

Normativa

di Massimiliano Gotti

Promozione della Qualità: campagna nazionale per i prodotti apistici italiani



Il 20 settembre 2024, in occasione di Terra Madre Salone del Gusto a Torino, è stata presentata questa iniziativa, promossa dal Ministero dell'Agricoltura della Sovranità Alimentare e delle Foreste (MASAF) in collaborazione con l'Istituto di servizi per il mercato agricolo alimentare (ISMEA).

Questa campagna rappresenta un importante passo per **valorizzare la qualità dei mieli italiani e sensibilizzare soprattutto i giovani sul grande patrimonio apistico** del nostro Paese.

La campagna mira a far conoscere l'ampia varietà di mieli che l'Italia offre, con oltre 50 mieli uniflorali e innumerevoli millefiori, ciascuno con caratteristiche uniche legate al proprio territorio di origine.

Allo stesso tempo, vuole mettere in evidenza le sfide affrontate oggi dagli apicoltori, che operano in un contesto sempre più complesso, influenzato dai cambiamenti climatici e dalle crisi ambientali.

La campagna di comunicazione è particolarmente innovativa e centrata sui social media, **con 75 contenuti**

educativi pubblicati su Instagram e TikTok. Incluse inoltre un mini sito di approfondimento e video tutorial, creati per educare i giovani alla cultura del miele.

Durante il Salone del Gusto, sono state organizzate attività didattiche e degustazioni per avvicinare i giovani al mondo dell'apicoltura, sensibilizzandoli sull'importanza del miele non solo come prodotto alimentare, ma come simbolo di biodiversità e sostenibilità.

Erano presenti rappresentanti di importanti realtà del settore: Unaapi, l'Osservatorio Nazionale Miele, le cooperative Conapi e Piemonte Miele, e l'associazione apistica piemontese Aspromiele.

Il coinvolgimento di queste associazioni e organizzazioni dimostra quanto sia cruciale per il futuro dell'apicoltura italiana **promuovere un sistema di qualità in grado di tutelare e valorizzare il miele italiano.**

Luigi D'Eramo, sottosegretario all'Agricoltura, ha sottolineato il valore della biodiversità del miele



Da sinistra: Barbara Nappini (Slow food), Luigi D'Eramo (MASAF), Livio Proietti (ISMEA). Foto di Massimiliano Gotti

Da sinistra: Giorgio Baracani, Anna Ganapini, Enrico Laguzzi, Massimiliano Gotti, Giovanni Giudo, Pier Giuseppe Abrate, Gianfranco Termini e Lucia Piana. Foto di Alessandra Giovannini



italiano: “La campagna ha l’obiettivo di spiegare il grande patrimonio che abbiamo nel nostro Paese e la biodiversità che caratterizza le regioni italiane. I mieli sono una realtà determinante che va sostenuta con azioni di difesa e promozione”.

Un aspetto fondamentale della campagna è la creazione del Sistema di Qualità Nazionale per i mieli, un sistema che consentirà di garantire la tracciabilità e la qualità dei prodotti apistici italiani, offrendo ai consumatori una sicurezza maggiore sui prodotti che acquistano. “Grazie alla collaborazione tra il MASAF e la filiera apistica, presto avremo regole chiare per identificare la qualità e la tracciabilità del miele”, ha aggiunto D’Eramo. “Questo sistema darà ulteriore forza alla nostra filiera”.

Anche Livio Proietti, presidente di ISMEA, ha sottolineato l’importanza della campagna per sensibilizzare i giovani al consumo di miele: “In Italia ci sono oltre

50 mieli uniflorali e una miriade di varietà millefiori. L’anno scorso la produzione si è attestata a 22mila tonnellate, ma ne servirebbero almeno il doppio. Si consuma ancora troppo poco miele tra i giovani, ed è proprio su di loro che la campagna vuole puntare”.

Un contributo significativo è arrivato anche da Barbara Nappini, presidente di Slow Food Italia, che ha ricordato l’importanza di raccontare le storie degli apicoltori, il cui lavoro sta diventando sempre più complesso a causa dei cambiamenti climatici. “Gli apicoltori sono i custodi della biodiversità. Educare i giovani su questo tema è fondamentale per garantire un futuro sostenibile”.

Enrico Laguzzi, presidente di Aspromiele, sottolinea che questa iniziativa è fondamentale per difendere il miele italiano dalle imitazioni e dalle importazioni di bassa qualità, che costituiscono una minaccia crescente per il settore apistico nazionale. ●