

# I prodotti tipici del Lazio tra luci e ombre

A cura di Anna Carbone e Claudio Digiovannantonio

GRUPPO DI LAVORO:

**ARSIAL**

ARSIAL: dott. Giovanni Pica; dott.ssa Miria Catta.

UNIVERSITÀ DELLA TUSCIA: prof.ssa Anna Carbone, dott.ssa Valentina Sabbatini,



**REGIONE  
LAZIO**

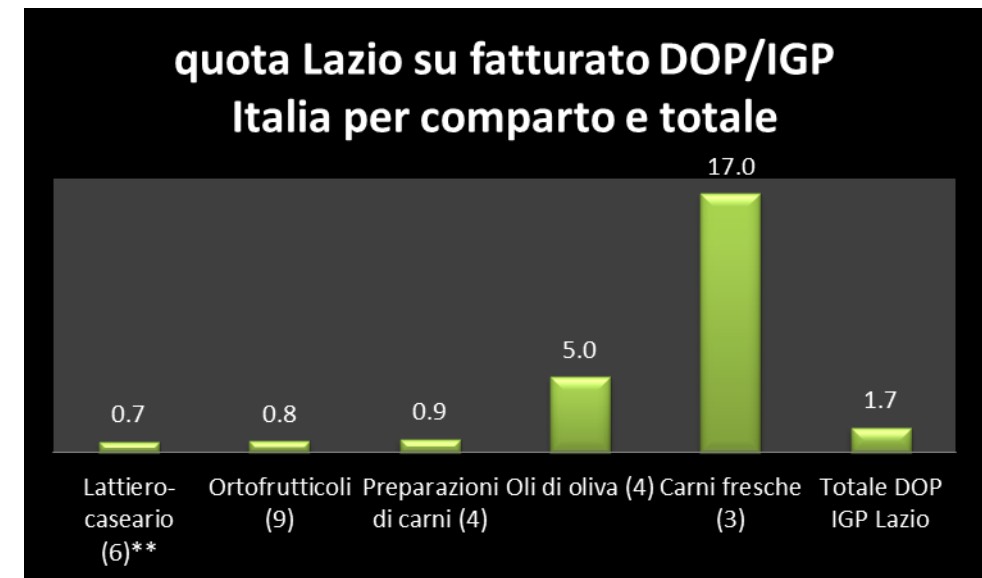
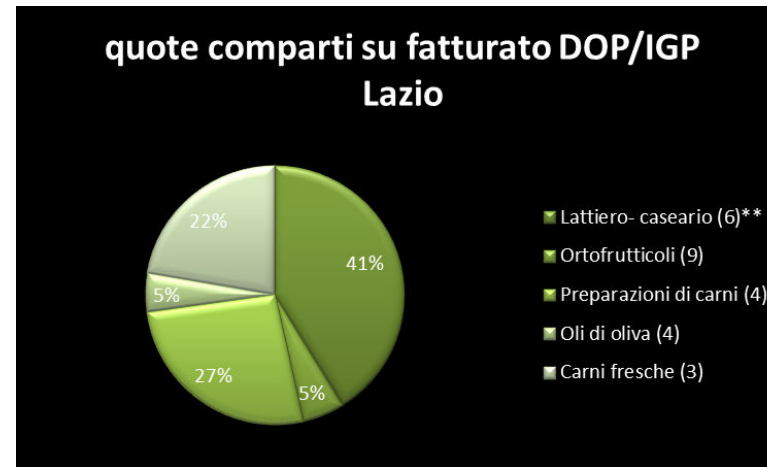
**Prodotti riconosciuti Dop e Igp nel Lazio (16 DOP e 11 IGP) riferimento 2016**

