

ADNK	CRO	27/05/2008	13.53.00
------	-----	------------	----------

ALIMENTI: 57 LITRI DI LATTE A TESTA L'ANNO, MUCCA ITALA PER MARCHIO DOC

ALIMENTI: 57 LITRI DI LATTE A TESTA L'ANNO, MUCCA ITALA PER MARCHIO DOC GRIFFE TRICOLORE PER GARANTIRE TRACCIABILITA' E QUALITA' PRODOTTI Roma, 27 mag. - (Adnkronos/Adnkronos Salute) - Fiumi di latte scorrono lungo la Penisola. Nonostante il calo degli ultimi anni, ancora oggi ogni italiano consuma mediamente 57 litri della bianca bevanda l'anno, con il 14% della spesa alimentare complessiva destinata all'acquisto di latte, yogurt e formaggi e prodotti della filiera lattiero-casearia. Per garantire ai consumatori la possibilita' di riconoscere al primo sguardo prodotti "buoni, rintracciabili e sicuri, dalla stalla alla tavola", in questi giorni su bottiglie, vasetti e confezioni arriva la mucca Itala, protagonista di un nuovo marchio di qualita'. Un bovino a forma di cuore, con fascia tricolore al collo e corona sul capo, che vuol essere una sorta di bollino blu dei latticini, promosso da Unalat (Unione nazionale associazioni dei produttori di latte bovino), finanziato dal Mipaaf (ministero Politiche agricole e forestali) e realizzato con la collaborazione dell'Inran (Istituto nazionale ricerca alimenti e nutrizione). "Questo comparto - ha spiegato Ernesto Folli, presidente di Unalat, presentando il nuovo marchio oggi a Roma - che al consumo vale 22 miliardi di euro, punta oggi su Itala, primo marchio italiano non commerciale, aperto a tutti gli operatori della filiera lattiero-casearia, che garantisce la qualita' del latte e dei suoi derivati". Per essere 'griffati', insomma, i prodotti devono essere stati ottenuti secondo regole a cui gli allevatori e trasformatori decidono volontariamente di attenersi, dando la completa disponibilita' di sottoporsi a verifiche e controlli. "Un sistema che impegna allevatori, trasformatori e distributori della filiera lattiero-casearia - ha aggiunto Folli - a mettersi al servizio del consumatore per fornirgli prodotti buoni, rintracciabili e sicuri". Una sicurezza che parte dagli allevamenti: qui e' posta la massima attenzione all'alimentazione e alla salute degli animali. "Perche' la qualita' del latte dipende dalla salute e dall'alimentazione della mucca", ha ricordato Carlo Cannella, presidente dell'Inran. (segue) (Sal/Zn/Adnkronos) 27-MAG-08 13:48 NNNN

