



## CORSO DI FORMAZIONE

# Cibus Loci

Una buona informazione sul cibo, sulle origini e sulla qualità

22 novembre 2019 - Sala Dialogo nel Buio, Calata De Mari, Genova  
dalle ore 9.30 alle ore 14.00

**“Una DOP - ma cos’è poi una DOP?”**

*Un giuramento un po’ più da vicino, una promessa più precisa,  
una confessione che cerca una conferma,  
un apostrofo rosso fra le parole “produttore e consumatore”,  
un segreto soffiato in bocca invece che all’orecchio,  
un frammento d’eternità che ronza come l’ali d’un ape, una comunione che sa di territorio,  
un modo di respirarsi il cuore e di scambiarsi sulle labbra il sapore dell’anima!”*  
(liberamente tratto da E. Rostand nel “Cyrano de Bergerac”)

### DALLE ORE 9.15: REGISTRAZIONE PARTECIPANTI

#### ORE 9.30: YOU’RE WELCOME

**STEFANO MAI** - Assessore Agricoltura Regione Liguria

**MARIO ANFOSSI** - Presidente Consorzio di Tutela Basilico Genovese DOP

**CARLO SIFFREDI** - Presidente Consorzio di Tutela Olio DOP Riviera Ligure

**MARCO REZZANO** - Presidente Enoteca Regionale della Liguria

**Tasting emozionale di benvenuto e avvio dei lavori.**

#### ORE 9.45: TALK DI APERTURA

**GIOVANNI ADEZATI** - Professore in Diritto dei consumatori

**ERMANN COPPOLA** – Responsabile Ufficio qualità e certificazione dell’area sicurezza alimentare Coldiretti

**NICOLA DI NOIA** - Responsabile EVOO SCHOOL Italia e Capo Panel C.O.I.

**Quello che i consumatori (e i lettori) vogliono.**

**Ovvero, l’annosa questione della qualità.**

Cos’è la qualità? Quali i suoi requisiti? Cos’è la tipicità? La provenienza, parte della qualità? DOP: una strategia win-win, che mantiene il valore intatto lungo la filiera. Qualità protagonista in cucina: non solo chef stellati, più luce sui prodotti. Cos’è un direttore d’orchestra senza il talento dei musicisti?

## ORE 10.20 : CONFERENCE

*LEO BERTOZZI – Segretario generale Origin Italia*

Parte I: **Le mille e una DOP.**

**Mettiamo a fuoco il contesto.**

I molti background di una DOP. Chi la richiede, chi la concede, chi la controlla, chi ne trae vantaggio e chi ne ha svantaggio (il sistema delle frodi, per esempio?). Cos'è e cosa non è una DOP e i suoi moventi: difesa o promozione? L'Unione Europea per l'agroalimentare: un disegno preciso ed evoluto.

Parte II: **Vero o verosimile?**

**Tra il dire e il certificare c'è di mezzo il mare.**

Chi dichiara il prodotto tipico? Auto-dichiarazione o certificazione? Controllare prima o dopo lo scaffale non è un piccolo particolare. DOP: tradizione messa per iscritto. Disciplinare la produzione con il disciplinare di produzione. Conoscere i territori dalle sue produzioni tipiche, in Liguria e in Italia.

## ORE 11.00: INTERVALLO

**"Wow, this is DOP!"** - Coffee break con assaggi DOP

## ore 11.20: ANIMAZIONE DOP

**Tutti pazzi per il Basilico Genovese DOP!**

## ORE 11.40: TALK DI TESTIMONIANZA

*FEDERICO DE SIMONI – Direttore Consorzio di Tutela Aceto Balsamico di Modena*

*RICCARDO DESERTI – Direttore Consorzio del formaggio Parmigiano Reggiano*

**Sguardi e traguardi delle DOP.**

**Storie di successi e, anche, di insuccessi, in Italia e in Europa.**

DOP: non un marchio, ma un bene collettivo, viaggi all'origine. Tu come la vedi una DOP? Da fuori e da dentro: trova le differenze. Prezzo o valore? Il valore va dove il valore è.

## ORE 12.10: CONFERENCE

*DARIO DONGO – Avvocato esperto di sicurezza alimentare e fondatore di Great Italian Food Trade.*

**Protetta da cosa?**

Al cuore delle Denominazioni di Origine come soluzione contro gli attacchi "alieni".

Il sistema delle DOP come risposta inequivocabile contro frodi, agromafie, contraffazioni, in-sicurezza alimentare. L'escamotage dei prodotti succedanei. DOP: tutt'altro che chiacchiere e distintivo.

## ORE 12.30: CONFERENCE

*CINZIA SCAFFIDI – giornalista e formatrice su sostenibilità e alimentazione, autrice per Slow Food Editore e docente di Scienze Gastronomiche.*

**Ma cos'è, poi, una DOP? Un apostrofo rosso fra le parole "t'assaggio"...**

**Dentro ogni DOP, una storia autorevole. A noi il piacere di raccontarla.**

Come ti porto l'attenzione? Riflessioni e strade di competenza e autenticità, verso sconfinati spazi di cronaca, di opinione e di storytelling. Perché chi ne scrive ne "trattenga": da notizia da propagare a patrimonio personale. Etica e crescita verso un futuro che ci piace.

