

Negozi e ristoranti si consorziano per garantire prodotti di elevata genuinità, ma a prezzi contenuti

Quando la farfalla diventa simbolo di qualità

GROSSETO - La farfalla bianca garantisce cibi sani. Grazie a questo simbolo fino al 31 luglio, i consumatori possono riconoscere i 30 ristoranti e i 16 negozi che aderiscono a "Agriqualità nella provincia di Grosseto". Un progetto pilota finanziato dalla Regione e da Unioncamere Toscana e realizzato da Ascom e Confesercenti in collaborazione con le imprese concessionarie del marchio Agriqualità, che propone un modello agricolo rispettoso delle risorse naturali e della conservazione delle diverse specie animali e vegetali. Formaggi, pasta, cereali soffiati, miele, carne bovina e di agnello contrassegnati dalla farfalla bianca sono ottenuti dalla cosiddetta agricoltura integrata, che prevede rotazione delle colture, forte riduzione di prodotti chimici, niente ogm, controllo e certificazione dell'intero processo produttivo. Sono alimenti che vengono realizzati seguendo rigidi disciplinari controllati da enti di certificazione e verificati dall'Agenzia regionale per lo sviluppo e l'innovazione dell'agricoltura (Arsia). "Con questa sperimentazione - commenta Enrico Ciabatti, segretario generale di Unioncamere - si valorizza la filiera corta, lo strumento che permette di accorciare i passaggi tra produttore e consumatore per ridurre i costi. Il progetto per ora è un esperimento che coinvolge Grosseto, ma ci auguriamo entri a regime in tutta la Toscana". Il marchio dà valore aggiunto ai prodotti che favoriscono uno sviluppo economico sostenibile nel rispetto del patrimonio naturale. "Il nostro Ente - sottolinea Marisa Nigro della Regione - ha da sempre un occhio di riguardo per i prodotti di qualità. Per questo stiamo predisponendo una campagna per far conoscere meglio il marchio Agriqualità". Il tutto con costi contenuti: "Il processo produttivo è complesso - afferma Luciano Rossi, coordinatore del gruppo di produttori - visto che richiede molti controlli e vigilanza per garantire la sicurezza per i consumatori. I prezzi, però, sono per tutte le tasche". Spiega Gloria Faragli di Confesercenti "...i ristoratori e i commercianti che hanno aderito all'iniziativa hanno a cuore la valorizzazione dei prodotti locali e contribuiscono a risolvere il problema della distribuzione". "Da oggi è attiva una massiccia campagna promozionale e informativa - aggiunge Oriele Segala di Ascom - con depliant e gadget che i consumatori potranno trovare nei negozi e ristoranti che espongono la farfalla".

Danila Ansaldi