ADNK	CRO	27/05/2008	13.56.45
------	-----	------------	----------

ALIMENTI: 57 LITRI DI LATTE A TESTA L'ANNO, MUCCA ITALA PER MARCHIO DOC (2

ALIMENTI: 57 LITRI DI LATTE A TESTA L'ANNO, MUCCA ITALA PER MARCHIO DOC (2) IN ARRIVO INIZIATIVE NELLE SCUOLE PER FAR CONOSCERE VIRTU' LATTICINI (Adnkronos/Adnkronos Salute) - Le norme a salvaguardia della qualita' si estendono a tutte le fasi di lavorazione e trasformazione della materia prima in latte alimentare, yogurt, ricotta, burro, mascarpone, creme di latte e formaggi, attraverso il controllo di processi tecnologicamente avanzati ma rispettosi dei gusti e sapori tradizionali. Non solo. Le organizzazioni che hanno aderito al marchio lavorano latte del territorio. Un elemento importante, hanno evidenziato gli esperti, perche' la vicinanza delle aziende agricole agli stabilimenti di trasformazione contribuisce a un sistema di produzione rispettoso dell'ambiente, imponendo scelte operative e commerciali che riducono i consumi energetici dei trasporti e degli stessi processi produttivi. Oltre alla qualita', fra gli obiettivi del progetto c'e' la promozione del consumo dei prodotti della filiera lattiero-casearia, nella quale sono coinvolti complessivamente 150 mila lavoratori (100.000 negli allevamenti, 30.000 nell'industria casearia, 20.000 nell'indotto), con un valore alla produzione di 4,8 miliardi di euro, che diventano 15 miliardi dopo la trasformazione industriale. E un export che nel 2007 ha raggiunto 1,3 miliardi di euro ed e' in costante crescita. Le prime aziende ad aderire al progetto operano in Lombardia, Friuli Venezia Giulia, Toscana, Campania, Basilicata e Puglia. Ma con il marchio della mucca tricolore gli organizzatori puntano anche a promuovere la conoscenza dei valori nutrizionali e salutistici del latte e dei suoi derivati, attraverso media, internet, scuole, iniziative di accoglienza nelle aziende. E dal prossimo autunno prendera' il via anche una campagna di educazione alimentare, rivolta agli alunni delle scuole elementari e medie. (Sal/Zn/Adnkronos) 27-MAG-08 13:51 NNNN

ADNK	CRO	27/05/2008	14.26.18
------	-----	------------	----------

ALIMENTI: IL NUTRIZIONISTA, POCO LATTE PER 60% GIOVANISSIMI ITALIANI

ALIMENTI: IL NUTRIZIONISTA, POCO LATTE PER 60% GIOVANISSIMI ITALIANI SERVONO 2 BICCHIERI AL DI', MAMME TROPPO IMPEGNATE TRASCURANO COLAZIONE Roma, 27 mag. (Adnkronos/Adnkronos Salute) - Poco latte per almeno il 60% dei giovanissimi italiani. "Bambini e adolescenti che, con il passare degli anni e l'arrivo dell'adolescenza, rinunciano a una sana colazione e a tutte le virtu' di questo alimento, fondamentale nel momento della crescita e non solo". Parola di Carlo Cannella, presidente dell'Inran (Istituto nazionale di ricerca per gli alimenti e la nutrizione), che oggi a Roma a margine di un incontro per presentare il marchio Itala punta il dito contro le mamme. "Via via che i figli crescono - dice il nutrizionista all'ADNKRONOS SALUTE - le madri molto impegnate rinunciano a preparare la colazione, rimandando magari a un cappuccino al bar. Mentre invece per bambini e giovanissimi il tazzone di latte con biscotti, pane o cereali e' una fondamentale fonte di nutrienti essenziali per la crescita". Ma quanto latte bere ogni giorno? "Consigliamo almeno due bicchieri di latte fresco intero, possibilmente di alta qualita', per il maggior contenuto di proteine e vitamine liposolubili. Nel caso, un bicchiere si puo' sostituire con lo yogurt - spiega Cannella - Ricordando che non sono solo i ragazzi a beneficiarne". Il nutrizionista pensa alle donne in menopausa e al problema della fragilita' ossea. "In questo caso, pero', molte italiane fanno un errore: scelgono la versione parzialmente scremata perche' 'meno grassa', dunque pensando alla linea. Ma cosi' non fanno il pieno di calcio". Altro consiglio: mai bere un'aranciata dopo il bicchiere di latte, per non rischiare di mandare in fumo l'approvvigionamento del minerale salva-ossa. "Bene invece gli sportivi, piu' informati: sanno che il latte contiene un acido grasso particolare, l'acido linoleico coniugato, che secondo recenti ricerche aiuta a migliorare il rapporto massa grassa-massa magra", sottolinea l'esperto. (segue) (Sal/Col/Adnkronos) 27-MAG-08 14:21 NNNN

ADNK	CRO	27/05/2008	14.31.29
------	-----	------------	----------

ALIMENTI: IL NUTRIZIONISTA, POCO LATTE PER 60% GIOVANISSIMI ITALIANI (2)

