Istituto Valorizzazione Salumi Italiani

IVSI informa

SPECIALE ASSEMBLEA ASS.I.CA. 2006

All'interno

- L'ufficio stampa integrato
- Premio giornalistico Reporter del gusto
- Newsletter Sapori e Salute
- DVD multilingue sui salumi italiani
- Debutto a Seul della Salumeria Italiana
- Le uscite radiotelevisive

Fare squadra per promuovere la salumeria italiana nel mondo

Nicola Levoni, Presidente IVSI

Leggendo le pagine di questo speciale IVSI informa il lettore si può rendere conto di quante iniziative e di quale impegno e creatività sia stato profuso nell'ultimo anno di attività dell'Istituto Valorizzazione Salumi Italiani.
Senza dubbio l'IVSI rappresenta il motore e la voce in Italia e all'estero del grande Made in Italy, della salumeria italiana.
È quindi un compito delicato e importante quello che mi è stato assegnato nel marzo scorso di essere il Presidente dell'IVSI. Un compito complesso ma, nel contempo, entusiasmante e con obiettivi di grande rilievo.
Il mio predecessore, Francesco Pizzagalli, ha segnato una traccia decisiva per lo sviluppo di IVSI, ha condotto con autorevolezza e intelligenza questo strumento fondamentale per lo sviluppo del nostro settore. Diventa quindi ancora più stimolante per me svolgere questo compito.
Tuttavia voglio subito dire che potremo raggiungere obiettivi importanti se riusciremo ad accrescere il senso di legame e di comunanza tra i consorziati, se saremo capaci di allargare il numero di quanti partecipano all'IVSI.
Il nostro patrimonio indubbiamente consiste nella sensibilità e nell'intelligenza che hanno caratterizzato le persone che negli anni hanno lavorato insieme per far conoscere la qualità dei nostri prodotti.

I mercati rappresentano sempre di più situazioni complesse e difficili. Aprono sfide nelle quali la comunicazione e l'innovazione hanno un ruolo decisivo. La professionalità e le competenze che dobbiamo mettere in circolo, sia in Italia sia all'estero, le capacità imprenditoriali e soprattutto la forza che può rappresentare l'insieme dei Consorzi, sono le qualità irrinunciabili per proseguire una strada di affermazione sempre più forte dei nostri prodotti.
Le iniziative dirette a informare i giovani sono state senz'altro quelle più nuove ed efficaci. Il successo che esse hanno avuto in Italia ci spinge a riproporle in Europa e laddove i nostri mercati si aprono.
Sono i consumatori i nostri destinatari principali. A loro dobbiamo dare informazioni semplici e concrete. A loro dobbiamo "insegnare a consumare" nel modo migliore. Noi dobbiamo essere garanti della qualità e sicurezza dei prodotti e, soprattutto, è necessario fare in modo che sia il "gusto" a guidare le loro scelte di consumo. I salumi italiani sono senz'altro in grado di rispondere a queste prerogative.
Le nostre iniziative hanno avuto buona accoglienza e sostegno dalle Istituzioni. Siamo certi che i Ministri che si sono appena insediati sapranno valutare anch'essi positivamente il nostro lavoro e le nostre proposte. Sono sempre di più le personalità scientifiche e quelle del mondo della comunicazione, i grandi "interpreti della cucina" italiana e straniera che hanno contribuito ad arricchire i nostri progetti e a valorizzare i nostri prodotti.
Il successo che abbiamo potuto riscontrare nelle diverse manifestazioni italiane e straniere ci dà senza dubbio l'entusiasmo di proseguire nel lavoro che ci attende.
Sono certo che le aziende del settore, anche per le qualità manageriali che le contraddistinguono, potranno rafforzare il ruolo di IVSI e l'importanza dei Consorzi di tutela dei salumi DOP e IGP.
La recente adesione di I.S.I.T. al nostro Istituto è la conferma che la condivisione degli obiettivi e degli strumenti, e la strada della compattezza e dell'unità, rappresentano un itinerario già tracciato, garante di forza e di successo.

Nicola Levoni

SALUMIAMO: APERITIVI E SALUMI

Grande successo per "Salumiamo – fette d'aperitivo", l'iniziativa promossa dall'Istituto Valorizzazione Salumi Italiani e dall'Unione Nazionale Consumatori, con il sostegno del Ministero delle Politiche Agricole e Forestali, per far conoscere ai trentenni la grande varietà di salumi DOP e IGP di cui è ricca la nostra penisola.

L'iniziativa "Salumiamo – fette d'aperitivo" è stata **accolta con entusiasmo dai giovani** delle sei città italiane che hanno frequentato i locali coinvolti nella gustosa kermesse. L'ora dell'aperitivo si è dimostrata il momento ideale per contattare i giovani: l'happy hour, infatti, è senza dubbio un'abitudine consolidata, una vera e propria ritualità per i giovani che utilizzano questo momento per incontrarsi, scambiarsi opinioni, chiacchierare, in poche parole, "fare comunità".
La **frenetica Milano** ha celebrato il matrimonio tra i salumi DOP e IGP, massima espressione della tradizione italiana, e i locali più alla moda in città come il GIOIA 69, Le Biciclette o l'Exploit.
Nell'**aristocratica Torino** "Salumiamo – fette d'aperitivo" ha toccato un locale storico, il Granbar, offrendo agli avventori raffinati abbinamenti tra i grandi vini della tradizione piemontese e i salumi tipici italiani.
L'**ospitalità del Sud Italia** si è confermata anche verso "Salumiamo". In uno dei locali più suggestivi del capoluogo siciliano, i giovani sono accorsi numerosi a "La Cuba" per assaggiare e degustare molti salumi tipici del Centro Nord Italia, talvolta serviti secondo le abitudini locali, come è accaduto alla Mortadella Bologna IGP, tagliata a cubetti e accompagnata da pepe e limone. Anche Bari ha dimostrato molto interesse nei confronti di "Salumiamo" e al Vinagre si sono sbizzarriti nell'assaggio dei salumi DOP e IGP con i diversi tipi di pane, riscuotendo grande successo tra i giovani.
La capitale ha visto il maggior numero di tappe di "Salumiamo – fette d'aperitivo" e la maggior affluenza di giovani trentenni. Nelle cinque serate romane - ospitate nei locali Red, Barbar, Acquanegra, Centrale e CO2 - l'affluenza di degustatori di salumi ha superato le 6.000 persone. Tra queste **non sono mancati i volti noti**, dai giornalisti televisivi Alessandro Di Pietro, Camilla Nata, Silvia Bertoni, alla showgirl Angela Melillo, al giocatore della Roma e della nazionale Vincenzo Montella.
Infine, **la dotta Bologna**, terra di grande tradizione salumiera, ha ospitato l'ultima tappa dell'iniziativa "Salumiamo - fette d'aperitivo". Oltre al servizio a buffet, al locale Boa Vista sono stati offerti ai tavoli, con grande maestria, salumi DOP e IGP accompagnati da vini bianchi e rossi di ottima qualità.
Bilancio decisamente positivo per "Salumiamo – fette d'aperitivo": toccate sei città con 12 appuntamenti, alcuni dei quali ripresi da circuiti televisivi nazionali; una decina di esperti e sorridenti salumieri si sono alternati instancabilmente affettando circa 800 kg di salumi DOP e IGP offerti in degustazione ad oltre 10.000 persone presenti agli eventi. Grande entusiasmo anche tra i gestori dei locali che hanno visto tante facce nuove accalcate davanti a grandi di piatti di Salamini italiani alla Cacciatora DOP, Speck dell'Alto Adige IGP, Mortadella Bologna IGP e, a rotazione, altri salumi tutelati. Insomma un successo a 360 gradi che ha riservato notevoli soddisfazioni e ha saputo aggregare l'Italia del gusto.

TRENTENNI E SALUMI: UN RAPPORTO FORTE E APPASSIONATO

Cosa cercano i giovani nel cibo? I sapori della tradizione possono essere di moda? Le risposte in un'indagine presentata nel corso della CONFERENZA STAMPA CHE SI È TENUTA A ROMA IL 6 OTTOBRE 2005, ALLA PRESENZA DEL MINISTRO GIANNI ALEMANNO, nella suggestiva sala Parlamentino del Ministero delle Politiche Agricole e Forestali. Il tema ha richiamato molti giornalisti radiotelevisivi e della carta stampata.

I risultati della ricerca condotta da Astra - per conto dell'Unione Nazionale Consumatori e dell'Istituto Valorizzazione Salumi Italiani – su un campione rappresentativo di 330 giovani (di età compresa tra i 24 e i 34 anni) rivelano una **straordinaria propensione al consumo di salumi da parte dei trentenni**. Il 98% dei giovani li consuma più o meno spesso; per la grande maggioranza i salumi costituiscono un alimento-chiave sia in occasione dei pasti principali sia in occasione di gite pic-nic, merende e aperitivi; il 91% li ama o addirittura li adora per le loro caratteristiche organolettiche, l'essere strumento di socializzazione, il costituire uno dei piccoli piaceri della vita.