**ORE 13.00: OPEN SESSION – DIBATTITO E SCAMBIO**

**DOP: istruzioni per l'uso**

Il cibo come patrimonio culturale nativo e resistente.

**ORE 13.30 : UNA DEGUSTAZIONE CONSAPEVOLE**

**ENOTECA REGIONALE DELLA LIGURIA**

Racconta: **ROBERTO PANIZZA** – *Gastronomo e Presidente Associazione Culturale Palatifini*

**“Wow, this is DOP!”: Lunch - Laboratorio**

**Il rito: assaggia, mangia, abbina.**

Sessioni di assaggio di oli DOP Riviera Ligure e altri DOP a cura di Nicola Di Noia

Sessioni d'assaggio di piatti tipici con prodotti DOP e vini liguri DOP.

**Moderatore:** *GIOVANNI BOTTINO*

(segretario del Consorzio di Tutela Basilico Genovese DOP)

**ABSTRACT**

Mangiare bene e sano, ma non solo: mangiare “cibus loci”, il cibo del territorio, ma è necessario essere attentamente informati.

DOC, DOP, IGP e le altre denominazioni territoriali autentiche e no, la difesa dei consumatori e quella dei produttori: nel piatto finisce anche e soprattutto l'informazione che deve sapere spiegare e “apparecchiare”, oltre che cucinare, in modo corretto la tavola delle notizie. Giornalisti esperti e tecnici professionisti del settore, rappresentanti di realtà DOP e IGP, alla “tavola” dell'informazione sul cibo, dei diritti di chi consuma e di chi produce. Insomma: fare attenzione al prodotto originale, ovvero sapere riconoscere la notizia fondata dalla fake news, come insegna la differenza tra parmigiano reggiano e parmesan.

**ISCRIZIONI E INFO**

**[www.cibusloci.eu](http://www.cibusloci.eu) \* [assaggialiguria.it](http://assaggialiguria.it)**

**Tel: 339 5998767 \* e-mail: [info@assaggialiguria.it](mailto:info@assaggialiguria.it)**

Il corso è organizzato da ATI Assaggia la Liguria. Assaggia la Liguria è un programma dei Consorzi di Tutela del Basilico Genovese D.O.P e dell' Olio DOP Riviera Ligure insieme all' Enoteca Regionale della Liguria, con il sostegno dalla Regione Liguria e del FEASR dell'Unione Europea – PSR 2014/20 Domanda n. 84250170820 Progetto “ASSAGGIA LA LIGURIA 2018/19 - LE TRE FILIERE, CO-BRANDING DEI PRODOTTI LIGURI A D.O.” ai sensi della Misura 3.2 “Sostegno per attività di informazione e promozione, svolte da associazioni di produttori nel mercato interno”.

## GLI OBIETTIVI DEL CORSO

Crescono le opportunità per il giornalismo agroalimentare, spesso agganciato a quello turistico-culturale, di offrire un'informazione qualificata e autorevole nel Paese più evoluto dal punto di vista enogastronomico.

Il corso:

- Offre contenuti, visioni e riflessioni per affrontare la comunicazione con **completezza di informazione, accuratezza nella terminologia e conoscenza d'insieme.**
- Corroborata il ruolo del **foodwriter**, sospingendo a svolgerlo **ad alto livello**, con benefici diffusi sia personali (una qualificazione che offre crediti) sia nei confronti dell'arte stessa della gastronomia e dell'intero comparto.
- **Aiuta a fare e riconoscere il buon giornalismo alimentare**, cosa a tutt'oggi non facile né frequente.
- Sollecita i professionisti dell'informazione a porre attenzione al pericoloso "effetto imbuto", vale a dire la capacità di diffondere ed espandere, senza trattenere, e a **costruire un solido bagaglio della persona, non solo del giornalista.**
- **Affina e dipana i complessi ma abusati concetti di qualità, distintività e valorizzazione** dei prodotti tipici e dei saperi locali
- Accompagna **un modello di qualità non massificato**, offrendo una reazione all'appiattimento dei consumi e, anche, di pensiero, con il giusto spazio alle aperture e alle esperienze diversificate.
- **Propone il valore della differenza in antitesi al concetto del "migliore"** riportando il focus sui prodotti (finiti e con una forte identità, ancorché ingredienti) piuttosto che sull'aspetto performativo.

I moderni stili di vita hanno reso meno evidente il legame fra prodotto e consumatore, ma le D.O. offrono grandi possibilità per i prodotti tradizionali e risposte efficaci nell'attuale scenario caratterizzato da:

- comportamenti di **consumo in rapida evoluzione**, con una crescente ricerca del valore anche associato all'esperienza
- grande cambiamento in tutto il settore dove **lo scenario competitivo si fa sempre più complesso e la filiera si trasforma.**
- complementarietà di comunicazione tra online e offline, con **un ampliamento dei fattori chiave della scelta a vantaggio dell'emozionalità e della veridicità.**