ALIMENTI: IL NUTRIZIONISTA, POCO LATTE PER 60% GIOVANISSIMI ITALIANI (2) (Adnkronos/Adnkronos Salute) - Bacchettate dal nutrizionista, invece, le giovani donne. "Tropo attente alla linea - continua Cannella - sono convinte che il latte a colazione le faccia ingrassare o le gonfi". Cosi' in molte preferiscono rinunciarvi, magari in favore di versioni light o di origine vegetale. Che pero', avverte lo specialista, non sono paragonabili al latte doc dal punto di vista nutrizionale. A riscoprire magari dopo anni la bianca bevanda sono gli anziani, "che spesso scelgono di cenare con pane e latte, anche per problemi di denti o digestione". Secondo Cannella questo alimento deve essere visto come ideale per tutte le eta', in particolare i piu' giovani. "L'abitudine a una sana colazione - raccomanda - permette di iniziare la giornata con la giusta carica di energia, per correre a scuola e mantenere l'attenzione necessaria fino alla merenda di meta' mattina". Infine un suggerimento ai genitori con bimbi piccoli. "Il bicchiere di latte e' utile anche prima di andare a letto, contiene dei peptidi con azione morfinosimile - conclude - che puo' favorire il relax e predisporre al sonno". (Sal/Col/Adnkronos) 27-MAG-08 14:26 NNNN

IL VELINO	ECO	27/05/2008	14.43
-----------	-----	------------	-------

ECO - ITALA: FAR CONOSCERE ALL'ESTERO LA QUALITÀ DEL LATTE ITALIANO

Roma, 27 maggio (Velino) - "C'è sempre una mucca che si chiama Itala nelle stalle italiane". Scherza così Ernesto Folli, presidente di Unalat, l'Unione nazionale fra le associazioni dei produttori di latte bovino, sul nome scelto per il marchio collettivo di qualità a cui hanno aderito sette dei 40 produttori di latte che fanno parte dell'associazione. "Un marchio nato per garantire la qualità e per permettere al consumatore di fare una scelta consapevole al momento dell'acquisto", ha spiegato al VELINO Folli. Si tratta di prodotti, quelli venduti sotto il marchio Itala, che fanno parte di un progetto di tracciabilità che coinvolge tutti i passaggi della filiera. "Cento per cento latte italiano di qualità. Uno strumento per rendere più competitivo il settore lattiero-caseario italiano che a causa dei costi di produzione non è competitivo a livello internazionale ma che ha molta qualità da vendere". Un'iniziativa finanziata dal ministero delle Politiche agricole, alimentari e forestali e alla quale aderisce anche Buonitalia spa.

"Il nostro obiettivo è quello di partecipare fin dall'origine alla produzione di un marchio che abbia dei valori apprezzabili e facilmente comunicabili anche dai consumatori internazionali", ha spiegato al VELINO Emilio Piazza, presidente di Buonitalia. Lo sforzo che va fatto, secondo Piazza, è quello di saper vendere all'estero i prodotti made in Italy. "Noi italiani siamo già bravi a produrre eccellenza nel campo dell'agroalimentare, ora dobbiamo essere in grado di rendere riconoscibile all'estero la qualità dei nostri prodotti e conquistare i mercati internazionali", ha concluso. Un marchio che secondo Carlo Cannella, presidente dell'Inran, l'Istituto nazionale di ricerca della nutrizione e dell'alimentazione, fa bene non solo all'economia e all'immagine del comparto: "Se beviamo il latte italiano ci sentiamo più sicuri e siamo portati a berne di più", ha spiegato infatti al VELINO. "E attraverso il latte che viene dai territori che circondano i centri urbani dove viviamo, impariamo anche a riconoscere i sapori e i profumi legati al territorio". Un po' come funziona per il vino, che racchiude i sapori delle erbe e dei fiori presenti nel territorio di produzione. "Ancora di più – ha insistito Cannella – perché bere latte di cui sappiamo l'esatta provenienza permette di assaporare un prodotto che viene dalle campagne che ci circondano. Quello che un tempo era chiamata la dieta del contadino", ha concluso. (esp) 271443 MAG 08 NNNN

