

Summer School, ultimo giorno sull'agropirateria Nella scuola sul made in Italy anche due studentesse abruzzesi

Si è conclusa oggi la Summer School di Coldiretti Giovani Impresa, l'esperienza di formazione che dal 9 settembre ha riunito a Pollica (SA), nella sede della dieta mediterranea, ben 30 giovani laureati provenienti dalle università di tutta Italia scelti tra centinaia di curricula arrivati. **Tra coloro che hanno superato la selezione, anche due studentesse abruzzesi, Chiara Piersante e Silvia Cotellese, entrambe 25enni di Ortona (CH). Le due ragazze, laureate in economia aziendale, hanno partecipato alla prima "Summer school" sull'ecosistema del made in Italy.** Nel corso della settimana di studio, le giovani ortonesi hanno approfondito il made in Italy nei suoi aspetti giuridici, socio-economici, ambientali, commerciali e comunicativi attraverso lezioni di docenti, esperti, manager e comunicatori. Ieri, venerdì 12 settembre, a chiusura del percorso didattico, una intera giornata dedicata alla tutela e alla valorizzazione dell'agroalimentare italiano con la presenza del presidente nazionale di Coldiretti Roberto Moncalvo e del presidente dell'Ice Riccardo Monti. Per l'Abruzzo, oltre alle due studentesse, ha partecipato alle due giornate finali anche il delegato regionale di Coldiretti Giovani Impresa Pier Carmine Tilli.

<< Dalla prima Summer School sul Made in Italy promossa dalla Coldiretti>> commenta Coldiretti Abruzzo << è emerso che la contraffazione e la falsificazione dei prodotti alimentari Made in Italy vale nel mondo circa 60 miliardi di euro e costa all'Italia quasi trecentomila posti di lavoro che si potrebbero creare nel Paese con una seria azione di contrasto a livello nazionale e internazionale particolarmente importante in un momento di crisi. A quasi quattro anni dall'iscrizione della dieta mediterranea nella lista del patrimonio culturale immateriale dell'umanità dell'UNESCO si sono moltiplicati i casi di pirateria alimentare con la diffusione di prodotti che non hanno nulla a che fare con la realtà produttiva nazionale ma che utilizzano impropriamente nomi, immagini, colori e paesaggi per trarre in inganno i consumatori sul mercato mondiale. Per l'Abruzzo non è diverso, anche i nostri prodotti sono potenziali vittime di contraffazioni. Perciò, è sempre più evidente che il Made in Italy rappresenta uno degli asset strategici su cui basare un nuovo modello di sviluppo intorno al quale è necessario costruire nuove figure professionali, che possano contribuire a far evolvere al massimo le sue potenzialità, come brand a livello internazionale. E la Summer ne è un concreto esempio>>.