nome	tipo	area	anno	certifica
Pecorino di Picinisco	DOP	Lazio	2013	<b>no</b>
Pecorino Romano	DOP	Lazio-Sardegna	1996	si
Ricotta Romana	DOP	Lazio	2005	si
Pecorino Toscano	DOP	Toscana-Umbria-Lazio	1996	si
Mozzarella di Bufala Campana	DOP	LCMP	1996	si
Ricotta di Bufala Campana	DOP	LCMP	2010	<b>no</b>
Abbacchio Romano	IGP	Lazio	2009	si
Agnello del Centro Italia	IGP	ALMTUER	2013	si
Vitellone Bianco dell'Appennino Centrale	IGP	LUMAC	1998	si
Porchetta di Ariccia	IGP	Lazio	2011	si
Prosciutto Amatriciano	IGP	Lazio	2011	si
Salamini italiani alla cacciatora	DOP	FVGVLPERUTALM	2001	si
Mortadella Bologna	IGP	ERPLVTAAMLT	1998	si
Pane casareccio di Genzano	IGP	Lazio	1997	si
Canino	DOP	Lazio	1996	si
Colline Pontine	DOP	Lazio	2010	si
Sabina	DOP	Lazio	1996	si
Tuscia	DOP	Lazio	2005	si
Oliva di Gaeta	DOP	Lazio - Campania	2016	si
Carciofo romanesco del Lazio	IGP	Lazio	2002	si
Fagiolo Cannellino di Atina	DOP	Lazio	2010	si
Patata dell'Alto Viterbese	IGP	Lazio	2014	si
Peperone di Pontecorvo	DOP	Lazio	2010	si
Sedano Bianco di Sperlonga	IGP	Lazio	2010	<b>no</b>
Kiwi Latina	IGP	Lazio	2004	si
Nocciola Romana	DOP	Lazio	2009	<b>no</b>
Castagna di Vallerano	DOP	Lazio	2009	<b>no</b>

Fonte: DOOR-UE/Arsial/Consorti di Tutela

NB: in grigio produzioni con riferimenti territoriali esterni o comunque non direttamente regionali

fatturato all'origine	Lazio (milioni €)	% su totale DOP/IGP Lazio	% su DOP/IGP ITALIA
Lattiero- caseario (6)**	25.8	41.2	0.7
Ortofrutticoli (9)	3.4	5.3	0.8
Preparazioni di carni (4)	17.0	26.3	0.9
Oli di oliva (4)	3.1	4.8	5.0
Carni fresche (3)	15.4	22.3	17.0
<b>Totale DOP IGP Lazio</b>	<b>64.8</b>	<b>100</b>	<b>1.7</b>




		Operatori (2015)				fatturato	(milioni di	export	(milioni di	Prezzi all'origine		
		Produttori/ Allevatori	Trasfor matori	produttori- trasformato ri	altre figure	Euro)	2013-15/ 2010-12 var. %	2013-15 **	Euro)	2013-15/ 2010-12 var. %	media 2013- 15	var. media 13-15
Lattiero-caseari	Pecorino di Picinisco	1	1	1		0.0	0.0	0	0	-	-	-
	Pecorino Romano	300	4	-	4	6.3	-	0.3	-	7.62	22.7	-
	Ricotta Romana	92	9	1		0.8	72.0	-	-	5.25	-4.0	12.6
	Pecorino Toscano	125	-	-		0.2	-	0.0	0.0	9.42	3.2	12.0
	Mozzarella di Bufala Campana	481	7	-	10	19.4	-	5.6	-	7.95	12.0	-
	Ricotta di Bufala Campana	117			3	-	-	-	-	3.22	-	-
Carni fresche	Abbacchio Romano	727	17	1	21	12.3	95.2	-	-	7.03	5.3	103.6
	Agnello del Centro Italia	30	6	-		0.1	-	-	-	6.30	-	79.3
	Vitellone Bianco dell'Appennino C	406	16			1.0	-	-	-	5.89	-0.2	150.3
salumi	Porchetta di Ariccia	-	16	-		0.0	0.0	-	-	-	-	-
	Prosciutto Amatriciano*	-	1	-	11	2.0	-	-	-	10.34	-	-
	Salamini italiai alla cacciatora	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Mortadella di Bologna	-	1	-		15.1	-	-	-	7.70	8.2	18.5
	Pane casareccio di Genzano	-	6	-		0.0	0.0	-	-	-	-	-
EVOO	EVOO Canino	189	7	1		0.6	0.3	0.1	-	8.35	8.2	18.9
	EVOO Colline Pontine	21	7	9	26	0.2	47.6		-	13.95	20.8	106.4
	EVOO Sabina	198	80	50		1.1	-0.9	0.4	-	7.21	12.2	11.0
	EVOO Tuscia	111	19	7		0.7	25.8	0.17	-	11.41	-14.5	62.5
	Oliva di Gaeta	152	24	-		-	-	-	-	-	-	-
ortofrutta	Carciofo romanesco del Lazio	2	2	1		0.0	0.0	-	-	2.29	1.3	84.2
	Fagiolo Cannellino di Atina	26	3	1		0.1	263.9	-	-	8.65	4.7	-
	Patata dell'Alto Viterbese	59	5	25	1	3.3	-	-	-	0.51	-10.0	3.1
	Peperone di Pontecorvo	22	12	27		0.0	-92.5	-	-	1.91	1.2	551.1
	Sedano Bianco di Sperlonga	0	-	-		0.0	0.0	-	-	-	-	-
	Kiwi Latina	17	6	-		0.1	-2.4	-	-	1.64	-17.3	116.1
	Nocciola Romana	11	5	-		0.0	0.0	-	-	2.50	13.7	-27.2
	Castagna di Vallerano	23	1	-		0.0	0.0	-	-	-	-	-