ANSA	CRO	27/05/2008	14.45.55
------	-----	------------	----------

ALIMENTARE: LATTE; E' ITALA PRIMO MARCHIO QUALITA' NAZIONALE

ALIMENTARE: LATTE; E' ITALA PRIMO MARCHIO QUALITA' NAZIONALE (ANSA) - ROMA, 27 MAG - Si chiama 'Itala' il primo marchio italiano che garantisce la qualita' nazionale del latte e dei suoi derivati. A presentarlo oggi e' l'Unalat che con questo progetto, finanziato dal Ministero delle Politiche agricole e realizzato insieme a Inran e a Buonitalia, punta a valorizzare il prodotto made in Italy, per renderlo riconoscibile al consumatore. I prodotti che si fregiano del marchio 'Itala' - una mucca a forma di cuore con tanto di tricolore e corona sulla testa - garantiscono l'origine e la sicurezza del prodotto nazionale in tutte le fasi di lavorazione e trasformazione della materia prima in latte alimentare, yogurt, burro e formaggi. A dettare le regole e' un preciso Disciplinare tecnico a cui devono attenersi allevatori, trasformatori e distributori della filiera. Ad oggi, sono 20 le aziende produttrici di tutta Italia che hanno aderito a questo progetto, rendendo tracciabile gia' 20 milioni di quintali di latte, pari a circa il 20% della produzione nazionale, che a fine anno diventeranno 25 milioni. "E' un sogno nel cassetto che oggi, dopo due anni di lavoro, abbiamo realizzato grazie ad un impegno condiviso - spiega il presidente di Unalat Ernesto Folli - perche' acquistare i prodotti a marchio 'Itala' significa scegliere a livello nazionale qualita', rintracciabilita', sicurezza alimentare e certezza di origine". Secondo il presidente di Buonitalia, Emilio De Piazza, questo marchio e' un modo anche per competere, perche' si rendono riconoscibili i valori del prodotto italiano. "Si tratta di un'assunzione di responsabilita' nei confronti del consumatore - conclude il presidente dell'Inran Carlo Cannella - non solo da parte di produttori e trasformatori, ma anche degli organismi di controllo, del mondo della ricerca e della comunicazione". (ANSA). Y49-MRI 27-MAG-08 14:40 NNN

ADNK	CRO	27/05/2008	15.29.27
------	-----	------------	----------

CALDO: IL NUTRIZIONISTA, FRAPPE' A PRANZO O LATTE FRESCO CONTRO AFA

CALDO: IL NUTRIZIONISTA, FRAPPE' A PRANZO O LATTE FRESCO CONTRO AFA Roma, 27 mag. (Adnkronos/Adnkronos Salute) - Latte fresco o frappe' a pranzo per battere l'afa e nutrirsi senza appesantirsi nei giorni del grande caldo. Il suggerimento arriva da Carlo Cannella, presidente dell'Inran (Istituto nazionale di ricerca per gli alimenti e la nutrizione), oggi a Roma a margine di un incontro per presentare il marchio Itala per latticini di qualita'. "Il latte - ricorda l'esperto all'ADNKRONOS SALUTE - e' composto per l'88% di acqua, 'filtrata' dall'animale e arricchita di preziosi nutrienti. Dunque in questi giorni di grande caldo si puo' optare per un pasto leggero e fresco, abbinando magari alle virtu' del latte anche quelle della frutta. Via libera a frullati o frappe' leggermente refrigerati, per idratarsi e nutrirsi restando leggeri". (Sal/Ct/Adnkronos) 27-MAG-08 15:25 NNNN