Tra i giovani emerge una cultura sui salumi ricca e articolata, con un ampio ventaglio di motivazioni di consumo. Gli item riconducibili alle caratteristiche organolettiche sono ai primi posti: **piace il profumo** (80,5%), la genuinità (80,4%), il sapore (79,0%) e, a sorpresa, la giusta stagionatura (70,5%). Non manca un'attenzione al giusto rapporto qualità/prezzo (78,9%); alta è anche la richiesta di sicurezza del prodotto, un elemento questo che ha totalizzato il 76,9% delle preferenze. Giovani più responsabili negli acquisti che **amano il prodotto " buono e sicuro"** e che danno importanza anche al consorzio di tutela (58,9%) mentre, al contrario, non sembrano affatto condizionati dalla bella pubblicità.

Dai salumi, inoltre, i giovani si aspettano: facilitazione della vita, grazie alla preparazione veloce di un buon piatto (76%) e alla "portabilità" del salume (74%); convivialità, star bene in compagnia (71%); godimento di mangiar bene, con un buon bicchiere di vino (59%), **all'insegna dei piccoli piaceri della vita** (60%).

In merito alle denominazioni DOP e IGP ben l'86% degli intervistati le giudica positivamente e di questo il 50% esatto le ritiene molto importanti.

Sorprende positivamente, infine, che i salumi vengano scelti anche perché **fanno sentire orgogliosi di essere italiani** (53,8%): una perfetta dimostrazione di "Italian pride", come ha sottolineato Enrico Finzi, Presidente di Astra, che ha concluso il suo intervento affermando con decisione che i sapori della tradizione, salumi in primis, sono di moda tra i trentenni!

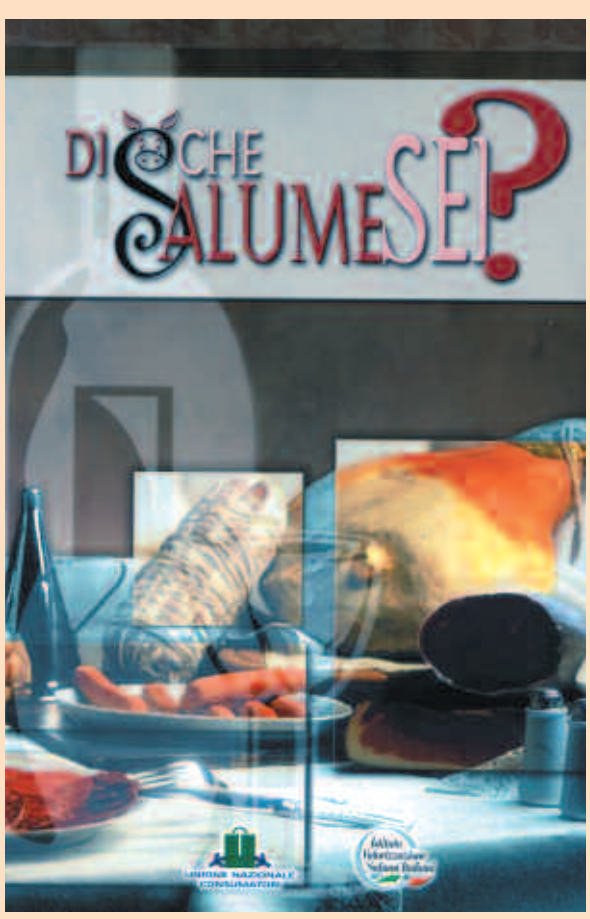
Dopo avere ascoltato con attenzione quanto illustrato da Finzi il **Ministro Alemanno** ha preso la parola per esprimere soddisfazione per quanto emerso dalla ricerca, per il valore attribuito ai prodotti DOP e IGP da parte dei giovani, e si è detto compiaciuto di aver contribuito alla realizzazione dell'iniziativa promozionale "Salumiamo - fette d'aperitivo".

I giovani sono una risorsa straordinaria anche per uno spaccato importante della nostra produzione tipica alimentare – ha evidenziato Alemanno - ed **è importante far conoscere i prodotti della nostra tradizione** ai trentenni: dobbiamo mantenere vivo anche tra i giovani i sapori che fanno del made in Italy alimentare un fattore di successo per il nostro Paese. Il Ministro ha rilevato e sottolineato "l'atteggiamento all'offensiva di questo vitale comparto dell'agroalimentare italiano - in controtendenza con altri settori del made in Italy dove prevale una strategia difensiva" – e ha ricordato "come il settore dei salumi sia un asse portante dell'agroalimentare nazionale".

DI CHE SALUME SEI?

TUTTI I GIOVANI CHA HANNO PARTECIPATO AI 12 EVENTI DI SALUMIAMO SI SONO POTUTI INFORMARE SULLE QUALITÀ UNICHE DEI SALUMI ITALIANI ATTRAVERSO LA SIMPATICA PUBBLICAZIONE "DI CHE SALUME SEI?".

NELLE 32 PAGINE DEL PICCOLO LIBRO SI RACCONTANO IN MANIERA FRESCA E ACCATTIVANTE LE CURIOSITÀ, LE TRADIZIONI DEI SALUMI, GLI ASPETTI NUTRIZIONALI, LE MODALITÀ DI DEGUSTAZIONE, L'ABBINAMENTO CON IL PANE E CON I VINI. E PER CHI VUOLE STUPIRE IN CUCINA NELLA BROCHURE VENGONO PROPOSTE LE RAPIDE RICETTE "SFIZIO SPRINT".



L'UFFICIO STAMPA INTEGRATO

Quotidianamente ci si trova ad operare in uno scenario in cui il peso dell'informazione è cresciuto notevolmente. Per questo l'IVSI da tempo ha moltiplicato i propri sforzi per avviare una **forte politica di relazione con i media** e iniziative di informazione. In tale ottica è nato l'Ufficio Stampa Integrato, struttura dedita a "curare" i rapporti con i Media in maniera più continua ed efficace per favorire la diffusione completa e puntuale di notizie riguardanti il settore e provenienti, oltre che dall'Istituto Valorizzazione Salumi Italiani, da ASS.I.CA. e dai Consorzi di tutela dell'ISIT.

Attraverso l'Ufficio Stampa Integrato si è creato un rapporto stabile, duraturo e professionale con gli operatori dell'informazione e si sono **sensibilizzati i Media sulle tematiche del nostro settore** anche grazie a Essenews, un'agenzia di notizie diffusa con frequenza quindicinale ad una corposa mailing list di giornalisti.

Nel 2005 l'Istituto ha continuato a monitorare la stampa e ha intensificato le attività di P.R. e i contatti con le redazioni radiotelevisive e della carta stampata, promuovendo interviste con esperti dell'area scientifica e con i vertici associativi per favorire l'uscita di articoli e servizi radiotelevisivi sui prodotti di salumeria e sul comparto.

Complessivamente, da gennaio a dicembre 2005, l'Ufficio Stampa radiotelevisivo ha ottenuto un **ottimo risultato di comunicazione** - con 103 passaggi radiotelevisivi (84 TV e 19 radio), per un totale di 71.892.000 contatti certificati - e una consistente rassegna stampa apparsa su varie testate a larga diffusione.

Nell'ambito delle attività verso i Media, inoltre, l'Istituto Valorizzazione Salumi Italiani ha partecipato con uno stand a "Identità golose" (congresso internazionale per chef e sommelier), e ha organizzato il premio giornalistico "Reporter del Gusto" - indetto per promuovere una maggiore informazione sul vasto panorama enogastronomico ed economico legato ai salumi italiani – oltre a diversi incontri con la stampa.

ESSENEWS L'agenzia di notizie sui salumi italiani

IL 2005 HA VISTO LA NASCITA DI ESSENEWS, UNA AGENZIA DI NOTIZIE QUINDICINALE CHE RACCOGLIE LE INFORMAZIONI NEI DIVERSI PUNTI RETE DEL SETTORE DEI SALUMI ITALIANI (ASS.I.CA., IVSI, ISIT, CONSORZI DI TUTELA) E LE DISTRIBUISCE AI MEDIA. ESSENEWS HA L'OBIETTIVO DI ESSERE UN INTERLOCUTORE AFFIDABILE PER QUANTI - GIORNALI, MEDIA, RADIO TELEVISIONI, MA ANCHE SEMPLICI CITTADINI - VOGLIONO AVERE NOTIZIE E APPROFONDIMENTI.

L'AGENZIA ASSOLVE UN COMPITO DI SERVIZIO ANCHE NEI CONFRONTI DELLE AZIENDE CONSORZIATE E DEGLI UFFICI. INVIA AI CONSORZIATI CHE NE FANNO RICHIESTA UNA RASSEGNA STAMPA COMPLETA CHE FORNISCE UN QUADRO DI RIFERIMENTO DELLE NOTIZIE CHE RIGUARDANO IL MONDO DELL'ALIMENTARE.

