

Adnkronos Lavoro – 03/01/2018 12:37:00

'Le fattorie dei sapori veneti', impegno per qualità fra e-commerce e turismo

Venezia, 3 gen. (Labitalia) - Valorizzare i prodotti veneti a km zero, promuovere il consumo di cibi buoni, freschi e genuini, in alternativa alle produzioni standardizzate e industriali. Continua la battaglia in nome della qualità delle 26 imprese agroalimentari venete e dei 2 operatori della ristorazione aderenti al progetto 'Le fattorie dei sapori veneti'. Agricoltori e allevatori coinvolti puntano a far conoscere le specialità locali, strizzando l'occhio a turismo e e-commerce. Dopo la cerimonia di presentazione che si è tenuta a novembre alla presenza delle comunità locali, delle amministrazioni comunali e delle istituzioni, le realtà dislocate nelle province di Treviso (20), Padova (4), Venezia (2), Vicenza (1), Rovigo (1) che si sono costituite in questa Ati guardano al futuro. Impegni ambiziosi e sfidanti che mirano a creare un crescente rapporto di fiducia tra produttore e consumatore nella formula di acquisto 'dal campo alla tavola', ovvero nei punti di vendita diretta in azienda o nei mercati agricoli dove si possono trovare formaggi e latticini, carne fresca, salumi, ma anche vino, ortofrutta e conserve vegetali, miele, olio, farina, piante ornamentali e da orto. Produzioni rintracciabili e a filiera corta che rispettano l'ambiente e la stagionalità. E per il 2018 'Le fattorie dei sapori veneti' ha già in calendario una serie di iniziative che coniugano promozione e formazione. "A fine inverno proseguiremo con le attività promozionali programmate per far conoscere i nostri prodotti e far arrivare ai nostri punti vendita nuovi clienti", spiega Ludovico Giustiniani, dell'azienda Borgoluce e presidente di Avaveneto, associazione che supporta operativamente i lavori del gruppo. "Nel frattempo - aggiunge - continueremo con le attività di sviluppo di nuove specialità al naturale, sostenute da momenti formativi per il nostro personale, per ottenere alcuni prodotti in quantità sufficienti per essere proposti nel circuito e-commerce, che ci consentirà di portare le nostre specialità direttamente a casa del consumatore, anche in zone lontane dal luogo di produzione, senza intermediazioni". Un impegno che passa anche attraverso la promozione rivolta al numero crescente di visitatori che scelgono il Veneto come meta per weekend e vacanze: "Lavoreremo anche per intercettare la crescente domanda di turismo esperienziale, favoriti dalla presenza nelle nostre aziende di tutte le fasi di preparazione delle specialità alimentari, dalla produzione agronomica e zootecnica fino ai prodotti finiti, carne formaggi, conserve vegetali. Avremo bisogno di ulteriori risorse economiche e speriamo che la Regione Veneto metta a disposizione nuovi aiuti per la crescita delle filiere corte", conclude Giustiniani.