Alcuni **prodotti tradizionali** del Lazio (Arsial ne censisce 400) acquisiscono notorietà e un buon riscontro sul mercato . Ad esempio: il Prosciutto di Bassiano e il Guanciale Amatriciano, svariati salumi del Viterbese, la marzolina ottenuta con il latte di capre autoctone, tra gli altri)

**ARSIAL**



Va ricordato anche **Slow Food Lazio**.   
10 mercati della terra (filiera locale)  
9 presidi (prodotti a rischio di “estinzione”)  
10 comunità del cibo (produzione)  
25 condotte (eventi e manifestazioni)

## i “nodi” dello sviluppo

- **filiere incomplete:** latte di pecora per il Pecorino Toscano, latte di bufala per la Mozzarella di Bufala Campana, Nocciole dei Cimini per prodotti dell’industria dolciaria, Kiwi preparato e confezionato fuori area, ecc.. Mancato circolo virtuoso della tipicità>> occupazione e reddito fuori regione.
- Difficile/scarso **accesso ai mercati regionali** (e su tutti a quello di Roma) per frammentazione, competenze, e mancanza coordinamento /azioni collettive.
- **Qualità e volumi poco stabili** >>> difficile incontro offerta-domanda su canali convenzionali.
- **visibilità imprese e territori e accesso ai mercati internazionali** difficili e limitati. Cause molteplici, tra cui: fattori culturali (NIT e lingue) scarsa attitudine impresa e investimenti in promozione; avversità azioni collettive (anche in logistica).
- Scarsi e inadeguati **collegamenti** fra tessuto produttivo/territori e **ristorazione regionale**.

## le parole chiave per il futuro del settore

-varietà-ecotipi- razze autoctone, qualità delle materie prime, stagionalità, forte valenza territoriale, salubrità e basso impatto ecosistemi.

-processi tradizionali legati ai contesti ambientali >>> pattern forte di tipicità.

-Roma: residenti e turisti >>> domanda prodotti del territorio (locali&tipici) e reputazione. Diffusione turismo rurale e agriturismo >>> filiera corta.

Ne seguono importanti opportunità per cogliere le quali occorre:

- rafforzare la visibilità e la reputazione dei prodotti e dei territori;
- favorire l'accesso ai mercati per il consumo finale;
- divulgare buone pratiche;
- istituire i Consorzi di Tutela e renderli tutti operanti e coordinati (sistema regionale).
- creare professionalità
- stimolare imprenditorialità e favorire ricambio generazionale e ingresso competenze

## la politica di promozione

Nell'ambito del progetto interregionale MIPAAF (dal 2001) "Agricoltura Qualità", nel Lazio ArsiAl svolge diverse attività in favore dei produttori (database, tracciabilità, sportello informativo, assistenza tecnica- cfr slide successiva).

