

Convegno web:

Il marchio di qualità “Prodotto di montagna”
e i prodotti della montagna toscana

27 ottobre 2020

Relatori

Carlo Chiostrì, Luca Marmo, Luca Santini, Luigi Polizzi,
Giovanni Belletti, Guglielmo Garagnani, Nicolò Savigni, Marina Lauri,
Fabrizio Tondi, Andrea Tagliasacchi, Lucia Baracchini, Federico Ignesti,
Nicolò Caleri, Elvio Bellini, Federico Franchi, Francesca Chinca,
Edgardo Giordani, Marilena Milianti, Marcello Mele, Carlo Santarelli,
Carolina Pugliese, Oreste Franci, Claudio Orlandi, Angelo Canale,
Manlio Antoniotti, Marco Mazzoncini, Matteo Borselli, Lorenzo Satti,
Paolo Storchì, Sergio Puccioni, Pierpaolo Lorieri, Riccardo Gucci,
Davide Borselli, Roberto Scalacci

Sintesi

ELVIO BELLINI¹

Castagne, Marroni e Miele di Castagno: Marchi Toscani UE DOP e IGP

¹ Accademico Emerito dei Georgofili, Presidente del Centro di Studio e Documentazione sul Castagno

La Toscana da sempre è stata foriera di tipicità gastronomiche, soprattutto della gente di montagna. Il Castagno con i suoi prelibati frutti (castagne e marroni) ha contribuito molto ad “alimentare” questo primato. Proprio dall’“Albero Nobile dei Monti” (o “Albero del Pane”), la Toscana ha raccolto considerevoli riconoscimenti dalla Comunità Europea, ricevendo ben 6 marchi: Marrone del Mugello IGP (1996); Castagna del Monte Amiata IGP (2000); Farina di Neccio della Garfagnana DOP (2004); Marrone di Caprese Michelangelo DOP (2009); Farina di Castagne della Lunigiana DOP (2010); Miele della Lunigiana DOP (2004).

Queste grandi eccellenze agro-forestali devono essere valorizzate maggiormente, soprattutto attraverso la formazione di nuove generazioni di castanicoltori e trasformatori, divulgatori di innovazioni che richiamino le tradizioni delle nostre montagne.

Chestnuts, Marrons and Chestnut Honey: EU POD and PGI Tuscan brands. *Tuscany has always been a harbinger of gastronomic specialties especially of the mountain people.*

The chestnut with its delicious fruits (chestnuts and marrons) has contributed a lot to “feed” this record.

Precisely from the “Noble Tree of the Mountains (or” Tree of Bread “), Tuscany

has collected considerable recognition from the European Community, receiving as many as 6 brands: Marrons of Mugello PGI (1996); Castagna of Monte Amiata PGI (2000); Flour of Neccio of Garfagnana POD (2004); Marrons of Caprese Michelangelo POD (2009); Flour of Chestnut of Lunigiana POD (2010); Honey of Lunigiana POD (2004).

These great agro-forestry excellences must be enhanced more, especially through the training of new generations of chestnut growers and processors, disseminators of innovations that recall the traditions of our mountains.

EDGARDO GIORDANI¹

*Piccoli frutti e montagna toscana: opportunità e criticità
per lo sviluppo di filiere di qualità*

