



**Carlo Santarelli**

presidente Consorzio Tutela Pecorino Toscano DOP

Qualivita  
Webcast



Qualivita  
Podcast



Consorzio Tutela Pecorino Toscano DOP

Via Mameli, 17 - 58100 Grosseto

www.pecorinotoscanodop.it- info@pecorinotoscanodop.it

f t i p #pecorinotoscano

*Il Consorzio Tutela Pecorino toscano DOP raggruppa 17 aziende, un confezionatore, due stagionatori, circa 200 allevatori soci diretti e altri 600 certificati. La zona di origine produce circa 35 milioni di litri di latte di cui circa 20 milioni vengono trasformati in Pecorino Toscano DOP, diventando circa 1 milione e 400 mila forme per un totale di quasi tre milioni e mezzo di chili.*

# Il Pecorino Toscano DOP a caccia di nuovi canali della grande distribuzione

*Difficoltà di logistica anche con l'estero  
Al via nuove forme di commercializzazione*

*a cura di Elena Conti*

**Presidente Carlo Santarelli, quale effetto ha avuto nelle vostre imprese del Pecorino Toscano DOP la crisi del COVID-19?**

“Prima della pandemia stavamo lavorando con soddisfazione. Il Pecorino Toscano DOP ha un appeal importante perché è diverso dagli altri pecorini, è molto dolce, ha pochissimo sale, si differenzia dai gusti molto accesi. Proprio per questa caratteristica incontra le esigenze dei consumatori. La crisi innescata dal COVID-2019 ha dato effetti negativi su produzione e commercializzazione. Il canale più colpito è stato l'Horeca; il lockdown dei primi di marzo ha congelato tutto, creando difficoltà alla distribuzione interna, ma anche alle esportazioni. Ci sono state difficoltà nella logistica, pure con l'estero, tutti i Paesi sono stati toccati dalla pandemia. La GDO nazionale è quella che ha tenuto, ma non può compensare ciò che è stato perso dal mercato Horeca. Ovviamente la produzione di latte non si può fermare, e nonostante tutto quello che sta succedendo, è una produzione che in natura avviene in modo regolare, pertanto le nostre aziende hanno cercato di salvaguardare il primo anello della filiera”.

## Il COVID-19 ha bloccato la fruttuosa collaborazione con le scuole

**Quale sarà l'azione che il Consorzio pensa di mettere in atto per supportare le imprese nel mercato?**

“Stiamo cercando di trovare nuovi spazi per il prodotto, e nuovi canali per incentivare la nostra presenza nella GDO. Il Consorzio sta facendo davvero di tutto per cercare di aiutare le imprese a commercializzare il prodotto e stiamo puntando sugli investimenti attraverso PSR per aiutare le aziende a migliorare. Abbiamo anche indirizzato parte del prodotto eccedente verso gli indigenti, perché era doveroso in questo momento avere un atteggiamento solidale”.

**Quale sarà l'azione che il Consorzio pensa di mettere in atto per comunicare e informare il consumatore?**

“Stiamo facendo molta comunicazione verso i consumatori cercando canali alternativi da quello che è il nostro solito lavoro. Noi puntavamo molto sulla scuola, per avvicinare i ragazzi al mondo della trasformazione di un prodotto DOP visitando i caseifici, ma oggi purtroppo tutte queste attività sono ferme. Ora stiamo lavorando maggiormente su canali social, che non sono per noi una cosa nuova, ma stiamo rafforzando la nostra presenza per cercare di essere vicini ai consumatori in modo più incisivo per far sì che non ci si dimentichi del Pecorino Toscano DOP. Tutto il mercato sta cambiando, a fianco del Consorzio le aziende devono capire cosa sarà il futuro e quali saranno i cambiamenti da mettere in atto. Per questo stiamo studiando con le stesse aziende, all'interno dei PSR, nuove confezioni biodegradabili per il prodotto sottovuoto. Dobbiamo pensare, visto l'aumento della richiesta della merce confezionata, di studiare forme di sottovuoto biodegradabili, per non aggravare una situazione già complessa, immettendo molto materiale plastico in circolazione. Stiamo lavorando affinché l'incarico di confezionamento del prodotto possa essere riciclato nell'organico. Stiamo andando sempre di più verso questo tipo di soluzione”.



**Quale attività possono organizzare le imprese e il Consorzio per rilanciare anche il turismo nel territorio?**

“Dobbiamo cercare di far conoscere il prodotto in sinergia col turismo, sempre di più, e appena potrà tornare la normalità, continueremo a cercare di far capire ai visitatori quanto è forte il legame del prodotto con il territorio. La DOP vuol dire territorio, garantisce che tutta la filiera proviene da quella zona, dove ci sono i pascoli, ci viene prodotto il latte, ci sono tutte quelle caratteristiche ambientali uniche e irripetibili, che fanno in modo che mai un altro prodotto possa essere uguale a una DOP”.



## STRATEGIE PER LA RIPRESA

**Il futuro è la confezione sottovuoto biodegradabile**

Il mercato richiede sempre più prodotto sottovuoto, per motivi igienici è calata moltissimo la vendita da banco. Il Consorzio sta studiando una confezione che sia biodegradabile, per limitare l'immissione di materiale plastico. La sensibilità verso la riduzione delle plastiche stava cominciando a prendere forma, ma per fronteggiare questa pandemia, è diventato necessario l'uso di molti oggetti di uso comune in plastica, come i guanti, e questo peggiorerà molto la situazione. Per questo il Consorzio del Pecorino Toscano DOP vuole una confezione che sia garanzia di non contaminazione per il prodotto, ma al tempo stesso rispettosa dell'ambiente.

