



06/03/2014

## PIANO CORILICOLO NAZIONALE, CONCLUSO IL PROGETTO UNAPROA

La Conferenza Permanente tra lo Stato le Regioni e le Province Autonome, ha approvato Il 29 aprile 2010 il "**Piano del settore Corilicolo**", costituito da un Documento in cui si enunciano le criticità strutturali del settore, nonché le azioni prioritarie di intervento per il rilancio, in generale, del comparto della frutta in guscio e, in particolare, della corilicoltura nazionale. Il Documento accompagnato da un allegato tecnico è stato redatto dal Tavolo di filiera della Frutta in Guscio, di cui [UNAPROA](#) fa

parte. In tale ambito, per promuovere l'innovazione di processo e il miglioramento della qualità del prodotto all'interno del comparto, il MiPAAF ha emanato un Bando per l'esecuzione degli interventi del Piano Corilicolo nazionale per il triennio 2010-2012 (D.M. 17188 del 04.11.2010, Pubblicato nella G.U. il 24 dicembre 2010).

UNAPROA ha sviluppato un Programma, denominato "**RISVANOCQ 5 colori**", che si inserisce tra gli interventi di "Sviluppo della qualità e dell'innovazione di processo, ivi compresa la ricerca" ed è stato realizzato nel **biennio 2011/2013** in collaborazione con le AOP e le OP associate, con il coinvolgimento dei principali centri di ricerca e delle organizzazioni professionali interessate.

Il Programma si compone di due linee di intervento:

**AZIONE 1** - Valorizzazione delle migliori cultivar di nocciolo e sviluppo di un moderno vivaismo

**AZIONE 2** - Iniziative di marketing, valorizzazione e promozione dei territori vocati alla coltivazione della nocciola

**L'AZIONE 1** si è attuata in due fasi, realizzate con la collaborazione del Centro Interprofessionale per le attività vivaistiche (Civi-Italia):

**Fase a)** Individuazione di una filiera vivaistica specializzata per la produzione e fornitura di **materiale di propagazione di qualità**, costituito a partire da ecotipi allevati presso alcuni campi sperimentali allestiti per la valutazione di cultivar selezionate realizzate nell'ambito di programmi di ricerca avviati a livello regionale. A riguardo, in particolare, sono stati eseguiti:

- Accertamenti sanitari degli ecotipi selezionati dai partner di ricerca a cui sono stati assegnati tali compiti;
- Conservazione ex situ in condizioni di isolamento dei candidati cloni;
- Individuazione vivai accreditati per la propagazione degli ecotipi selezionati secondo metodiche tradizionali e micropropagazione in vitro;

**Fase b)** Costruzione di un sistema vivaistico corilicolo di qualità finalizzato alla **certificazione del materiale di propagazione vegetale selezionato**, con particolare riferimento alle varietà più resistenti alle patologie del nocciolo e/o all'attacco di parassiti (cimice) o in grado di eliminare la produzione di polloni. A riguardo, in particolare, sono stati eseguiti:

- Redazione di un protocollo per la produzione di materiale di propagazione di cat. C.A.C. (Conformitas Agraria Communitatis) – DM 14/04/1997
- Proposizione di un protocollo di certificazione volontaria del materiale di propagazione del nocciolo da eventualmente inserire nell'ambito del Servizio Nazionale di Certificazione Volontaria del MiPAAF
- Validazione dei protocolli per la produzione del materiale di propagazione sanitariamente migliorato nell'ambito della corrente produzione vivaistica.

**L'AZIONE 2** - Iniziative di **marketing**, valorizzazione e promozione dei territori vocati alla coltivazione della nocciola, è stata eseguita in due fasi:

**Fase a)** Realizzazione di specifici materiali informativi su varietà, qualità, proprietà nutrizionali delle nocciole nazionali, (folder, leaflet, locandina, gadgets)

**Fase b)** Realizzazione della Campagna di sensibilizzazione per incentivare il consumo della nocciola



Il messaggio della Campagna nasce dal percorso salutistico ispirato dal marchio dei **5 colori del benessere**, che vede la **nocciola inserita nel gruppo di colorazione bianco**. Attraverso tale marchio collettivo creato per contrassegnare la qualità del prodotto italiano e le proprietà salutistiche collegate ad un consumo di almeno 5 porzioni di frutta e verdura di 5 colori diversi, si è voluto qualificare la Nocciola verso il consumatore quale prodotto salutare. Non un prodotto da evitare perché calorico, ma da assumere nella giusta misura.



