

Lo studio

Gli italiani
tutti pazzi
per le Dop

Paolo Cesaretti, presidente
Consorzio Casciotta d'Urbino DOP

ANCONA Tra chi ha commissionato la ricerca sul consumo dei prodotti certificati Dop presentata a Roma nei giorni scorsi, c'è anche il Consorzio della Casciotta d'Urbino. Con i Consorzi di Tutela Dop Provolone Valpadana e quello Piave, fa parte di Aecis, l'Associazione europea cultura innovazione sostenibilità. La ricerca ha monitorato le abitudini di consumo e le performance dei prodotti Dop, Igp e Stg con un focus specifico sui formaggi ed evidenziato che gli italiani non rinunciano ai prodotti a denominazione di origine protetta. Prodotti che vanno ad aumentare il carrello della spesa in valore (+5,8%) e in volume (+2,7%). Le tendenze dei consumatori mostrano come gli italiani riconoscano nei prodotti Dop garanzia di qualità, autenticità e un legame con il territorio di produzione. La sostenibilità, quando intesa come metodo di produzione e rispetto del benessere di lavoratori e animali, influenza le decisioni di acquisto di circa 1 su 2 utenti con un impatto del 44% sulla scelta d'acquisto. Per quanto riguarda il mercato dei formaggi, prezzo e qualità sono le parole chiave nella scelta d'acquisto dei consumatori, in particolare l'acquirente su 3 sceglie un negozio specializzato e predilige punti vendita che offrono prodotti con marchi di certificazione geografica. Ne deriva che oltre la metà degli acquirenti è disposta a pagare mediamente il 10% più per i formaggi che garantiscono la provenienza e la qualità tipica del loro territorio. Quindi, con strategie e politiche specifiche è necessario attivare/rafforzare il comportamento di consumatori disposti a pagare di più i formaggi certificati.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

«Puntiamo sulla qualità Ecco cosa ci distingue»

Savini, dalla laurea in Marketing all'allevamento di maiali «sulle orme di nonno»

L'INTERVISTA

Federico Savini ha 31 anni. Con una laurea in management e marketing dell'Università di Bologna ha deciso con suo fratello Michele di seguire le orme di nonno Paolo, di babbo Nicola e di sua mamma Sabrina per allevare maiali a Petritoli, nel Fermano, trasformarli in prosciutto, salame, lonza, galantina e altre bontà. Sono i campioni in carica della migliore coppa di testa. **Cosa rende questa coppa così speciale?**

«Seguiamo scrupolosamente la ricetta di nonno e siamo molto attenti quando la produciamo. Poi, ha nell'impasto la carne dei nostri maiali e quel profumo di arancio, mandorle e di olive che la rende speciale».

Ci parli del suo allevamento?

«La nostra azienda è stata ufficialmente fondata nel 2016, ma l'allevamento ha origini dal 1965, grazie a mio nonno. Attualmente, alleviamo 130 maiali in un ambiente controllato. Li acquistiamo da un allevamento vicino e li facciamo crescere con un



Federico Savini, 31 anni

mangime che include la granaglia delle nostre 14 ettari di terreno. Seguiamo ogni normativa per garantire il massimo benessere ai nostri animali».

Quanto è importante questo aspetto?

«È fondamentale. Sia il benessere degli animali che la filiera corta sono cardini della nostra filosofia. Non scriviamo tutto in etichetta, ma ci teniamo a discuterne con i nostri clienti, per far comprendere il nostro impegno».

Quali sono le difficoltà di essere un allevatore di suini oggi?

«Le sfide sono molteplici, in gran parte dovute all'aumento delle normative burocratiche. Recentemente, ad esempio, è diventato obbligatorio seguire corsi di biosicurezza, pena la perdita dei contributi Pac. Inoltre, ci sono le spese legate alla Peste Suina:

prevenirla comporta costi significativi. In passato, la nostra zona contava almeno dieci allevamenti, ora siamo rimasti solo in due o tre».

Avete investito in una macelleria.

«È stato un passo strategico per valorizzare la nostra carne e realizzare salumi di alta qualità. Crediamo molto nelle nostre ricette che ci permettono di offrire un prodotto eccellente».

Cosa vi rende diversi dagli allevamenti intensivi?

«La qualità della materia prima, il benessere dei nostri suini, che si riflette nelle carni, e la nostra scelta di una filiera corta, con mangimi prodotti totalmente da noi».

Cosa pensa delle politiche agricole dell'Ue?

«Ritengo che tendano a favorire i grandi allevatori, trascurando le necessità dei piccoli. Gli oneri burocratici sono per la maggior parte gli stessi, sia che si gestiscano 150 maiali sia che se ne abbiano 2000. Occorre un adeguamento delle normative che tuteli la qualità del prodotto, rispettando le diverse realtà aziendali. È ingiusto che un collega con solo 10 maiali abbia gli stessi oneri di chi, come me, ne ha 130».

Come si è organizzato per presentarsi al mercato?

«Ho vari clienti all'ingrosso, compreso botteghe e ristoranti che cercano prodotti di alta qualità. Gestisco anche un negozio locale proprio qui in azienda e partecipo a mercati di Campagna Amica della Coldiretti. Inoltre, collaboro con un amico che gestisce un e-commerce, dove spediamo i nostri prodotti».

ve. an.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



«LE POLITICHE DELL'UE
SONO INGIUSTE
FAVORISCONO SOLO
LE GRANDI AZIENDE»

Spinta alla transizione digitale del settore

Il convegno di Confcooperative Fedagrimarche: «Facciamo rete»

Come sostenere la transizione digitale del sistema agricolo marchigiano: il ruolo della cooperazione agroalimentare. È stato questo il focus del convegno organizzato da Confcooperative Fedagrimarche a Montefelcino. Il professore Francesco Solfanelli dell'Univpm ha sottolineato l'importanza di «sostenere e accompagnare la transizione digitale del sistema agricolo marchigiano» attraverso la collaborazione tra ricerca, formazione e imprese. Anche

perché «rilevare dati e metterli a disposizione crea filiere più resilienti». Giovanni Cimarrelli del Consorzio Marche Biologiche ha parlato degli interventi previsti dal Csr Marche evidenziando come «tracciare produzioni e semi permetterà di distinguere in futuro i prodotti bio di qualità da quelli delle multinazionali». Mauro Scattolini, direttore di Confcooperative Marche, ha fatto eco alle necessità degli imprenditori, chiedendo una «migliore interoperabilità tra le

diverse piattaforme digitali» con l'obiettivo di ottimizzare risorse e tempi. Tuttavia, la frammentazione aziendale, l'elevata età media degli imprenditori agricoli (circa 57 anni), e la scarsa interoperabilità delle piattaforme digitali fanno sì che molte imprese percepiscano più criticità che opportunità. In questo contesto «le cooperative» ha evidenziato il presidente di Fedagripesca Marche Francesco Torriani - possono favorire partenariati».

© RIPRODUZIONE RISERVATA