PER COLLEGARSI A ESSENEWS È SUFFICIENTE CLICCARE SU WWW.ESSENEWS.COM

La presenza IVSI a "Identità Golose"

Quattro incontri per riaffermare l'importanza dei salumi nella nostra tradizione culinaria

Due giorni interamente dedicati alla cultura della gastronomia italiana: dal 23 al 25 gennaio 2005 18 chef, 13 italiani e 5 stranieri, si sono alternati sul palco della Borsa per parlare della dignità e al tempo stesso della ***grandezza del cuoco****, delle sane tradizioni e della volontà di sperimentare qualcosa di nuovo, sempre nel rispetto della qualità degli alimenti e della varietà infinita di sapori.*
Ad applaudirli oltre 350 congressisti accreditati tra ristoratori, cuochi, enologi, sommelier e più di 200 giornalisti tra testate specializzate, tv nazionali e satellitari, radio, quotidiani.
In questa cornice, non poteva mancare l'Istituto Valorizzazione Salumi Italiani che ha partecipato a Identità Golose per affermare ***l'importanza dei salumi nella nostra tradizione culinaria****.*
Del resto i salumi rappresentano una sorta di grande racconto delle identità regionali italiane. Le ricette di preparazione ***seguono tradizioni antiche legate a luoghi, paesi, regioni*** *in cui l'aria dei colli o delle pianure contribuisce in modo decisivo all'arricchimento dei sapori e fa parte della maestria dei produttori delle diverse tipologie di salumi.*
L'Istituto ha offerto all'attenta platea di buongustai ***un'ampia selezione dei prodotti tradizionali*** *della salumeria italiana, come la Mortadella Bologna IGP, la Bresaola della Valtellina IGP, i Salamini Italiani alla Cacciatora DOP, il Culatello di Zibello DOP, il Salame Brianza DOP, lo Speck dell'alto Adige IGP.*
Durante le due giornate l'Istituto ha inoltre organizzato ***quattro incontri con esperti del settore*** *per approfondire le curiosità legate al mondo della grande salumeria italiana.*
Una occasione unica per conoscere più da vicino i prodotti e le caratteristiche che contraddistinguono alcuni dei nostri prodotti.

Giornalisti alla scoperta dei salumi DOP e IGP

Dalle redazioni più importanti all'enoteca più nota di Milano. I palati dei protagonisti della trasmissione televisiva "Italia sul Due" (che va in onda tutti i giorni sul secondo canale della RAI) e i giornalisti di importanti testate come ADNKronos, Libero, Il Sole24Ore, Panorama Economy, Donna Moderna hanno potuto degustare in due serate i prodotti della Salumeria italiana abbinati a grandi vini.
L'originale iniziativa promossa dall'Istituto Valorizzazione Salumi italiani il 14 e il 17 novembre 2005 ha avuto per protagonisti alcuni famosi consorzi: Salamini Italiani alla Cacciatora DOP, Prosciutto Veneto-Berico Euganeo DOP, Mortadella Bologna IGP, Zampone Modena Cotechino Modena IGP e Prosciutto di San Daniele DOP.
Grazie a queste serate, i partecipanti hanno potuto apprezzare gli **abbinamenti dei salumi con una sequenza di vini** scelti da Piero Solci sommelier di fama e patron dell'Enoteca omonima che ha ospitato la serata.
Ospiti delle serata anche famosi chef. Il 14 novembre ha portato la propria esperienza Pino Penati, gran patron del pluridecorato Ristorante "da Pierino", tra i primissimi su tutte le guide nazionali e che si fregia di una stella Michelin. Mentre per la serata del 17 il famoso chef Ernst Knam ha preparato un piatto speciale dedicato alla Zampone Modena IGP.

Premio giornalistico Reporter del Gusto

L'Istituto Valorizzazione Salumi Italiani premia i giornalisti che meglio hanno promosso la conoscenza dei salumi italiani

Una Milano imbiancata come non si vedeva da venti anni, con le guglie del Duomo e la galleria coperte di neve, è

stata lo scenario d'eccezione della premiazione della prima edizione del premio giornalistico "Reporter del Gusto", svoltasi il 3 marzo 2005 alla Terrazza Martini.
Questo premio, promosso dall'Istituto Valorizzazione Salumi Italiani, ha come scopo quello di segnalare giornali, testate radiotelevisive e giornalisti che nel loro lavoro quotidiano sono stati promotori della conoscenza, della qualità e della bontà dei salumi italiani garantiti "DOP" e "IGP": una ricchezza tutta italiana, che molti paesi ci invidiano, e che costituisce uno spunto vincente del made in Italy alimentare.
La giuria del premio, presieduta da Franco Abruzzo, Presidente dell'Ordine dei Giornalisti della Lombardia, ha preso in esame gli articoli di numerosissime testate nazionali, di quotidiani e periodici locali e nazionali, di televisioni e radio, e ha selezionato 5 premi speciali IVSI, 6 premi "Reporter del Gusto" e 15 premi speciali della giuria.
Si tratta di un panorama significativo della stampa italiana che rappresenta l'importanza dell'alimentazione nei suoi diversi aspetti, da quello economico a quello del gusto, da quello turistico a quello della cultura e delle identità.
La serata si è conclusa con un assaggio dei prodotti della salumeria italiana "interpretati" da un grande Chef, Carlo Cracco, mentre i noti jazzisti Paolo Tomelleri e Rossano Sportiello hanno interpretato le più belle melodie dello swing degli anni '40.

Seconda edizione di Reporter del Gusto: premiati i giornalisti Donfrancesco e Gambacorta. Assegnate tre borse di studio all'Istituto per la formazione del Giornalismo di Milano

Fabio Donfrancesco, di Italia Oggi, e Bruno Gambacorta di TG 2 "Eat Parade", trasmissione di RAI 2, sono i vincitori per il 2005 del premio giornalistico "Reporter del Gusto" che è ormai divenuto una prestigiosa tradizione nel settore del giornalismo che si occupa del cibo, dell'alimentazione, del gusto.

Il premio, ospitato al Circolo della Stampa di Milano, ha presentato nel 2005 una importante novità. Gli allievi dell'Istituto per la Formazione del Giornalismo"Walter Tobagi" di Milano hanno ricevuto da IVSI tre Borse di studio del valore di mille euro ciascuna. Si tratta di una iniziativa di collaborazione tra IVSI e le più importanti scuole di giornalismo italiane.
Infatti l'Istituto di Valorizzazione ha messo a disposizione delle scuole docenti, opportunità didattiche, materiali, ricerche, immagini e iconografie, filmati, per realizzare spazi di approfondimento delle tematiche che riguardano il gusto, la tradizione, l'immagine, le norme e le leggi, i dati economici del settore alimentare con particolare riguardo ai prodotti DOP e IGP. La scuola di giornalismo di Milano ha svolto una serie di ricerche sul tema, e ha seguito delle lezioni tenute da esperti e funzionari di IVSI e di ASSICA.

I premiati della prima edizione

REPORTER DEL GUSTO

Il Sole 24 Ore - Nicola Dante Basile
La Voce di Mantova - Romano Gandossi
TG5 "Gusto" - Gioacchino Bonsignore
Rai Uno - La Vita in diretta - Camilla Nata
Rai Radio Uno - Roberto Pippan
OGGI - Anna Bartolini

PREMI SPECIALI IVSI

Corriere della Sera - Francesco Arrigoni
Agrisole - Alessandro Mastrantonio
Radio24 - Davide Paolini
Cucina Italiana - Paola Ricas
La Repubblica - Licia Granello

15 PREMI SPECIALI GIURIA

Il Giornale - Paolo Marchi, **Panorama** - Isabella Colombo, **Radio Rai International** - Silvia Jacovitti, **Rete 4** - Fabrizio Trecca, **Il Giorno** - Eliana Bellè, **Specchio della Stampa** - Giorgio Calabrese e Caterina Calabrese , **Premiata salumeria Italiana** - Carlo Cantoni, **Viaggi** - **Allegato La Repubblica** - Carlo Cambi, **For Men Magazine** - Samantha Biale, **Gambero Rosso** - Mara Nocilla, **Viaggi e Sapori** - Fabiano Guatteri, **Cucina Moderna** - Lia Brambilla, **Gazzetta di Parma** - Andrea Grignaffini, **FOOD** - Maria Teresa Manuelli.

