

Settore lattiero caseario

eri in Regione Lazio è nato il marchio di qualità del latte Made in Lazio. Domani ci sarà la presentazione

La mozzarella dei burini

Il logo è il Colosseo, nonostante la maggior parte delle aziende sia concentrata nelle province di Latina e Frosinone

di Teresa Faticoni

Il Colosseo garante della qualità del latte pontino. Una antinomia in termini. Che entrano le bufale con i fori imperiali? Eppure ieri la Regione ha dato a battesimo il marchio di qualità del latte Made in Lazio. Il fatto è che la maggior parte delle aziende agricole si trovi tra la provincia di Latina e quella di Frosinone, e come era già avvenuto per il kiwi, da Roma ci appiccicano un simbolo tutto loro. Certo, si chiamano "burini", ma nessuno pensa all'etimologia. Burini perché i nostri antenati facevano il burro e lo vendevano ai capitolini. Ergo, a noi, lavoratori, il latte. A voi, che avate nell'Anfiteatro a guardare i buoi, il Colosseo. Comunque, sta la crisi del settore lattiero caseario la Regione ha pensato di disciplinare, proprio al Colosseo, i prodotti caseari laziali durante la quale il logo di qualità verrà presentato. Ieri mattina la decisione è stata presa in una riunione che si è tenuta presso l'assessorato all'agricoltura con Daniela Valentini a far da guida - ironia della sorte qualche stanza più in là

si decidevano, meglio si registravano, le sorti in negativo della Pettinicchio - a una folta rappresentanza anche pontina di organizzazioni di categoria e della cooperazione, caseifici e allevatori. "Contemporaneamente al marchio avvieremo una forte operazione di marketing e degli accordi con la grande distribuzione e i mercati regionali per la commercializzazione del nostro latte". Il marchio di qualità aiuterà infatti anche la vendita di prodotti "erroneamente" penalizzati da una crisi che sta colpendo la vicina Campania e permetterà la riconoscibilità del prodotto laziale. A questo proposito ci sarebbe da ricordare che il disciplinare del marchio dop Mozzarella di bufala campana prevedeva che, per quelle prodotte da queste parti, si poteva aggiungere al logo la scritta "pontina". Nessuno lo ha mai fatto, perché si vendeva di più se proveniva dalla vicina regione. Fino al momento in cui è scoppiato il caso diossina. Poi è nata la volontà di differenziarsi. "Chiederemo ai ministeri della Salute e dell'Agricoltura la convocazione di



BUFALE IN UNA AZIENDA

un tavolo nazionale per affrontare l'emergenza - ha concluso la Valentini - dove esporremo le problematiche del Lazio, discusse durante l'incontro". Si tratta soprattutto di risolvere la questio-

Un tentativo di smarcarsi dal marchio dop della Campania

ne del latte in esubero anche attraverso indennizzi economici e la dichiarazione dello stato di crisi di mercato. Sostegni pubblici, dunque, necessari a risollevarne le sorti del settore. Una crisi che si acuisce anche in conseguenza delle richieste di garanzie da parte dell'Unione europea. Il governo

italiano ha sottoscritto con Bruxelles un accordo in base al quale si stabilisce che in Campania le 610 aziende presenti tra Caserta, Avellino, Benevento, Salerno e Napoli non potranno commercializzare il latte e la mozzarella di bufala per dieci giorni. Lo stop fino a che non saranno resi noti i risultati dei controlli che saranno effettuati sulla presenza di diossina. La Regione Lazio, con l'approvazione del marchio - che deve attendere però la redazione e l'approvazione di un disciplinare ad hoc -, tenta a questo punto di smarcarsi dalla situazione della vicina regione che vive il grave momento di difficoltà anche in conseguenza al caos "monnezza". Nelle ambigue acque in cui navigano i prodotti nostrani, però, c'è un gioiello che continua a splendere. Proprio ieri nella top ten dei prodotti italiani che rappresentano, secondo uno studio condotto dai nutrizionisti dell'Istituto nazionale di ricerca per alimenti e nutrizione (Inran) è comparso il sedano di Sperlonga. Premiato per le sue qualità antiossidanti. Nella dimensione glocal, basta attrezzarsi.