

Denominazione protetta Prosciutto, lonzino, salame e lonza ne vanno alla ricerca

Presentate le domande al ministero dell'Agricoltura

— ANCONA —

RILANCIARE la salumeria marchigiana attraverso il conseguimento di nuove Dop (Denominazione di origine protetta).

Per il salame lardellato, la lonza, il lonzino e il prosciutto, l'Associazione della salumeria tipica marchigiana ha recentemente depositato al Ministero delle Politiche Agricole la richiesta di ben quattro denominazioni di origine protetta.

«Valorizzare le produzioni di eccellenza della nostra salumeria — ha commentato Enrico Salvadego, Presidente dell'Associazione — è la chiave di volta per sviluppare l'intera filiera suinicola».

Attraverso la DOP si garantisce al consumatore sia sulla provenienza della materia prima sia sul processo di trasformazione.

Nel disciplinare dell'Associazione, redatto in stretta collaborazione con la Facoltà di Agraria dell'Università Politecnica delle Marche e con l'Assessorato all'agricoltura della Regione, l'area di produzione/trasformazione coincide con l'area di allevamento, e cioè il territorio regionale.

Un elemento importante che collega i singoli prodotti alla gastronomia delle Marche.

DEI VENTIDUE PRODOTTI tipici che provengono dalla carne suina oggi la nostra regione può contare solo su due DOP: il Cacciatorino e il prosciutto di Carpegna e una IGP la mortadella di Bologna, che hanno comunque un fiavole legame con le tradizioni della nostra terra.

«Tradizioni che vanno difese e promosse — ha sottolineato Salvadego — in un'ottica di integrazione completa fra tutti gli attori della filiera suinicola. Dal campo alla tavola, dagli allevatori ai macellatori e trasformatori, sono tanti i rappresentanti dell'agricoltura che hanno aderito a questo progetto delle Dop. E non mancano anche alcune associazioni di categoria come Coldiretti e Confagricoltura».

«**IL RICONOSCIMENTO** della Denominazione di origine protetta sui nostri prodotti è un elemento essenziale — ha spiegato Sergio Zambelli, direttore di Suinmarche — e rappresenta l'unica strada da percorrere per l'affermazione nei mercati esteri, Usa e Nord Europa, dove la denominazione di origine è un elemento discriminante per l'acquisto delle produzioni italiane».