

## A Moliterno Confcommercio mette sul tavolo idee e progetti

# Dalla Sagra del Canestrato

# l'idea di una "via dei formaggi"

MOLITERNO - In occasione della 35esima Sagra del Canestrato di Moliterno Igp Confcommercio Imprese per l'Italia Potenza rilancia l'impegno per rafforzare la filiera alimentare di produzioni di qualità e vendita-distribuzione non solo sui mercati nazionale ed estero ma soprattutto di vicinato e di nicchia oltre che l'impegno a tutela di produttori e produzioni. In proposito, sottolinea Confcommercio, "sotto attacco" della contraffazione che sul settore del commercio pesa in Italia per circa 3,3 miliardi di euro (di cui, secondo dati Confcommercio, 1 miliardo di euro per i prodotti alimentari) e per gli esercenti rappresenta un fenomeno sempre più allarmante - ci sono tanti formaggi spacciati per locali e i noti Parmigiano Reggiano e Grana padano, oltre a salumi prestigiosi come il prosciutto di Parma ed il San Daniele, l'olio extravergine di oliva, i vini, l'aceto balsamico, il miele e conserve come il pomodoro San Marzano. Il consumatore ha soprattutto bisogno di informazioni adeguate. "I tipi di formaggio da noi stagionati - precisa Rocco Cassino dirigente Confcommercio - sono di tre tipologie: Canestrato di Moliterno I.G.P.(formaggio a pasta

dura prodotto con latte ovino e caprina); Formaggio Pecorino a pasta dura prodotto con latte ovino usato prevalentemente a tavola con una stagionatura dai 6 agli 8 mesi.; formaggio Pecorino da Grattugia (un formaggio a pasta dura prodotto con latte ovino ed ha una stagionatura dal 6 ai 12 mesi). I tipi di formaggio si differenziano dalla stagionatura: si identifica con il nome di Primitivo, un formaggio con stagionatura non superiore ai 6 mesi; come Stagionato, un formaggio con stagionatura dai 6 ai 12 mesi; come Stravecchio, un formaggio con stagionatura superiore ai 12 mesi il quale colore è leggermente più scuro". "Per far quadrare i conti e non rinunciare alla qualità bisogna fare spesa nel negozio sotto casa - consiglia il presidente Confcommercio Fausto De Mare - Il negozio a 'chilometro zero' comporta una serie di vantaggi che mettono d'accordo l'esigenza di risparmiare e la salvaguardia di un'accettabile qualità dei propri acquisti. Si risparmia, in primo luogo, in carburante: chi va a caccia disperata di offerte, spostandosi qua e là, non considera che i pochi euro risparmiati sulla spesa vengono "rimangiati"

dal caro benzina. Nel negozio di prossimità, inoltre, la facile raggiungibilità, il fatto di poterci andare tutti i giorni, se necessario, induce a fare spese contenute in termini di quantità, a prendere solo quello che serve e nella misura giusta". Confcommercio ripropone inoltre il progetto di un itinerario turistico alla riscoperta degli antichi sapori della Val d'Agri a partire dalla "via del pecorino di Moliterno". Il tutto con la prospettiva di creare una via dei formaggi che attraversi l'intera regione e sia contraddistinta da produzioni fatte da piccoli laboratori artigianali, i luoghi simbolo dal punto di vista gastronomico dell'Appennino lucano. D'altra parte, la tradizione dei formaggi lucani è sicuramente degna di nota. Esempio sono il caciocavallo, dal sapore piccante e deciso, ed il «butirro» che si realizza dalle mungiture effettuate sul Pollino e sul Monte Vulture, mentre mozzarelle, trecce e scamorze nascono dal latte degli allevamenti stabili in altre aree. E' anche un'opportunità per fare in modo che si conservi il patrimonio delle biodiversità e che si recuperino anche fondaci e grotte creando percorsi nei diversi paesi.



