

A Sutri l'International Street Food, dal 17 al 19 maggio 2024



SUTRI (Viterbo) – Dopo il grande successo di pubblico dell'edizione 2023 con oltre **12 milioni di visitatori**, è ripartita l' **VIII Edizione dell'International Street Food** – la più importante manifestazione di street food esistente in Italia, organizzata da Alfredo Orofino, Presidente di A.I.R.S. (Associazione Italiana Ristoratori di Strada) con il patrocinio del Comune di Sutri.

Sarà **Sutri**, per la prima volta, **da venerdì 17 a domenica 19 maggio**, ad accogliere la **48° tappa** di questa importante manifestazione, che si svolgerà Parco Archeologico (SS CASSIA al km 50 – circa. Orari:venerdì dalle 18 alle 24, il sabato e la domenica dalle 12 alle 24).

L'iniziativa dedicata al cibo di strada di qualità ha ormai conquistato il grande pubblico e conterà ben **150 tappe, distribuite lungo tutto lo stivale fino alla fine di novembre 2024**.

Un calendario intenso di eventi, che toccherà tutti gli angoli

del Paese e permetterà di assaporare le migliori specialità italiane e straniere. Sempre all'insegna della qualità, della passione per il buon cibo e della convivialità.

I truck più importanti d'Italia con dell'eccellente cibo di strada accoglieranno i visitatori. Un appuntamento di grande originalità per le cucine internazionali presenti, che non dimentica le realtà gastronomiche regionali provenienti da tutta Italia.









Il pecorino quarto tra prodotti food più taroccati



“Bisogna reagire immediatamente e in tutte le sedi necessarie” questo il consiglio degli esperti legali in Intellectual Property per arginare un fenomeno, quello dell’italian sounding, che secondo Coldiretti ha superato ormai i 100 miliardi di euro di perdite all’anno con la sola top ten dei prodotti italiani maggiormente “taroccati”, tra cui anche il Pecorino Romano, IGP

“L’italian sounding – spiega l’avv. Rita Santaniello di Rodl & partner colosso della consulenza legale presente in 50 paesi nel mondo tra cui l’Italia – è quella pratica ingannevole che utilizza parole, immagini, combinazioni cromatiche, come il nostro tricolore, riferimenti geografici o marchi evocativi dell’Italia per promuovere e commercializzare prodotti che in realtà non sono Made in Italy”

Nella recente classifica dell’italian sounding o più semplicemente ‘falso made in Italy’ nell’agroalimentare redatta Coldiretti oltre Pecorino Romano, che si posiziona al 4° posto, figurano come la mozzarella sia il prodotto più taroccato, seguita Parmigiano Reggiano e Grana Padano al secondo posto, Provolone (3°), al quarto posto, come detto, il Pecorino Romano, quindi il salame (5°), mortadella (6°), sughi (7°), Prosecco (8°), Chianti (9°) ed infine il pesto (10°) .

“Soluzioni e strumenti efficaci per proteggere e tutelare i nostri marchi e prodotti ci sono – continua l’esperta legale – ma bisogna essere pronti e organizzati per metterli in pratica velocemente, organizzandosi anche in consorzi e associazioni

che possano fare sentire il proprio peso con le Istituzioni e a livello comunitario”.

In concreto per contrastare un prodotto del falso Made in Italy, quello che si può fare è adire l'autorità giudiziaria per ottenere l'inibitoria alla prosecuzione degli atti, anche in via d'urgenza, oltreché il risarcimento del danno. Se ne ricorrono i presupposti, poi, si può agire anche in sede penale. In caso di comunicazione ingannevole sulla provenienza di un prodotto, si può procedere anche in via amministrativa davanti l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM) o l'Ispettorato centrale della tutela della qualità e della repressione frodi dei prodotti agroalimentari.

“In più – conclude l'avvocato di di Rodl & Partner – oltre alle pratiche di contrasto esistono anche delle misure preventive da applicare all'ingresso delle merci nel territorio dell'Unione Europea. Nello specifico si tratta del progetto di lotta alla contraffazione denominato F.A.L.S.T.A.F.F. (Fully Automated Logical SysTem Against Forgery Fraud), un sistema automatizzato, informatico e telematico per prevenire le frodi nel commercio e la contraffazione.”

**Roma. Montuori: al Santa
Maria Pietà un 'mini expo'**

su food

ROMA- "Tre padiglioni del Santa Maria della Pieta' saranno restaurati e dedicati alle 'Food policy', alla vocazione del cibo e al rapporto tra ambiente e agricoltura. Ospiteranno laboratori di ricerca, luoghi per start up, aule per il trasferimento tecnologico e una parte dedicata ad un nuovo tipo di musealizzazione dinamica e interattiva. Sara' una sorta di un piccolo Expo sul food permanente a Roma". Ad annunciarlo all'agenzia di stampa Dire e' l'assessore all'Urbanistica di Roma Capitale, Luca Montuori, nel corso di un'intervista sul futuro del complesso del Santa Maria della Pieta'.