AGI	EC	27/05/2008	17.19.02
-----	----	------------	----------

LATTE: PRESENTATO MARCHIO ITALA PER LA TRACCIABILITA'

LATTE: PRESENTATO MARCHIO ITALA PER LA TRACCIABILITA' (AGI) - Roma, 27 mag. - Una mucca che ricorda la forma del cuore, in testa una coroncina, al collo una sciarpa tricolore e un cuore al posto del puntino sulla i del suo nome: Itala. E' il simbolo del marchio "Itala": il primo marchio italiano, non commerciale, aperto a tutti gli operatori della filiera lattiero-casearia, che garantisce la tracciabilita' della filiera, la qualita' del latte e dei suoi derivati. Il marchio Itala e il progetto Qualita' Unalat ad esso correlato sono stati presentati oggi a Roma da Ernesto Folli, presidente di Unalat (Unione nazionale tra le Associazioni dei produttori di latte bovino); Emilio De Piazza, presidente di Buonitalia Spa (la societa' per la promozione, l'internazionalizzazione e la tutela dell'agroalimentare italiano, promossa dal ministero delle Politiche agricole alimentari e forestali); Carlo Cannella, presidente dell'Inran (Istituto nazionale di ricerca per gli alimenti e la nutrizione). Quattro sono le fasi della filiera che vengono controllate e garantite dal marchio Itala: l'allevamento del bestiame, il trasporto del latte, lo stoccaggio nei centri di raccolta, la trasformazione e immissione nel mercato. Chi aderisce al marchio, ha spiegato il presidente di Unalat, afferma la sua capacita' di andare oltre la pura osservanza delle leggi e dichiara cosi' una qualita' del produrre e dell'agire in cui il legame con i consumatori non e' semplicemente il punto d'arrivo ma la base di ogni interesse e azione. Il progetto, ha proseguito Folli, e' giunto ormai alla sua terza fase: dopo la tracciabilita' della filiera e la creazione del marchi - ha spiegato - siamo ormai alla promozione del marchio che inizia con la presentazione di oggi e proseguira' con due campagne distinte, quella di promozione nei territori e quella nelle scuole, che partiranno nella seconda meta' del 2008". (AGI) Cli/Rm/Sic 271715 MAG 08 NNNN

AGI	CR	27/05/2008	18.42.18
-----	----	------------	----------

LATTE: PRESENTATO MARCHIO ITALA PER LA TRACCIABILITA' (2)

LATTE: PRESENTATO MARCHIO ITALA PER LA TRACCIABILITA' (2) (AGI) - Roma, 27 mag. - Tutte le aziende che hanno ottenuto il marchio Itala rispettano un disciplinare tecnico che prende in considerazione tutti i fattori che influiscono sulla qualita' del latte e dei suoi derivati, intervenendo in maniera precisa in tutte le fasi produttive e di trasformazione, dalla stalla alla tavola. Le aziende, inoltre, lavorano latte del territorio nel quale si trovano: la prossimita' delle aziende agricole agli stabilimenti di trasformazione contribuisce a un sistema di produzione rispettoso dell'ambiente, imponendo scelte operative e commerciali che riducono i consumi energetici dei trasporti e degli stessi processi produttivi. Finora sono 150mila i lavoratori coinvolti nel progetto, con un valore alla produzione di 4,8 miliardi di euro che divengono 15 miliardi dopo la trasformazione industriale, un export che nel 2007 ha raggiunto 1,3 miliardi di euro e in costante crescita e 25 milioni di tonnellate di latte garantiti dalla tracciabilita'. Alla campagna di informazione e promozione del marchio si e' aggiunto anche il portale www.italaweb.it: un contenitore di informazioni, video, curiosita', ricette, dati scientifici e normativi, una "latteria multimediale" come l'hanno definita i promotori del progetto. (AGI) Mol 271838 MAG 08 NNNN