¹ Università degli Studi di Firenze

Negli ultimi anni si assiste a una nuova interpretazione del concetto di filiera anche nel settore frutticolo. Le filiere frutticole tradizionali, considerate una mera concatenazione di fasi organizzate al fine di ottenere il prodotto “frutta”, si stanno evolvendo in “filiere di qualità” che risultano dedicate, elastiche e dinamiche. D’altra parte, la propensione all’acquisto dei consumatori è sempre più associata a istanze ambientali, salutistiche ed etiche che possono caratterizzare anche i prodotti frutticoli. Mirtillo, lampone, mora, fragola e fragolina presentano, ad esempio, caratteristiche idonee al fine di sviluppare filiere innovative ad alto valore aggiunto negli ambienti montani del territorio toscano. Ciononostante e al fine di promuovere lo sviluppo organico della filiera “piccoli frutti”, è necessario porre in atto strategie mirate (a) alla caratterizzazione del prodotto a livello territoriale; (b) al potenziamento del vivaismo locale di qualità; (c) all’ampliamento e alla diversificazione della gamma dei prodotti; (d) allo sviluppo di metodi di difesa ecocompatibili. Altri aspetti rilevanti per migliorare la filiera riguardano la definizione di una strategia post-raccolta combinata a un efficace sistema di trasporto e commercializzazione, nonché la valorizzazione degli scarti derivati dal ciclo produttivo. È anche necessario avviare azioni atte a massimizzare il valore del prodotto veicolando informazioni su qualità organolettica e contenuti salutistici al consumatore, evitando la sovrapproduzione, riducendo l’impatto ambientale dei cicli produttivi e collegando al prodotto il concetto di “freschezza” e “genuinità” possibilmente con un marchio di qualità consortile.

Small berries in Tuscan mountain areas: opportunities and critical issues for the development of value chains. *In recent years there has been a new interpretation of the supply chain concept also in the fruit sector. The traditional fruit supply chains, considered a mere chain of stages organized in order to obtain the “fruit” product, are evolving into “fruit value chains” that are dedicated, elastic and dynamic, and consider the consumer an essential reference point in the design of the supply chain itself. On the other hand, the propensity of consumers to purchase is increasingly associated with environmental, health and ethical issues that characterize products and processes. For instance, blueberry, raspberry, blackberry, strawberry and wild strawberry have suitable characteristics in order to develop innovative supply chains with high added value in the healthy environments typical of the Tuscan territory. Nonetheless and in order to promote the organic development of the “small fruits” chain, it is necessary to implement strategies aimed at characterizing the product at a territorial level; developing specialized plant nurseries; defining varietal lists in order to improve and expand the range of products; identifying environmentally friendly control systems against adversities. Other relevant aspects concern the definition of a post-harvest strategy combined with an effective logistic system and the reuse of wastes deriving from the production cycle. It is also necessary to implement actions to maximize the value of the product, for example, by conveying information on the organoleptic quality and health-giving contents to the consumer, avoiding overproduction, reducing the environmental impact of production cycles and connecting the concept of “freshness “and” authenticity “with a consortium quality mark after promoting the association of small berry producers.*

MARCELLO MELE¹

*Il marchio di qualità “prodotto di montagna”
e i prodotti della montagna toscana: il pecorino*

¹ Università di Pisa, Accademia dei Georgofili

Il legame tra le produzioni zootecniche e la montagna è da sempre garanzia di una serie significativa di benefici sia per le comunità che abitano la montagna sia per la popolazione in generale. Innanzitutto, l'allevamento animale consente di produrre cibo di elevato valore nutrizionale utilizzando terreni che, per le particolari condizioni pedoclimatiche, sarebbero inutilizzabili per colture agrarie o che fornirebbero rese molto scarse e tali da non garantire alle popolazioni una sicurezza alimentare. Si fa riferimento, in particolare, a tutte quelle aree definite come agricole ma riferibili a usi del suolo classificabili come pascoli o prato-

pascoli permanenti. Questa situazione è molto comune in molte aree del mondo e, giusto a titolo esemplificativo, nella sola Europa, il 64% delle aree agricole utilizzate per le produzioni zootecniche sono costituite da pascoli e prato-pascoli permanenti. In secondo luogo, la zootecnia, proprio attraverso una attenta manutenzione del territorio montano, connessa a una corretta gestione dei pascoli e alla conseguente regimazione delle acque meteoriche, fornisce servizi ecosistemici che hanno una doppia valenza economica: riducono i rischi e i relativi costi connessi al dissesto idrogeologico e mantengono una biodiversità e un territorio con un elevato valore paesaggistico e, di conseguenza, di interesse turistico. Infine, la montagna e il suo territorio sono spesso riconoscibili negli alimenti ivi prodotti, in quanto talune caratteristiche organolettiche e chimico nutrizionali sono direttamente connesse ai sistemi di allevamento e alla vegetazione che cresce nelle aree montane, creando pertanto un legame indissolubile tra il prodotto e il luogo di produzione. Il formaggio pecorino ne è un esempio paradigmatico. In Toscana i pecorini connessi all'allevamento di pecore da latte nelle aree montane sono riconducibili, prevalentemente, ma non esclusivamente, a due areali: quello dell'Appennino settentrionale, compreso tra le aree della Lunigiana, della Garfagnana e della montagna pistoiese, e quello del monte Amiata. Nel primo caso la produzione di latte e i formaggi che ne derivano sono anche fortemente connessi alla presenza di una razza autoctona, la pecora Massese. Nella zona del monte Amiata prevale la pecora di razza Sarda che, fin dalla metà del secolo scorso, ha progressivamente popolato questo territorio, rendendo possibile la continuazione dell'attività pastorizia, da sempre caratterizzante questa zona.

