

## Itala, un nuovo marchio per il latte italiano "super"

*Pronto al via il marchio voluto da Unalat per valorizzare l'eccellenza delle produzioni lattiero casearie italiane.*

*E già sono sul mercato, dalla Lombardia alla Basilicata, i primi prodotti con il nuovo segno distintivo*

Nel comparto agroalimentare italiano il primo posto va al lattiero caseario, capace di realizzare un fatturato di ben 4,8 miliardi e che occupa complessivamente oltre 150 mila addetti. Un "gigante" che i consumatori conoscono solo per il tramite dei tanti marchi commerciali che accompagnano latte e

formaggi. Un po' poco, specie considerando che ogni italiano consuma in media 57 litri di latte all'anno e che ben il 14% della sua spesa va nell'acquisto dei prodotti di questa filiera.

Ma ora arriva Itala, più che un nuovo marchio un nuovo metodo di seguire e certificare il latte, salubre e di qualità (cosa dovuta), ma soprattutto italiano. Perché molta della produzione italiana, per merito dei 45mila allevatori che ogni giorno sono impegnati nelle loro aziende zootecniche, riesce persino a superare questi pur alti standard qualitativi previsti dai nostri regolamenti. Ma il consumatore non lo sa. Da qui l'idea di dare vita a questo marchio, per la cui realizzazione è da tempo al lavoro Unalat, l'unione che raggruppa circa quaranta associazio-

ni di produttori latte nelle quali confluiscono 35mila allevatori per una produzione complessiva di oltre 60 milioni di quintali.

Presentato alla stampa il 27 maggio, il marchio Itala si propone l'obiettivo di dare al consumatore certezze circa la pro-



Il logo che contraddistingue i prodotti a marchio Itala

venienza del latte e sulla sua superiorità in tema di sicurezza e qualità. E stiamo parlando di un prodotto importante nell'alimentazione dell'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 importanti funzioni di protettive nei confronti delle neoplasie.

### Latte ed economia

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



Un momento della conferenza stampa per la presentazione del marchio Itala



Brindisi (a base di latte, ovviamente) alle fortune del marchio Itala



Alcuni dei prodotti a marchio Itala

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. Dunque non un semplice marchio che va ad aggiungersi ai tanti già presenti, ma un "metodo" che parte dai controlli in azienda e prosegue nelle diverse tappe del latte o dei suoi derivati seguendo un preciso disciplinare che deve

essere sottoscritto e rispettato dalla aziende che lo sottoscrivono.

### I partner di Unalat

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.

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 Calabria. 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.

**Angelo Gamberini**

### LE DIMENSIONI DEL SISTEMA LATTIERO-CASEARIO ITALIANO NEL 2007 (fonte: Unalat)

Valore della produzione agricola di base	4,8 miliardi di euro, il 9% della Pilv agricola nazionale
Valore della produzione industriale	15 miliardi di euro, il primo comparto per importanza nell'agro-alimentare nazionale
Valore al consumo dei prodotti lattiero-caseari	22 miliardi di euro, il 14% della spesa alimentare complessiva
Valore delle importazioni	3,0 miliardi di euro, la seconda voce dell'import nazionale dopo le carni
Valore delle esportazioni	1,3 miliardi di euro, in forte crescita negli ultimi anni
Numero di addetti	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 100.000 a livello di allevamenti</li> <li>• 30.000 a livello di industria di trasformazione</li> <li>• 20.000 la stima per l'indotto</li> </ul>