APBS	CRO	27/05/2008	18.58.05
------	-----	------------	----------

ALIMENTARE/ NASCE ITALA, MARCHIO DI QUALITA' DEL LATTE ITALIANO

ALIMENTARE/ NASCE ITALA, MARCHIO DI QUALITA' DEL LATTE ITALIANO ALIMENTARE/ NASCE ITALA, MARCHIO DI QUALITA' DEL LATTE ITALIANO Obiettivo qualità e promozione dei consumi della filiera Roma, 27 mag. (Apcom) - Nasce Itala, il primo marchio italiano, non commerciale, aperto a tutti gli operatori della filiera lattierocasearia che garantisce la qualità del latte e dei suoi derivati. Promossa da Unalat, finanziata dal ministero per le Politiche agricole e realizzato con la collaborazione di Inran e di Buonitalia, l'iniziativa ha come obiettivo anche la promozione del consumo dei prodotti della filiera lattiero-casearia, che conta 150 mila lavoratori (100mila negli allevamenti, 30mila nell'industria casearia, 20mila nell'indotto), con un valore alla produzione di 4,8 miliardi di euro, che divengono 15 miliardi dopo la trasformazione industriale e un export che nel 2007 raggiunge 1,3 miliardi di euro ed è in costante crescita. Ogni italiano consuma mediamente 57 litri di latte l'anno e destina il 14% della spesa alimentare complessiva agli acquisti di prodotti della filiera lattiero-casearia. Un comparto che al consumo vale 22 miliardi di euro. I prodotti a marchio Itala (una mucca azzurra a forma di cuore con una corona e una fascia tricolore), secondo quanto specificato oggi durante la presentazione, sono ottenuti secondo regole a cui gli allevatori e trasformatori decidono volontariamente di attenersi, dando completa disponibilità di sottoporsi a verifiche e controlli. Il latte Itala possiede un disciplinare tecnico che prende in considerazione tutti i fattori che influiscono sulla qualità del latte e dei suoi derivati, intervenendo in maniera precisa in tutte le fasi produttive e di trasformazione, dalla stalla alla tavola. "Un sistema - spiega una nota - che impegna allevatori, trasformatori e distributori della filiera lattiero-casearia a mettersi al servizio del consumatore per fornirgli prodotti buoni, rintracciabili e sicuri". Le organizzazioni che hanno aderito al marchio Itala lavorano latte del territorio. La prossimità delle aziende agricole agli stabilimenti di trasformazione "contribuisce a un sistema di produzione rispettoso dell'ambiente - sottolinea la nota - imponendo scelte operative e commerciali che riducono i consumi energetici dei trasporti e degli stessi processi produttivi". La campagna di informazione sul marchio si avvale anche del portale www.italaweb.it. Oltre a diversi passaggi televisivi, dal prossimo autunno prenderà il via anche una campagna di educazione alimentare, rivolta agli alunni delle scuole primarie e secondarie di primo grado. "Riteniamo che questo sia, insieme alla sicurezza alimentare, un elemento fondamentale per mantenere alto il valore delle nostre produzioni lattiero-casearie", ha affermato il presidente di Buonitalia, Emilio De Piazza. Gli ha fatto eco il presidente dell'Inran, Carlo Cannella, che ritiene utile la presenza di un ulteriore marchio sulle confezioni, soprattutto "se il marchio Itala certifica il rispetto delle regole di una buona pratica produttiva e rappresenta una assunzione di responsabilità nei confronti dei consumatori, non solo da parte degli allevatori e dei produttori, ma anche degli organismi di controllo, del mondo della ricerca e della comunicazione". "Attraverso il programma di rintracciabilità e il marchio Itala - ha sottolineato il presidente di Unalat, Ernesto Folli - i nostri tecnici controllano ogni singolo passaggio di questa articolata filiera per garantire al consumatore che il prodotto tracciato sia al 100% italiano e sicuro". Per ora sono dieci le aziende che utilizzano il marchio, ma presto altre dieci si aggiungeranno alla lista. Gtz 27-MAG-08 18:52 NNNN