



# AGRONOTIZIE

Le novità per l'agricoltura

by Image Line s.r.l.



## Zootecnia

30 Maggio 2008

### Itala, un marchio per il latte italiano

Una nuova iniziativa di Unalat per valorizzare la nostra produzione

Angelo Gamberini



Brindisi a base di latte ai successi del marchio Itala

Si chiama Itala, quasi a sottolineare le sue origini, ed è pronto ad accompagnare i prodotti di eccellenza del settore lattiero caseario italiano. Più che di un nuovo marchio è **meglio parlare di un nuovo modo di seguire e certificare il latte** dalla stalla alla tavola del consumatore. Perché potranno disporre solo le produzioni che sin dall'allevamento rispecchiano le norme del disciplinare. Un marchio, insomma, che viene apposto all'origine e non solo alla fine del percorso di filiera.

**L'idea, ora tradotta in realtà, è nata in casa di Unalat**, l'unione che raggruppa circa quaranta associazioni di produttori latte nelle quali

confluiscono 35mila allevatori per una produzione complessiva di oltre 60 milioni di quintali.

#### Certezze sul latte

Presentato alla stampa il 27 maggio, il marchio Itala si propone l'obiettivo di **dare al consumatore certezze circa la provenienza del latte** e sulla sua superiorità in tema di sicurezza e qualità. Perché se tutto il latte che si consuma è certamente in regola con le severe norme italiane, è anche vero che in molti casi gli allevatori si impegnano per **realizzare un prodotto al di sopra degli standard**. Ma il consumatore non ha gli strumenti per saperlo. E stiamo parlando di un alimento importante per l'uomo, prezioso per il suo apporto in proteine, vitamine e sali minerali. Tanto che ad esso sono state attribuite, come ha ricordato Carlo Cannella, presidente di [Inran](#) (l'istituto nazionale di nutrizione) anche funzioni protettive nei confronti delle neoplasie.

#### Il valore del latte

Importante per la nutrizione, ma anche per le tasche dei consumatori che al settore lattiero caseario dedicano il 14% delle spese alimentari. Un dato che pone questo settore **al primo posto per fatturato (4,8 miliardi di euro) nel comparto agroalimentare** italiano. E attraverso il latte e i suoi derivati trovano occupazione oltre 150 mila addetti. Un "gigante" che fino ad ora era privo di uno strumento di tracciabilità come quello messo a punto da Unalat. Lo ha messo in evidenza il presidente Ernesto Folli, ricordando che "nelle 45.000 aziende italiane che oggi producono latte, i passaggi sono numerosi e di conseguenza anche i controlli. Dalla preparazione dei mangimi alla mungitura delle vacche, dal trasporto del latte nei camion-frigoriferi alle aziende di trasformazione, dal confezionamento del prodotto alla consegna nei punti vendita, fino ad arrivare quindi al consumatore. Attraverso il programma di rintracciabilità e il marchio Itala 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.

"Nella varietà e vastità dei prodotti lattiero-caseari - ha poi aggiunto il vice presidente di Unalat, Antonio Piva - era necessario fornire al cliente un "metodo"/"marchio" per identificare dei prodotti garantiti".

#### Più un metodo che un marchio

Dunque non un semplice marchio che va ad aggiungersi ai tanti già presenti, ma un **"metodo"** <sup>©</sup> **che parte dai controlli in azienda e prosegue nelle diverse tappe del latte** o dei suoi derivati, osservando un preciso disciplinare che deve essere sottoscritto e rispettato dalla aziende che lo sottoscrivono. Organizzare e gestire un progetto come questo richiede un impegno rilevante e Unalat in questo compito ha il sostegno del [Mipaaf](#) (ministero delle politiche agricole alimentari e forestali) e la **collaborazione dell'Inran e di Buonitalia**. Un partner quest'ultimo che ha fra i suoi compiti anche quello di portare nel mondo le eccellenze italiane e nel comparto lattiero caseario non c'è che l'imbarazzo della scelta.

### La promozione

Ma prima è necessario far conoscere il marchio Itala in casa nostra e favorirne la diffusione. **Si parte da un buon ventaglio di aziende che hanno già aderito all'iniziativa** e che vanno dalla Lombardia alla Basilicata. Altre ovviamente se ne dovranno aggiungere per dare al marchio la maggiore capillarità possibile. E per raggiungere il risultato è in atto **una campagna promozionale** cui si affiancherà in autunno anche un **programma di educazione alimentare**. E non poteva mancare uno spazio dedicato al marchio anche su Internet. L'indirizzo è [www.italaweb.it](http://www.italaweb.it).

[Stampa](#) • [Invia ad un amico](#) • [OkNotizie](#) • [Segnalo](#) • [Wikio](#) • [Del.icio.us](#)

copyright 2008 Image Line S.a.s. - P.IVA IT 02075310397  
Iscrizione nel Registro della Stampa del Tribunale di Ravenna al n° 1242 del 25/11/2004  
® marchi registrati Image Line s.r.l. 1990-2008