

# PARMAOK.IT

ECONOMIA /

## **Alimentare, nasce Itala: marchio di qualità del latte italiano**

ROMA, 27 MAGGIO (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](http://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.

**27/05/2008**