SAPORI E SALUTE: LA NEWSLETTER PER I MEDICI

Contattati oltre 70.000 opinion leader, un target di valenza strategica

Forniscono più ferro la carne o le verdure? Quale rapporto c'è tra consumo di salumi e sviluppo cognitivo? Di quali proteine abbiamo bisogno? Queste sono alcune delle domande a cui cerca di rispondere l'iniziativa dell'Istituto Valorizzazione Salumi Italiani rivolta alla classe medica: la ***newsletter Sapori e Salute*** *che si può leggere sul sito dell'Istituto al link* ***http://newsletter.ivsi.it***

Questo strumento, sviluppato in collaborazione con una società specializzata nel medical publishing, mira a fornire ***informazioni corrette ai medici****, ai nutrizionisti e, in generale, agli opinion maker scientifici. Si tratta di un target group intermedio che è di valenza strategica per l'attività di informazione al consumatore. Sovente, infatti, medici e nutrizionisti hanno una conoscenza sommaria dei salumi e dei loro valori nutrizionali ma, al tempo stesso, sono* ***molto ascoltati dai consumatori*** *che ne seguono i consigli dietetici, nutrizionali, eccetera.*
Per questo motivo ogni mese Sapori e Salute affronta un tema scientifico di particolare rilevanza, dai fatti e i misfatti del sale alla carnitina, dal consumo di salumi in gravidanza alla funzione della vitamina B12, alla celiachia. Le schede, rigorose da punto di vista scientifico ma, al tempo stesso, chiare e concise vengono ***inviate direttamente a 70.000 medici*** *di base, dietologici, pediatri, geriatri, medici sportivi e nutrizionisti.*

Per garantire la correttezza, la qualità e l'attualità delle informazioni *l'Istituto si avvale anche della attiva consulenza di alcuni dei membri del Comitato Scientifico dell'IVSI che, ogni mese, supervisionano tutti gli aspetti informativi legati alla sicurezza alimentare, ai metodi produttivi e igienico-sanitari, alle valenze nutrizionali.*

Infine, oltre alle informazioni mediche, Sapori e Salute sottopone ai lettori che si sono dimostrati interessati, ***piccoli quiz che affrontano (e a volte sfatano)*** *alcuni pregiudizi sulla carne e sui salumi. Così i medici e i nutrizionistisi si sono visti chiedere, di volta in volta, se Braccio di ferro aveva ragione a mangiare tutti quegli spinaci (o, in altre parole, se c'è più ferro nella carne o negli spinaci), se si trovano più proteine nella carne o nei tanto decantati legumi, se contiene più colesterolo il pollo o il prosciutto.*

Le newsletter Sapori e Salute sono state sviluppate nell'ambito delle iniziative nell'area medico-scientifica promosse dall'IVSI, area di primo piano tra le attività dell'Istituto, da sempre considerata strategica per sfatare i pregiudizi nutrizionali ancora esistenti sui salumi e per far conoscere le valenze qualitative dei salumi italiani e il loro ruolo in una corretta ed equilibrata alimentazione.

IL PROGETTO "PREVENZIONE E NUTRIZIONE"

NEL 2005 L'ISTITUTO VALORIZZAZIONE SALUMI ITALIANI HA RINNOVATO LA COLLABORAZIONE CON LE SOCIETÀ ADI (ASSOCIAZIONE ITALIANA DI DIETETICA E NUTRIZIONE CLINICA) E SIMG (SOCIETÀ ITALIANA MEDICI DI MEDICINA GENERALE) PER IL *PROGETTO "PREVENZIONE E NUTRIZIONE"*. I MEDICI DI BASE PARTECIPANTI A QUESTO PROGETTO HANNO RICEVUTO UNA SERIE DI MATERIALI INFORMATIVI CON L'OBIETTIVO DI FORNIRE UNA TRACCIA DI RISPOSTA ALLE DOMANDE PIÙ FREQUENTI CHE I PAZIENTI PONGONO SUI CIBI O SULL'ALIMENTAZIONE. L'ISTITUTO HA PARTECIPATO A QUESTA INIZIATIVA AL FINE DI FAR CONOSCERE AI MEDICI DI FAMIGLIA E, ATTRAVERSO QUESTI, AI CITTADINI, LE QUALITÀ DIETETICHE DEI SALUMI.

IL VERO E IL FALSO SUL CONSUMO DEI SALUMI

La novità editoriale firmata dal prof. Ballarini mette in luce il sano e il buono dei nostri prodotti

NON È LA PRIMA VOLTA CHE GIOVANNI BALLARINI, PROFESSORE EMERITO DELL'UNIVERSITÀ DI PARMA, PRESENTA UN LIBRO CHE RIGUARDA LA SALUMERIA. DOPO IL DONO DI ABELE E PICCOLA STORIA DELLA GRANDE SALUMERIA ITALIANA NEL 2005 È USCITO **SALUMI E SALUTE**, EDITO DA EDAGRICOLE (IL SOLE 24 ORE). QUESTA PUBBLICAZIONE, PROMOSSA IN COLLABORAZIONE CON L'**IVSI**, È STUZZICANTE GIÀ DAL TITOLO: SALUMI E SALUTE SONO CONTRASTANTI O, INVECE, OTTIMI ALLEATI? EBBENE, SUI SALUMI SALUTARI L'AUTORE, CON DOVIZIA DI PARTICOLARI E UN LINGUAGGIO PIANO ED ACCATTIVANTE, RICORDA CHE TREMILACINQUECENTO ANNI DI STORIA E UNA DIFFUSIONE MONDIALE TESTIMONIANO UNA SICUREZZA INTRINSECA DEI SALUMI, CHE LA RICERCA SCIENTIFICA HA ULTERIORMENTE ACCENTUATO. IL RAPPORTO CON LA SALUTE È QUINDI UNA SFIDA POSSIBILE CHE, ANZI, I SALUMI HANNO SPLENDIDAMENTE SUPERATO, TANTO DA POTER ESSERE DEFINITI "SALUMI SALUTARI", IN QUANTO APPORTATORI DI SALUTE.
LA STESSA RICERCA STA DIMOSTRANDO LE PREZIOSE DOTI NUTRIZIONALI E SALUTISTICHE DEI SALUMI, A PATTO CHE SIANO PRODOTTI E SOPRATTUTTO UTILIZZATI IN MODO CORRETTO, VALE A DIRE CORRISPONDENTE ALLE SPECIFICHE NECESSITÀ NUTRIZIONALI. I SALUMI, INFATTI, SONO UNA PARTE IMPORTANTE DELLA DIETA MEDITERRANEA, SINONIMO DI UN'ALIMENTAZIONE CORRETTA E FINALIZZATA A UNA GIUSTA NUTRIZIONE. MA I SALUMI, AL TEMPO STESSO, SONO PRODOTTI TRADIZIONALI CHE SODDISFANO LE ALTRETTANTO GIUSTE RICHIESTE DI GUSTO E PIACERE DEI CONSUMATORI.
NEL LIBRO, DI OLTRE 200 PAGINE, UNA PARTICOLARE ATTENZIONE È STATA DEDICATA ALLA SICUREZZA DEI SALUMI ED AL LORO APPORTO NUTRIZIONALE. ASPETTO ALTRETTANTO INTERESSANTE DI QUESTO LIBRO È L'ESAME DELLE LEGGENDE PIÙ O MENO METROPOLITANE CHE SONO STATE INVENTATE SUI SALUMI E SU TALUNI DEI LORO INGREDIENTI, COME PURE UN ABBECEDARIO NEL QUALE SONO RACCOLTE VOCI CHE RIGUARDANO I SALUMI, NEI LORO ASPETTI TRADIZIONALI E SALUTISTICI, IL TUTTO ACCOMPAGNATO DA UNA NUTRITA BIBLIOGRAFIA.

NUOVA GRAFICA E PIÙ INFORMAZIONI PER WWW.SALUMI-ITALIANI.IT

Nel 2005 è avvenuto il rinnovamento del sito internet dell'Istituto Valorizzazione Salumi Italiani, www.salumi-italiani.it. **La nuova grafica**, più moderna e accattivante, risponde all'obiettivo di comunicare in maniera più efficace con i molti consumatori che frequentano le pagine di questo sito per informarsi sui salumi italiani, la loro storia, gli abbinamenti gastronomici, le ricette più sfiziose, gli itinerari del gusto, le feste e le sagre, gli aspetti nutrizionali oltre che sui dati economici del settore.

Il rinnovamento grafico è stato accompagnato dalla implementazione di un **avanzato sistema di content management** che permette all'Istituto di aggiornare direttamente i contenuti del sito, in modo da informare in tempo reale sulle novità legate all'immenso patrimonio della Salumeria Italiana.

Per la grande quantità di notizie presenti, **www.salumi-italiani.it** è ottimamente posizionato nei motori di ricerca: digitando "salumi italiani" **è il primo risultato su tutti i principali motori di ricerca** (google, msn, yahoo, altavista).

IL DVD MULTILINGUE SUI SALUMI ITALIANI

Un "film" sui salumi italiani, la prima enciclopedia visiva realizzata dall'IVSI

Nel 2005 l'Istituto Valorizzazione Salumi Italiani ha prodotto un pratico DVD che ha come protagonisti i salumi italiani, **raccontati ad arte** in maniera esaustiva ed accattivante, dalla loro origine fino al loro consumo. Una sorta di documentario goloso, di enciclopedia visiva, in cui il prosciutto, la mortadella, il salame e tanti altri salumi calcano la scena invogliandoci all'assaggio.