La Regione Lazio, con ArsiAl e gli Enti Camerali, promuove le produzioni tipiche e tradizionali le imprese locali e il territorio, attraverso l'organizzazione di eventi promozionali. Nel 2017-18 tra queste: Biofach, slowfish, cheese, sana, tuttofood, Sol, Salone del Gusto, Cibus.

La partecipazione delle aziende e la consapevolezza delle potenzialità commerciali sono cresciute negli anni.

Tuttavia, l'corrispondere alle richieste dei buyers è spesso fuori dalla portata delle piccole imprese laziali; sono necessarie e urgenti forme di aggregazione.



## i servizi di assistenza tecnica

- caratterizzazione DOP/IGP/STG delle produzioni agroalimentari tipiche regionali ai sensi dei Reg. UE 1151/2012;
- supporto per la costituzione e riconoscimento Mipaaf dei Consorzi di Tutela;
- ricognizione dei prodotti agroalimentari tradizionali di cui al D.M. 350/99 (punti critici, individuazione necessità deroghe igienico-sanitarie, ecc.);
- il supporto nella richiesta deroghe igienico sanitarie;
- l'informazione e divulgazione su etichettatura, sicurezza alimentare e tracciabilità (Reg. UE n. 1169/2011);
- data-base sui prodotti tipici e tradizionali del Lazio con interfaccia web ([www.arsial.it/portalearsial/prd\\_tipici/default.asp](http://www.arsial.it/portalearsial/prd_tipici/default.asp)).
- servizio assistenza per certificazione di parte terza per la creazione di filiere strutturate (consorzi di tutela, organizzazioni di produttori di 1° e 2° livello, ecc.).

**Luigi Pagliaro: Slow-food Lazio. PAGELLA 6/10**

Punti di forza importanti: qualità dei prodotti, orientamento al biologico, sviluppo turistico, istituzioni di ricerca di eccellenza. Valorizzazione carente, tra le debolezze: scarsa capacità di fare sistema, limitata digitalizzazione >>> insufficiente accesso ai mercati. Idea “casareccia” della qualità e della presentazione dei prodotti. Reputazione: la sovrapposizione tra Lazio e Roma non giova. Imprese e istituzioni dovrebbero sostenere le realtà innovative gestite da giovani. La situazione nel tempo è migliorata.



**Marco Oreggia: Flos Olei. PAGELLA 7,5/10**

I prodotti tipici laziali: una storia millenaria, grandi spazi, punte di eccellenza assoluta. L’olio di oliva laziale gode di ottima reputazione nel pur eccellente quadro nazionale. Limiti nella frammentazione, incapacità di fare sistema, scarso coordinamento istituzionale. Immagine d’insieme poco convincente e incisiva.



**Francesco Praticò: La tradizione-Roma . PAGELLA 7/10**

I clienti esigenti conoscono e apprezzano sempre più i prodotti tipici del Lazio. Per alcuni vi sono problemi di reperibilità e qualità /stagionatura non adeguate. Nel complesso l’immagine è ancora debole. La complessità degli adempimenti burocratici crea difficoltà: i tanti giovani che si affacciano con entusiasmo vanno incoraggiati e sostenuti.



**Roberto Passeretta: AIMA e Federcarni-LT. PAGELLA 7,5/10**

Le carni laziali sono di elevata qualità e godono di ottima reputazione (ovi-caprine, avicole e bufaline) . Suine e bovine ottime ma meno rinomate. Punti di forza: piccoli allevamenti, pieno rispetto degli animali, ottimi pascoli, ambienti vocati alla stagionatura delle carni sono i principali. Debolezze: dimensioni limitano sostenibilità e competitività, mancato ricambio generazionale, scarsi investimenti poca promozione del territorio

