

Elemento bloccato in attesa del consenso all'installazione dei cookie

Anno 15 | 09 Novembre 2017 | redazione@teatronaturale.it

ACCEDI | REGISTRATI

 TEATRO NATURALE
 AGRICOLTURA - ALIMENTAZIONE - AMBIENTE

CERCA



RACCONTI | TRACCE | STRETTAMENTE TECNICO | PENSIERI E PAROLE | INTERNATIONAL

Agroalimentare marchigiano diventa polo unico e fa squadra

Sarà Fico (Fabbrica italiana contadina) a Bologna la prima vetrina della neonata Associazione produttori dell'agroalimentare marchigiano, uno dei primi consorzi regionali multifiliera in Italia, che già in partenza annovera circa il 50% del Pil wine&food delle Marche, con un fatturato aggregato di 750 milioni di euro. Sette i soci fondatori (BovinMarche, Consorzio vini piceni, [Consorzio Marche biologiche](#), Consorzio Casciotta d'Urbino dop, Istituto marchigiano di tutela vini, Società Agricola Biologica-Gruppo Fileni, TreValli Cooperlat), che da soli rappresentano circa 3mila imprese agricole del territorio con produzioni che vanno dal latte alla carne, dalla pasta al vino, dall'olio a cereali e leguminose bio. Sotto l'ombrello di Food brand Marche – il logo che accompagnerà l'associazione – le compagini saranno impegnate a partire da Fico (dal 15 novembre per 12 mesi) nella promozione del brand regionale anche nelle principali rassegne internazionali del settore in Italia e all'estero, nella formazione agli addetti ai lavori e nell'informazione ai consumatori. L'associazione è aperta a chiunque produca o trasformi prodotti agricoli certificati e ha l'obiettivo di mettere in rete anche gli artigiani del cibo che faticano ad autopromuoversi, attraverso la partecipazione ai bandi di finanziamento nazionali e comunitari.

“Il progetto Fico – ha detto la vice presidente della Regione Marche e assessore all'Agricoltura, Anna Casini – nasce e si sviluppa ai confini regionali. La vicinanza con Bologna ci consente di intercettare un segmento turistico, quello enogastronomico, in continua crescita. Come Marche, dopo il sisma, abbiamo bisogno di visibilità e di opportunità per far venire sempre più turisti nella nostra regione. La loro presenza è fondamentale per consolidare la rinascita dei territori appenninici devastati, che vivevano di agricoltura e zootecnia, di eccellenze enogastronomiche da non disperdere, di cultura e sostenibilità ambientale. Fico, oltre che una vetrina, offre l'occasione di raccontarci e di proporci, di utilizzarla come volano della ricostruzione verde del nostro entroterra”.

Per il direttore dell'Associazione produttori dell'agroalimentare marchigiano, Alberto Mazzoni: “Le Marche non possono competere sul piano dei numeri con altre importanti aree italiane; il confronto che possono vincere è senz'altro quello della qualità. L'idea – già sperimentata col vino – di fare squadra per portare a fattor comune il buono della nostra regione è stata pienamente condivisa dalle grandi compagini, che faranno da traino ai piccoli. Oggi c'è la consapevolezza di poterci muovere con successo sui mercati globali grazie a un settore, quello dell'agricoltura, che da noi rappresenta la metà dell'intera superficie regionale e dove il pil agroalimentare vale il 12% sul totale (il valore nazionale è al 7%), con una crescita del biologico più repentina di quella già notevole del Paese”.

Nel nuovo hub dell'agroalimentare made in Italy di Bologna, presso lo spazio assegnato all'Associazione dalla Regione Marche, si alterneranno degustazioni, eventi speciali, corsi, presentazioni e focus sulle produzioni di qualità e sulle nicchie regionali. Poi sarà la volta delle fiere-obiettivo: tra queste, Sol e Agrifood di Veronafiere, Tuttofood di Milano, Cibus di Parma, Sana di Bologna. Ma anche Il Fancy Food di New York, l'Anuga di Colonia, il Sial di Parigi o il Foodex di Tokyo. Tra le attività nel breve, la presentazione di uno studio Nomisma sullo stretto rapporto tra qualità dell'agroalimentare e qualità della vita nelle regioni italiane.

ULTIMI ARTICOLI

Quando il calcio si allea con l'olio di oliva per la salute dei più piccoli

Agroalimentare marchigiano diventa polo unico e fa squadra

Una patata altamente nutritiva, ricca di vitamina A ed E

La cantina privata di Giacomo Tachis all'asta da Bolaffi

Cresce la voglia di vino italiano a Hong Kong



ARTICOLI PIÙ COMMENTATI

Olio extra vergine di oliva italiano: la rabbia e l'orgoglio

Il terribile prezzo della globalizzazione: la perdita della ruralità

Dalla competenza nasce la garanzia per i consumatori, l'esempio del Mastro Oleario

Un bagno d'umiltà per gli assaggiatori d'olio d'oliva

Nuovi oliveti, scatta il totocultivar. Quale scegliere per rispondere alle richieste del mercato?