Il filmato sui salumi italiani poliglotta

Il filmato, tradotto e doppiato in 4 lingue (inglese, francese, spagnolo, tedesco) vanta due sezioni distinte e complementari: l'una, di circa 18 minuti, che illustra la salumeria italiana a volo d'uccello; l'altra che entra nel dettaglio e **traccia i profili di ogni singolo prodotto** attraverso schede di circa 6 minuti l'una. Grazie ad un agevole sistema di navigazione si viaggia tra mortadelle, speck, bresaole e zamponi approfondendo, a piacimento, i capitoli basilari dell'allevamento, della produzione, delle qualità nutrizionali, del taglio, della conservazione e dell'uso in cucina – tutti introdotti con professionalità e passione da antropologi alimentari, da professori di veterinaria, da nutrizionisti, da chef o da esperti del settore.

La brochure "salumi italiani"

In ogni cofanetto, ad accompagnare il DVD, si trova una **preziosa brochure bilingue** (italiano/inglese) di 32 pagine che introduce i vari salumi tricolori e funge da pratica guida alla visione del filmato. Accanto alle schede descrittive di ciascun salume, un posto d'onore è dedicato ad un **carosello di ricette creative** da acquolina in bocca: tortino di risotto al salame, ravioloni di culatello di Zibello e asparagi; sushi di prosciutto cotto; capriccio di coppa e polpo e tanto altro ancora. Piatti prelibati, "estetici", arditi che fanno "toccare con mano" il gusto unico dei salumi italiani.

Questo **innovativo strumento** viene diffuso in occasione di eventi, fiere, seminari e corsi di degustazione e sarà distribuito in occasione delle missioni internazionali, alle ambasciate estere, ai giornalisti stranieri, ai distributori.
Ma non solo! Il DVD è stato messo a disposizione anche delle aziende associate che potranno così avere un ulteriore ed efficace strumento di marketing che favorirà il loro processo di internazionalizzazione. Un'idea vincente per proporsi nel mondo gastronomico internazionale con rafforzato orgoglio.

L'IVSI ALLA CONQUISTA DEL NORD AMERICA

Nel 2005 è continuata l'azione di promozione negli Stati Uniti e la salumeria italiana ha esordito in Canada.

In continuità con la proficua attività svolta nel 2003 e nel 2004 negli Stati Uniti, nel 2005 l'Istituto Valorizzazione Salumi Italiani ha concentrato gran parte delle sue azioni nel continente nordamericano. Gli **Stati Uniti** e il **Canada**, infatti, per le caratteristiche dei relativi mercati, presentano notevoli potenzialità di crescita per l'esportazione dei prodotti della salumeria italiana.
Dal 23 al 25 gennaio 2005, l'Istituto ha partecipato al **Winter Fancy Food Show di San Francisco**. La decisione di essere presenti nella tappa californiana è stata dettata da ragioni di rappresentanza in una piazza frequentata sia da operatori americani sia da molti operatori asiatici e in un mercato (quello della costa occidentale) dove è oggi minore la conoscenza dei nostri prodotti. La partecipazione dell'IVSI al **Fancy Food** è stata estesa anche all'edizione estiva di **New York**.

La manifestazione tenutasi nella "Grande Mela" dal 10 al 12 luglio è infatti una delle maggiori vetrine d'oltreoceano, visitata da oltre 20.000 operatori del settore. In entrambe le manifestazioni fieristiche, ai visitatori che si fermavano nello stand IVSI (spazio di 50 mq circa, inserito nell'area tricolore) è stata offerta la possibilità di degustare i salumi ad oggi esportabili negli Stati Uniti e di documentarsi sul vero "made in Italy" attraverso una brochure ricettario e con la visione di un filmato in lingua inglese.

Nel febbraio 2005 la salumeria italiana ha inoltre esordito in anteprima sul **mercato canadese** nell'ambito del **Festival "Montréal en lumière"**, evento che ha polarizzato per 10 giorni tutte le attività culturali, gastronomiche e mediatiche della città.

Giunto alla sua sesta edizione il Festival aveva come protagonista l'Italia del Nord e come Presidente d'onore della sezione gastronomica il noto chef Gualtiero Marchesi.
In questo contesto, nel corso del **seminario organizzato il 21 febbraio** dall'ufficio ICE di Montréal, l'Istituto Valorizzazione Salumi Italiani ha avuto l'opportunità di presentare e far degustare ad un attento pubblico di giornalisti e operatori alcuni prodotti tipici della salumeria italiana, anticipando l'apertura del mercato canadese ad una più ampia gamma di salumi italiani.

DEBUTTO A SEOUL DELLA SALUMERIA ITALIANA

L'Italia suscita grande interesse presso i coreani e i prodotti italiani esercitano un fascino particolare. Siamo famosi per la musica, l'arte, la moda, il design, il calcio … e per il cibo. Lo abbiamo toccato con mano a Seul e parlando con i giornalisti della **troupe coreana KBS** (TV pubblica della Sud Corea) venuta in Italia per realizzare una serie di servizi – tra cui alcuni dedicati al Prosciutto di Parma, al prosciutto di San Daniele e alla Mortadella Bologna – in onda, nelle prossime settimane, nel programma TV "The World is wide".
Insomma delle ottime premesse per avviare le esportazioni e promuovere la prima campagna di valorizzazione dei salumi italiani in Corea.

L'esordio della Salumeria italiana è avvenuto nel mese di marzo 2006, con la presentazione di mortadella, prosciutto cotto e cotechino. Unitamente ai prodotti cotti sono stati autorizzati ad essere esportati i prosciutti crudi stagionati per almeno 400 giorni quali il prosciutto di Parma e di San Daniele ma per questi prodotti la liberalizzazione avverrà nel novembre 2006.
Entrando nel dettaglio delle iniziative, il 20 marzo 2006 **l'Ambasciata italiana a Seoul ha ospitato l'evento di presentazione dei salumi italiani** attualmente esportabile in Corea. Nella prestigiosa e autorevole Residenza diplomatica, e con l'intervento dell'Ambasciatore Francesco Rausi, oltre un centinaio di persone - tra importatori, distributori, ristoratori e giornalisti - sono intervenute all'incontro conviviale.

All'evento in Ambasciata è seguita la partecipazione dell'Istituto Valorizzazione Salumi Italiani alla **fiera "Seoul Food"** nell'ambito del "Punto Italia", curato e allestito dall'ufficio ICE locale su un'area di una cinquantina di metri quadrati. La manifestazione - che ha avuto luogo dal 21 al 24 marzo a Kintex, nuovo complesso fieristico di Seoul, con due giorni dedicati esclusivamente agli operatori e gli altri due aperti anche al pubblico – rappresenta il più importante avvenimento fieristico di settore che si svolge annualmente nella capitale coreana.
Nello stand sono affluiti un altissimo numero di visitatori che hanno potuto **degustare, per la prima volta, i salumi italiani** apprezzandone così la qualità. Inoltre, gli stessi visitatori hanno potuto documentarsi ricevendo una brochure ricettario bilingue italiano-coreano e visionando il filmato sui salumi italiani, appositamente speakerato nella lingua locale e proiettato su un maxi schermo.
Nella giornata della fiera aperta al pubblico sono state **intervistate 150 persone** chiedendo loro le preferenze tra i salumi degustati, un giudizio su gusto e sapore, un suggerimento sui momenti della giornata di consumo e sugli abbinamenti con altri cibi o bevande. I risultati sono molto incoraggianti.
Nonostante le diverse opinioni raccolte tra gli intervistati tutti i giudizi convergevano sulla bontà dei salumi italiani ed era piacevole vedere le facce soddisfatte dei coreani che, dopo avere passato qualche minuto in fila in attesa che arrivasse il loro turno, degustavano finalmente una fetta di salume italiano.

Il 27 marzo si è svolta un'ulteriore presentazione dei salumi italiani presso un noto ristorante italiano della capitale, alla presenza di un gruppo di **gestori di wine bar** che hanno manifestato grosso interesse verso questi prodotti. Anche questo ultimo evento è stato incisivo perché gli ambienti dei wine bar sono frequentati da un pubblico giovane, molto attento alle mode e particolarmente influente nel determinare i cambiamenti di abitudini alimentari.
A queste prime iniziative promozionali **ne faranno seguito diverse altre**. In particolare a novembre, data a partire dalla quale sarà possibile esportare in Corea anche il Prosciutto di Parma e di San Daniele, sarà la volta degli eventi dedicati alla stampa e ai consumatori finali con settimane di degustazione della nostra salumeria presso i ristoranti coreani.

