, anche online, per incoraggiare le produzioni di

qualità e affrontare la sfida dell'export. **David Falcinelli**, della Coldiretti Abruzzo, nel suo intervento ha detto la sua sulla sfida dell'internazionalizzazione, che «andrebbe affrontata con un prodotto tracciato completamente abruzzese». L'esigenza di tutelare il made in Italy si vince con «l'etichettatura d'origine, che consentirebbe di riconoscere il vero prodotto made in Italy dal finto made in Italy. Potremmo recuperare in Italia – ha spiegato Falcinelli – ben 60 miliardi di euro che significherebbero 3 milioni di posti di lavoro in più». **Carmine Masoni**, della Cia Abruzzo, ha invitato gli agricoltori ad unire le forze: «Va migliorata l'esperienza della vendita diretta e non bisogna avere progetti autarchici o chiusi. Dobbiamo sicuramente costruire regole certe che impediscano frodi commerciali – ha detto Masoni – ma, dall'altra parte, avere l'apertura per capire che occorre essere competitivi e misurarsi con il mercato». Al workshop è intervenuto anche il neo consigliere

regionale Sandro Mariani, che ha ricordato 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». Sul senso del progetto Elma-Tp si è espresso anche il presidente di Agire Scarl (la società che gestisce il polo), 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». Il workshop della scorsa settimana non esaurisce la spinta del progetto: i partecipanti sono stati coinvolti nel fornire una valutazione sullo status attuale e potenziale delle tipicità abruzzesi. Le valutazioni emerse saranno esaminate negli step successivi per individuare le potenziali aree di miglioramento e offrire alle aziende strumenti concreti di crescita.