**15 grammi al giorno:**  
all'interno di una dieta  
sana ed equilibrata...  
uno snack energetico,  
ricco di minerali e sostanze  
utili al nostro benessere.

Pensando alla Nocciola quale prodotto ideale per uno **snack**, il percorso è stato quello di associare al consumo di nocciole un **riferimento quantitativo** che fosse bilanciato dal punto di vista nutrizionale, ovvero la "**QB**", la **Quantità Benessere**.

La collaborazione del **CRA** (Consiglio per la Ricerca e la Sperimentazione in Agricoltura) ha permesso di individuare nella porzione di circa 15 grammi la giusta quantità per uno snack naturale e gustoso, quante quelle contenute all'interno del nostro palmo di mano: "Una manciata di Nocciole".

Il messaggio, pertanto, ha voluto armonizzare tre concetti di base: **CONSUMO DI NOCCIOLE – SNACK – SALUTE**. Tale indicazione ha permesso di suggerire al consumatore, attraverso la realizzazione di **appositi materiali divulgativi e informativi (Fase a)**, che tutti i prodotti ortofrutticoli fanno bene, anche i prodotti definiti calorici, purché assunti nella giusta misura. E questi, come le Nocciole, sono estremamente utili alla nostra salute perché apportano sostanze nutrizionali importantissime che molti altri prodotti non possiedono.

# Nocciole



lo snack  
*Naturale*  
tuttoGusto  
*è Benessere*

Le attività di sensibilizzazione per incentivare il consumo della nocciola (Fase b) hanno visto lo svolgimento della Campagna e più precisamente con:

- la pubblicazione su **magazine Alitalia** di una pagina publi-redazionale sulla Nocciola;
- la **distribuzione del prodotto sui voli**. Nell'ottobre 2012, a bordo di tutte le rotte per il Nord America, distribuite ai passeggeri 9.000 confezioni accompagnate dal materiale informativo;
- la promozione al consumo della nocciola quale di snack tramite **confezioni monoporzioni per assaggio**:
  - o in circuiti cinematografici selezionati. Per due settimane nei cinema multisala di Milano (Vimercate) e di Roma (Parco de Medici) sono state distribuite in totale 6.000 confezioni di nocciole con il relativo materiale informativo;
  - o nella prima classe dei treni ad alta velocità di Trenitalia. Nelle tratte Frecciarossa (Roma – Milano) e Frecciargento (Roma – Venezia) diffuse oltre 6.000 confezioni assaggio di Nocciole accompagnate dal materiale informativo;
  - o in combinazione con altri prodotti al "Vinitaly" a Verona;
  - o a "Caffeina" di Viterbo.

Il Programma di attività si è concluso il 22 ottobre 2013 in occasione della **Giornata della nocciola: forum di aggiornamento** tenuto a Caprarola (VT) presso l'Istituto Professionale Professionale di Stato per l'Enogastronomia e l'Ospitalità Alberghiera "Alessandro Farnese", in cui sono stati presentati i lavori di ricerca condotti in collaborazione con Civi-Italia e una sintesi delle iniziative di sensibilizzazione al consumo realizzate. **Felice Adinolfi docente all'Università degli studi di Bologna** ha illustrato le fasi del piano di marketing che ha portato le nocciole ad essere salutarie compagne di viaggio su aerei e treni e gustoso snack proposto al Vinitaly in abbinamento ai migliori vini Italiani. L'occasione del Forum ha permesso inoltre di mettere in luce le virtù salutistiche delle nocciole, grazie all'intervento della **dottorssa Elisabetta Bernardi, specialista in Scienza dell'alimentazione**, ma anche le ricadute positive che la corilicoltura ha, in termini economici sociali ed ambientali, sui territori interessati, come illustrato da **Denis Pantini di Nomisma**.

Fonte: Unaproa