Tuttavia, per garantire che le attività zootecniche continuino a presidiare questi territori e a mantenerli intatti, le imprese zootecniche devono raggiungere una sostenibilità economica sufficiente a garantire anche una vita dignitosa agli allevatori e alle loro famiglie. In tal senso, poter contare su un marchio che renda riconoscibili i propri prodotti e aiuti la loro valorizzazione economica potrebbe essere un aiuto effettivo.

ANGELO CANALE¹

*Il marchio di qualità “Prodotto di Montagna”
e i prodotti della montagna toscana. Il miele*

¹ DiSAAA-a, Università di Pisa

La Toscana riveste un ruolo molto importante nella filiera apistica nazionale, alla luce di un numero di alveari superiore a 103.000, che rappresenta circa il

7% del totale degli alveari censiti presso la Banca Dati Apistica Nazionale nel 2019. Da un punto di vista delle tipologie di miele, la ragguardevole diversificazione vegetazionale tipica del territorio toscano garantisce la possibilità di ottenere numerosi monoflora, dai più comuni e richiesti come quelli di acacia e di castagno (Montagna pistoiese, Pesciatino, Valdinievole, Valdarno fiorentino, Pratomagno) a mieli di nicchia, sia per le quantità prodotte che per le loro caratteristiche melisso-palinologiche e sensoriali, come il miele di Erica in distretti floristici particolarmente vocati (Livornese, Senese, Grossetano, Chianti Fiorentino) o di melata di abete, caratteristico delle foreste del Casentino. Da un punto di vista nutrizionale e funzionale, produrre miele e altri prodotti dell'apicoltura (polline, gelatina reale, propoli) in habitat montani ben conservati rappresenta un valore aggiunto, certificato oggi dalla possibilità di attribuire a tali produzioni un requisito formale di tracciabilità, nell'ambito di un marchio di qualità dedicato e riferito allo specifico contesto produttivo. In aggiunta, si consideri che il moderato livello di antropizzazione, il trascurabile tasso di industrializzazione e la presenza nel territorio della montagna toscana di aree naturali protette, permettono di inserirsi anche nella filiera delle produzioni biologiche, nel pieno rispetto del benessere delle api e della salute del consumatore.

Tuscany plays a key role in the national beekeeping chain, with a total number of hives exceeding 103,000 (about 7% of the hives registered in the Italian national database “Banca Dati Apistica Nazionale” in 2019). The remarkable botanical diversification of the Tuscan territory allows to produce different honeys, ranging from the acacia and chestnut ones (e.g. Montagna pistoiese, Pesciatino, Valdinievole, Valdarno Fiorentino, and Pratomagno) to peculiar ones, such as the Erica spp. honey, which is typical of some floristic areas (Livornese, Senese, Grossetano, and Chianti Fiorentino), or the Abies spp. honeydew honey, characterizing the sites of production within the Casentino forests. From a nutraceutical point of view, producing honey and other beekeeping products (e.g. pollen, royal jelly, and propolis) in well-preserved mountain habitats represents an highly valuable opportunity, currently endorsed thought formal traceability of these products in commercial routes. Furthermore, the low level of anthropization, the negligible rate of industrialization, and the presence of protected natural areas, allow to include this Tuscan beekeeping product in the organic production chain, preserving the health of humans, bees and the environment.