SEMINARI INFORMATIVI IN GERMANIA E RUSSIA

DAL 30 MAGGIO AL 1 GIUGNO 2005 L'ISTITUTO VALORIZZAZIONE SALUMI ITALIANI HA PARTECIPATO A 3 SEMINARI INFORMATIVI ORGANIZZATI DALLA REGIONE LOMBARDIA E DALL'ICE NELLE CITTÀ TEDESCHE DI AMBURGO, STOCCARDA E MONACO. QUESTI SEMINARI HANNO PERMESSO A UN PUBBLICO DI GIORNALISTI E OPERATORI DEL SETTORE DI GUSTARE I PRODOTTI DELLA SALUMERIA ITALIANA, GUIDATI DA SCHEDE INFORMATIVE E DALLA RELAZIONE DI UN ESPERTO DEL SETTORE.
I PRODOTTI POSTI IN DEGUSTAZIONE SONO STATI ALCUNI TRA I PIÙ RAPPRESENTATIVI DELLA SALUMERIA DEL NOSTRO PAESE: MORTADELLA BOLOGNA IGP, PROSCIUTTO COTTO, SALAME BRIANZA DOP, SALAME MILANO, SALAMINI ITALIANI ALLA CACCIATORA DOP, BRESAOLA DELLA VALTELLINA IGP.

IL 22 SETTEMBRE 2005, NELL'AMBITO DELLA FIERA INTERNAZIONALE WORLD FOOD DI MOSCA, IL PRESIDENTE DELL'ISTITUTO VALORIZZAZIONE SALUMI ITALIANI HA PRESENTATO LA SALUMERIA ITALIANA DURANTE IL SEMINARIO ORGANIZZATO DALL'ICE DI MOSCA E INDIRIZZATO A OPERATORI E GIORNALISTI DELLA STAMPA SPECIALIZZATA.

USCITE RADIO-TELEVISIVE GIUGNO 2005 - MAGGIO 2006

TOTALE AUDIENCE 89.021.000

Gambero Rosso Channel
L'Alfabeto dei Sapori
2 giugno 2005, ore 21.19
3 giugno 2005, ore 01.19 – 05.19 – 09.19 – 13.19 – 17.19
Prosciutto di Modena: intervista a Domenico Paris

Gambero Rosso Channel
L'Alfabeto dei Sapori
6 giugno 2005, ore 21.15
7 giugno 2005, ore 01.15 – 05.15 – 09.15 – 13.15 – 17.15
Servio sul Prosciutto Carpegna

Radio Uno
A Tavola
8 giugno 2005, ore 18.37
Servizio sul Prosciutto di San Daniele: intervista al Direttore del Consorzio Mario Cichetti

Odeon TV
TG
15 giugno 2005, ore 14.00
Assemblea ASS.I.CA.: intervista al Presidente Vittore Beretta

Rai Uno
TG1 Economia
17 giugno 2005, ore 14.00
Audience: 2.700.000
Salumeria italiana e dati di export: intervento di Vittore Beretta

Rai Due
TG2
18 giugno 2005, ore 13.00
Audience: 2.300.000
Salumeria italiana e dati di export, in particolare sui dati di export

Circuito Adnkronos
18 giugno 2005
Intervista al Presidente ASS.I.CA. Francesco Pizzagalli

Rai Due
TG2 Eat Parade
19 giugno 2005, ore 13.45
Audience: 1.585.000
Prosciutto di San Daniele: segnalazione festa

Radio Uno
Questione di Soldi, rubrica economica del GR1
21 giugno 2005, ore 07.40
Assemblea ASS.I.CA. e dati economici 2004: intervento del Presidente Francesco Pizzagalli

Rai Uno
TG1
Rubrica "Terra e Sapori"
26 giugno 2005, ore 13.30
Audience: 3.095.000
Prosciutto di San Daniele: segnalazione festa

Radio Latte Miele
Vanità e Dintorni
29 giugno 2005, ore 17.31
Salumi: intervista al nutrizionista Carlo Cannella sul consumo di salumi in estate

Radio Uno
Habitat Magazine
3 luglio 2005, ore 06.45
Salumeria italiana e nuovi mercati: intervista al Presidente Francesco Pizzagalli e a Stefano Tedeschi, Presidente ISIT

Radio Uno
A Tavola
6 luglio 2005, ore 18.37
Audience: 1.000.000
Bresaola della Valtellina: intervista a Emilio Rigamonti

Gambero Rosso Channel
L'Alfabeto dei Sapori
4 luglio ore 21.10
5 luglio ore 01.10 – 05.10 – 09.10 – 13.10 – 17.10
Servizio sul Prosciutto di Modena

Rai Uno
Linea Verde Orizzonti
10 luglio 2005, ore 10.00
Audience: 1.275.000
Prosciutto di San Daniele: intervento di Mario Cichetti

Rai Uno
Linea Verde Orizzonti
17 luglio 2005, ore 10.00
Audience: 1.297.000
Servizio sul Prosciutto di San Daniele

Radio Uno
Habitat Magazine
24 luglio 2005, ore 06.45
Audience. 1.000.000
Culatello di Zibello: intervista al Presidente Massimo Spigaroli

Radio Uno
A Tavola
24 agosto 2005, ore 18.35
Audience: 1.000.000
Culatello di Zibello: intervista al Presidente Massimo Spigaroli

Rai Uno
TG1 Economia
15 agosto 2005, ore 14.00
Audience: 2.746.000
Servizio sui salumi preaffettati

Rai Uno
Tg1 "Terra e Sapori"
28 agosto 2005, ore 13.30
Audience: 4.200.000
Servizio sulla mortadella

Rai Uno
Tg1 "Terra e Sapori"
29 agosto 2005, ore 08.00
Audience: 1.500.000
Servizio sulla mortadella (replica)

Rai Uno
La Vita in Diretta
22 settembre 2005, ore 15.50
Audience: 1.702.000
Prosciutto di Parma: intervento del prof. Giovanni Ballarini

Radio Uno
A Tavola
28 settembre 2005, ore 18.35
Audience media: 1.000.000
Prosciutto di Parma: intervento del Presidente Stefano Tedeschi

Telesanterno (Emilia Romagna)
Con i Piedi per Terra News
28 settembre 2005, ore 19.50
"Salumiamo, fette d'aperitivo": annuncio iniziativa

Radio Uno
Habitat Magazine
2 ottobre 2005, ore 13.45
Audience: 1.000.000
Salamini Italiani alla Cacciatora: intervista a Sandro Gozzi, Presidente del Consorzio

Rai Due
TG2 Eat Parade
9 ottobre 2005, ore 18.45
Audience: 1.387.000
"Salumiamo, fette d'aperitivo": annuncio iniziativa

Rai Tre
AGRI 3
12 ottobre 2005, ore 12.25
"Salumiamo.Fette d'aperitivo". Segnalata la presenza del Ministro Alemanno alla conferenza stampa a Roma dell'iniziativa. Elencate tutte le tappe golose, da Milano a Palermo fino al 9 novembre

Odeon
Italia Oh!
13 ottobre 2005, ore 12.02 (DURATA: 8 MINUTI CIRCA)
Mortadella Bologna: intervista al Direttore del Consorzio Gianluigi Ligasacchi e riprese dell'iniziativa "Salumiamo – fette d'Aperitivo" svoltasi a Milano il 29 settembre

Rai News 24
TG Rai News 24
13 ottobre 2005, ore 06.30
Audience: 1.040.000
Salumiamo: intervista a Elena Venditti dell'Unione Nazionale Consumatori

Teleromagna
15 ottobre 2005, ore 14.30
16 ottobre 2005, ore 12.10
16 ottobre 2005, ore 18.30
16 ottobre 2005, ore 22.40
"Salutiamo": conferenza stampa del 6 ottobre 2005 tenutasi al MIPAF

Radio Uno
Habitat Magazine
16 ottobre 2005, ore 13.45
"Salumiamo": conferenza stampa del 6 ottobre svoltasi al MIPAF. Interventi di: Francesco Pizzagalli, Gianni Gorreri e Vincenzo Dona

Rai Due
TG2 Eat Parade
23 ottobre 2005, ore 18.45
Audience: 1.478.000
Salamini Italiani alla Cacciatora: con intervento del Presidente del Consorzio, Sandro Gozzi

Rai Uno
Domenica In
23 ottobre 2005, ore 16.35
Audience: 3.000.000
"Salumiamo! Fette d'aperitivo": intervista a Francesco Pizzagalli e Massimiliano Dona dell'Unione Nazionale Consumatori

Rai Due
TG2 Eat Parade
25 ottobre 2005, ore 10.00
Audience: 367.000
Servizio sui Salamini Italiani alla Cacciatora con intervento del Presidente del Consorzio, Sandro Gozzi

Rai 1
Occhio alla Spesa
27 ottobre 2005, ore 11.00
Audience: 930.000
Carne suina e presentazione del marchio Gran Suino Padano: intervento del Prof. Archimede Mordenti

Agrilinea
27 ottobre 2005, ore 18.30
29 ottobre 2005, ore 18.30
30 ottobre 2005, ore 18.30
31 ottobre 2005, ore 18.30
1 novembre 2005, ore 18.30
2 novembre 2005, ore 18.30
Servizio sulla conferenza stampa del 6 ottobre 2005 tenutasi al MIPAF

Rai Due
TG2
13 novembre 2005, ore 17.50
Audience: 3.000.000
Mortadella Bologna e Cotechino Modena: servizio sulle DOP e IGP

Rai Due
Medicina 33
17 novembre 2005, ore 10.20
Audience: 970.000
Carni suine e salumi: intervento del Prof. Carlo Cannella, nutrizionista

Rai Uno
Occhio alla Spesa
18 novembre 2005, ore 11.00
Audience: 1.013.000
Salame e Mortadella: intervento di Emanuela Raimondi e di Gisella Cenni

Sky Agrilinea
Dal 21 al 30 novembre 2005, ore 18.30
"Salumiamo! Fette d'aperitivo": intervista al giornalista della Rai Alessandro di Pietro

Sky Agrilinea
Dal 21 al 30 novembre 2005, ore 18.45
Zampone e Cotechino Modena: intervista al Presidente Alberto Severi

Telesanterno
Con i Piedi per Terra
26 novembre 2005, ore 12.30
Mortadella Bologna: interventi del Presidente del Consorzio Francesco Veroni e del Direttore Gianluigi Ligasacchi

Rai Due
TG2 EAT PARADE
27 novembre 2005, ore 18,45
Audience: 1.185.000
Mortadella Bologna presentazione ricetta dello chef Jean Daridon

Rai Due
TG2 EAT PARADE
29 novembre 2005, ore 10.00
Audience: 450.000
Mortadella Bologna: replica servizio presentazione ricetta presentata dello chef Jean Daridon

Rete 4
Vivere Meglio
1 dicembre 2005, ore 08.45
Audience: 411.000
Mortadella Bologna e Salamini Italiani alla Cacciatora: interventi di Paolo Franchini e di Sandro Gozzi

Circuito Odeon TV
Con i Piedi per Terra
4 dicembre 2005, ore 13.00
Mortadella Bologna: intervento del Presidente del Consorzio, Francesco Veroni

Rai Uno
TG1 Economia
8 dicembre 2005, ore 14.00
Audience: 3.215.000
Salumi italiani DOP e IGP nei cesti natalizi

Telesanterno
Con i Piedi per Terra
11 dicembre 2005, ore 07.30
13 dicembre 2005, ore 21.00
Salamini Italiani alla Cacciatora: intervento del Presidente del Consorzio, Sandro Gozzi

Rai Due
Mattina in Famiglia
17 dicembre 2005, ore 7.10; ore 07.30; 09.15
Audience: 700.000
Salumi: intervento della nutrizionista Elisabetta Bernardi

Circuito Odeon TV
Con i Piedi per Terra
18 dicembre 2005, ore 13.00
Salamini Italiani alla Cacciatora: intervento del Presidente del Consorzio, Sandro Gozzi

Rete 4
Vivere Meglio
22 dicembre 2005, ore 08.45
Audience: 266.000
Mortadella Bologna e Salamini Italiani alla Cacciatora: interventi di Paolo Franchini e di Sandro Gozzi (Replica)

Circuito Odeon TV
Italia Oh
22 dicembre 2005, ore 12.05
Salamini Italiani alla Cacciatora: intervento del Presidente del Consorzio, Sandro Gozzi

Rai Due
TG2 EAT PARADE
25 dicembre 2005, ore 18.45
Audience: 1.237.000
Zampone e Cotechino Modena: presentazione ricetta presentata dello chef Jean Daridon

Rai Due
TG2 EAT PARADE
27 dicembre 2005, ore 10.00
Audience: 651.000
Zampone e Cotechino Modena: presentazione ricetta presentata dello chef Jean Daridon (Replica)

Rai Uno
Occhio alla Spesa
27 dicembre 2005, ore 11.00
Audience: 1.500.000
Servizio su Zampone e Cotechino Modena sui consumi durante le feste

Canale 5
TG5
28 dicembre 2005, ore 13.20
Audience: 3.930.000
Servizio su Zampone e Cotechino Modena

Rai Due
TG2 Salute
28 dicembre 2005, ore 13.50
Audience: 2.346.000
Zampone e Cotechino Modena: intervento del Prof. Carlo Cannella, nutrizionista

Rai Due
TG2 EAT PARADE
29 dicembre 2005, ore 06.00
Zampone e Cotechino Modena: ricetta presentata dallo chef Jean Daridon

Rai Due
TG2 Salute
31 dicembre 2005, ore 13.50
Audience: 2.346.000
Zampone e Cotechino Modena: intervento del Prof. Carlo Cannella, nutrizionista (Replica)

Rai Uno
Sabato, Domenica &... La TV che fa bene alla salute
31 dicembre 2005, ore 09.18
Audience: 1.235.000
Zampone e Cotechino Modena: intervento di Domenico Paris e del Prof. Carlo Cannella

Canale 5
TG5
31 dicembre 2005, ore 13.00
Audience: 2.765.000
Servizio sul Cotechino Modena

Rai Uno
TG1
1° gennaio 2006, ore 13.30
Audience: 3.231.000
Molti italiani hanno trascorso il capodanno a casa con parenti ed amici. Piatto forte il cotechino con le lenticchie

Rai Uno
Occhio alla Spesa
13 gennaio 2006, ore 11.00
Audience: 1.144.000
Puntata sul tema "Prosciutto crudo contro prosciutto cotto"

Radio Uno
Habitat Magazine
15 gennaio 2006, ore 13.45
Servizio sui Salamini Italiani alla Cacciatora con intervista a Sandro Gozzi, Presidente del Consorzio. Tema: I Salamini Italiani alla Cacciatora contro l'agropirateria: al via azioni legali in Austria e Germania

Rai Due
TG2 EAT PARADE
17 gennaio 2006, ore 10.00
Audience: 609.000
Servizio sulla Mortadella Bologna con ricetta presentata dallo chef Jean Daridon

Rai Uno
Sabato, Domenica &... La TV che fa bene alla salute
22 gennaio 2006, ore 10.00
Audience: 1.649.000
Servizio sulla Mortadella Bologna

Rai Uno
Occhio alla Spesa
25 gennaio 2006, ore 11.00
Audience: 1.305.000
Puntata sul tema "Pancetta e Guanciale" con gli interventi di Alessandra Scansani e di Domenico Paris

Rai Uno
Sabato, Domenica &... La TV che fa bene alla salute
28 gennaio 2006, ore 07.00
Audience: 1.113.000
Servizio sui salami italiani con l'intervento del Prof. G. Ballarini e servizio sui Salamini Italiani alla Cacciatora con l'intervento di Sandro Gozzi

Rai Due
TG2 Eat Parade
29 gennaio 2006, ore 18.45.
Audience: 1.504.000
31 gennaio 2005, ore 10.00
Audience: 538.000
Presentazione del libro "Salumi e Salute" del Prof. Giovanni Ballarini

Rai Due
TG 2 SALUTE
1° febbraio 2006, ore 13.50
Audience: 1.187.000
I salumi: la Mortadella Bologna.
Intervento del Prof. Carlo Cannella, ordinario di Scienza dell'Alimentazione all'Università La Sapienza di Roma.

Antenna Tre
TOCCASANA
2 febbraio 2006, ore 14.00
Audience: 1.068.000
Puntata dedicata ai Salamini Italiani alla Cacciatora, intervento di Sandro Gozzi, Presidente del Consorzio e di Evelina Flachi, nutrizionista.

Rai Due
TG2 MEDICINA 33
6 febbraio 2006, ore 10.15
Audience: 1.872.000
Ogni italiano consuma 20 kg di salumi l'anno. Oggi sono meno grassi grazie all'alimentazione dei maiali. Intervento del Dott. Attilio Giacossa, gastroenterologo.

Rai Uno
Occhio alla Spesa
8 febbraio 2006, ore 11.00
Audience: 1.237.000
Servizio sulla carne suina con intervento di Gianni Mozzoni

Rai Due
TG2 SALUTE
9 febbraio 2006, ore 13.50
Audience: 1.279.000
Valeria Del Balzo, Prof.ssa di scienze dell'alimentazione dell'Università La Sapienza di Roma, suggerisce una alimentazione più ricca d'inverno: minestre con legumi, carni bianche e rosse, carne di maiale, uova, salumi, verdure, arance

Rai Uno
Occhio alla Spesa
15 febbraio 2006, ore 11.00
Audience: 1.118.000
Servizio sul wurstel

Rai Uno
Occhio alla Spesa
16 febbraio 2006, ore 11.00
Audience: 1.108.000
Servizio su Bresaola della Valtellina e Speck Alto Adige

RADIO 24
IL GASTRONAUTA
18 febbraio 2006, ore 11.10
Il regolamento dei prodotti DOP e IGP. Davide Paolini fa l'esempio del Culatello di Zibello e della Mortadella Bologna

Radio Uno
Habitat Magazine
26 febbraio 2006, ore 13.45
Audience: 800.000
Intervista al Direttore del Consorzio Prosciutto di San Daniele, Mario Cichetti

Sky
Agrilinea
20 febbraio 2006, ore 19.45
23 febbraio 2006, ore 19.45
26 febbraio 2006, ore 19.45
Servizio sulla Mortadella Bologna con intervista al Presidente del Consorzio Francesco Veroni e su Zampone e Cotechino Modena con intervista al Presidente del Consorzio Alberto Severi.

Alice
Casa Alice
28 febbraio 2006, ore 12.30
I salumi italiani: la preparazione e la lavorazione; com'è cambiatala qualità con il passare degli anni.
Ospite: Domenico Paris, dell'Istituto Valorizzazione Salumi Italiani

Radio Uno
Habitat Magazine
5 marzo 2006, ore 13.45
Intervista al Direttore del Consorzio Prosciutto di San Daniele, Mario Cichetti

Radio Uno
A Tavola
8 marzo 2006, h. 18.37
Intervista al Presidente Sandro Gozzi sui Salamini Italiani alla Cacciatora

Rai Uno
Sabato, Domenica &... La TV che fa bene alla salute
Audience: 1.372.000
18 marzo 2006, ore 07.15
Servizio sul Prosciutto di San Daniele con intervento del Direttore del Consorzio, Mario Cichetti
Servizio sul Prosciutto di Parma con intervento del Presidente del

Consorzio, Stefano Tedeschi
Servizio sul prosciutto cotto con intervento del Prof. Giovanni Ballarini
Intervento sulle qualità nutrizionali del prosciutto cotto e della carne suina del Prof. Carlo Cannella, nutrizionista

Rai 2
Tg2 Salute
5 aprile 2006, ore 13.50
Servizio sui Salamini Italiani alla Cacciatora con l'intervento del Prof. Carlo Cannella, nutrizionista

Radio Uno
Habitat Magazine
9 aprile 2006, ore 13.45
Servizio sul Prosciutto di Modena con intervista al Presidente del Consorzio, Davide Nini

RTL 102.5
Giornale Radio
12 aprile 2006, ore 19.00
Servizio sui consumi alimentari legati alla Pasqua, con particolare riferimento ai salumi. Intervento di Elena Venditti (Unione Nazionale Consumatori)

Radio Uno
Speciale Agricoltura
15 aprile 2006, ore 09.37
Servizio sui consumi alimentari legati alla Pasqua, con particolare riferimento ai salumi. Intervento di Elena Venditti (Unione Nazionale Consumatori)

Rai Uno
Sabato, Domenica &... La TV che fa bene alla salute
Audience: 994.000
16 aprile 2006, ore 07.00
Servizio sulla Mortadella Bologna IGP con interventi di Umberto Magnani, Domenico Paris, Carlo Cannella e Fabio Campoli (chef)

Rai Uno
Sabato, Domenica &... La TV che fa bene alla salute
Audience: 994.000
16 aprile 2006, ore 08.00
Servizio sullo Speck Alto Adige con intervento di Franz Mitterrutzner, Direttore del Consorzio di Tutela

Rai 2
Tg2 Medicina 33
Audience: 771.000
17 aprile 2006, ore 10
Servizio sui Salamini Italiani alla Cacciatora con intervento del Prof. Carlo Cannella

Canale Italia
Tg
Audience: 2.000
5 maggio 2006, ore 13,00
Servizio sul Prosciutto di San Daniele

Radio Uno
Habitat Magazine
7 maggio 2006, ore 13.45
Intervista al presidente del Consorzio Prosciutto Toscano, Fabio Viani

Rai Uno
Sabato, Domenica &... La TV che fa bene alla salute
Audience: 936.000
14 maggio 2006, ore 07.15
Servizio sul Culatello di Zibello con intervento di Katia Soncini del Consorzio di Tutela

Rai Uno
Sabato, Domenica &... La TV che fa bene alla salute
Audience: 936.000
14 maggio 2006, ore 07.15
Servizio sulla Bresaola della Valtellina con intervento di Marco Credaro del Consorzio di Tutela

Rai Uno
Sabato, Domenica &... La TV che fa bene alla salute
Audience: 936.000
14 maggio 2006, ore 08.15
Servizio sui salumi piacentini con intervento di Pietro Fumi, Presidente dell'Accademia Cucina Piacentina

Radio Uno
Capitan Cook
14 maggio 2006, ore 08.37
Servizio sullo Speck Alto Adige con intervento di Franz Mitterrutzner, Direttore del Consorzio di Tutela

L'ISTITUTO VALORIZZAZIONE SALUMI ITALIANI

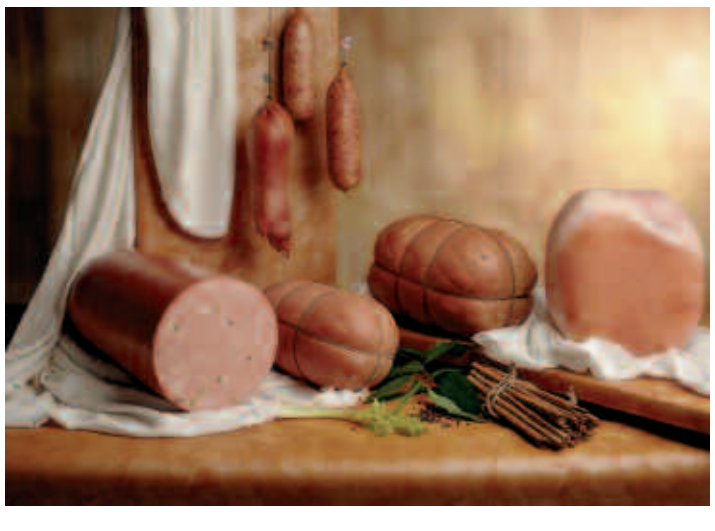
L'Istituto Valorizzazione Salumi Italiani è un Consorzio volontario, senza fini di lucro. Si è costituito nel 1985 in risposta alle crescenti esigenze di informazione da parte dei consumatori e con lo scopo di valorizzare l'immagine dei salumi italiani.
L'Istituto Valorizzazione Salumi Italiani **diffonde la conoscenza degli aspetti produttivi, economici, nutrizionali e culturali dei salumi**, sia in Italia che all'estero, promuovendo un patrimonio gastronomico unico al mondo.

Sul territorio nazionale - oltre alle iniziative di comunicazione rivolte ai mass media, alla classe medica e ai consumatori - l'Istituto ha promosso ricerche di mercato, indagini conoscitive, analisi sui prodotti e numerosi e innovativi programmi editoriali.
Collabora significativamente con i Ministeri delle Politiche Agricole e Forestali, della Sanità e delle Attività Produttive, con le Regioni, con le Associazioni dei Consumatori, con l'Istituto Nazionale di Ricerca per gli Alimenti e la Nutrizione e con altre organizzazioni di settore, per realizzare eventi, iniziative e pubblicazioni.

L'importanza dei nuovi mercati e la necessità di una più forte diffusione nei Paesi europei ed Extra-Europei dei prodotti di salumeria ha creato il bisogno di sviluppare, anche in questo ambito, una forte collaborazione con l'Istituto Nazionale per il Commercio Estero e con le Ambasciate italiane all'estero.
Questa attività ha prodotto effetti positivi contribuendo a creare sui territori stranieri opportunità per il lancio dei salumi italiani. Infatti sono stati messi a punto e **sviluppati programmi di divulgazione** della conoscenza e della promozione dei prodotti di salumeria in Germania, Francia, Svezia, Inghilterra, Russia, Argentina, Brasile, Stati Uniti, Canada, Giappone, Corea, Australia e Cina.

I CONSORZIATI

Alcisa SpA - Barabino Francesco Salumificio SpA - Becher SpA - Brianza Salumi Srl - Casale SpA - Cesare fiorucci SpA - C.I.a.i., Coop. Lavoratori Agricoli Imolesi a r. l. - Felsineo SpA - Finprosciutti Zaffagnini Srl - Francesco Franchi SpA - Fumagalli Industria Alimentari SpA - Galbani Egidio SpA - Gandolfi Enea & c. Snc - Golfera in Lavezzola SpA - Grandi Salumifici Italiani SpA - Levoni SpA - Maialarte SpA - Monti & Zerbi Industria Alimentare SpA - Montorsi Francesco & Figli SpA - Negrini Salumi SpA - Pietro Negroni Srl - Principe di San Daniele SpA - Raspini SpA - Rigamonti Salumificio SpA - Rugger SpA - Salumificio f.lli Beretta SpA - Salumificio Gay Aldo snc - Salumificio Gigi Snc - Salumificio Trentino Srl - San Bono Srl - Tenimenti Angelini SpA - Veroni f.lli fu Angelo SpA - Villani SpA - Vismara SpA

Inoltre fanno parte di I.V.S.I.:
I.S.I.T. - Istituto Salumi Italiani Tutelati e ASS.I.CA. Service Srl

Istituto Valorizzazione Salumi Italiani
Milanofiori - Strada 4 - Palazzo Q8
20089 Rozzano - Milano
Tel. +39 02 89 25 90.1
Fax +39 02 57 51 06 07
ivsi@ivsi.it
www.salumi-italiani.it