"Le 'Food policy' sono importanti per Roma, le riteniamo un asset stretegico di sviluppo urbano per il futuro- spiega Montuori- Così', scartata l'idea di portare un'univerista' nel complesso, abbiamo deciso di puntare sulle start up e su istituti che vogliano fare ricerca, anche temporanea, su questi argomenti. Magari incrociando le imprese, la ricerca, il pubblico e il turismo, visto che, tra l'altro, il Santa Maria della Pieta' si trova sulla via Francigena in un'area verde molto importante vicina ad agriturismi, a due passi da un'altra zona della Citta' Metropolitana dove stanno per nascere dei grandi orti urbani".

"Per il Santa Maria della Pieta'- ha concluso Montuori- abbiamo deciso di puntare sulla natura di centralita' pubblica prevista dal Prg e abbiamo fatto un accordo con la Citta' metropolitana, la Regione Lazio, il XIV Municipio e la Asl Rml, che e' proprietaria di alcuni padiglioni, per sviluppare questo progetto insieme, individuandone le vocazioni anche in accordo con alcune associazioni. C'e' una parte culturale-turistica che non puo' che partire dalla bellezza dei padiglioni e dai giardini che sono un capolavoro di architettura. C'e' poi la vocazione legata al benessere e ai servizi pubblici, e quindi ecco i servizi socio-sanitari e di prossimita', che resteranno, e gli uffici del Municipio, senza scordare che su alcune aree limitrofe al Santa Maria ci sono una fascia di verde e servizi sportivi che stiamo recuperando. Ed infine ecco la vocazione legata al cibo e al rapporto tra

ambiente e agricoltura”.

“Il tema delle food policy- ha concluso Montuori- sta emergendo da piu’ parti. Per Roma si tratta di un settore importante nel momento in cui la citta’ deve offrire delle idee al recovery fund e alla pianificazione strategica. Abbiamo quindi costituito un ufficio di scopo che lavora a cavallo tra lo sviluppo economico e la pianificazione urbana. Il tema del cibo e’ uno degli asset su cui lavora con circa 80 esperti che hanno sviluppato un documento, ‘L’agrifood a Roma’, la cui sintesi e’ in corso di approvazione. Il rapporto tra citta’ e cibo e’ uno strumento di sviluppo per Roma anche grazie al fatto che la Capitale e’ uno dei Comuni agricoli tra i piu’ grandi d’Europa”.

Arrivano anche ostelli e casa salute aprirà sede nuovo numero unico, restano Museo Mente, municipio e asl

“Per i padiglioni sul food abbiamo aperto un tavolo tecnico, anche con i cittadini. Seguirà uno schema di assetto, adottato il quale potremo acquisirli e restaurarli, magari dando concessioni a chi li affitterà in caso di un loro finanziamento. La Regione Lazio ha già messo in campo altre attività per il restauro dei suoi padiglioni, dove resteranno i servizi Asl, e per quelli dove andranno le nuove aule per il Simav, i locali per il nuovo numero unico di prenotazione e una Casa della salute. Infine saranno aperti ostelli in altri due padiglioni che a questo punto saranno pronti per il Giubileo del 2025, già restaurati dalla Regione in passato. Il Museo della mente rimarrà”. Così l’assessore all’Urbanistica di Roma Capitale, Luca Montuori, nel corso di un’intervista con l’agenzia Dire sul futuro del Santa Maria della Pietà’.

“Per quanto riguarda le proprietà della Città Metropolitana- ha aggiunto Montuori- sono in corso i lavori per il nuovo parcheggio di scambio dotato di con video sorveglianza e per il nuovo impianto sportivo. La Asl Rml, infine, sta lavorando per il rifacimento della pavimentazione e per il restauro del parco. Inoltre ha presentato un progetto per pedonalizzare tutto il centro del parco portando la viabilità intorno, su

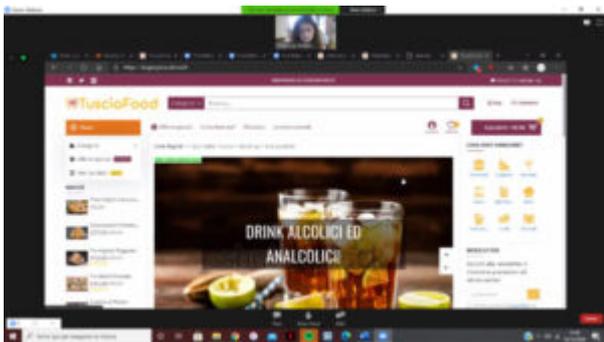
un percorso ad anello”.

In due mesi adozione giunta del piano santa maria pietà

“Spero che il piano sul Santa Maria della Pieta’ vada in adozione in giunta entro un paio di mesi. Abbiamo lavorato favorendo una robusta pianificazione per incardinare tutti gli atti, guardando al futuro della citta’. Una pianificazione, tra l’altro, condivisa con i cittadini che sapranno accompagnarne l’attuazione nei prossimi anni”. Così l’assessore all’Urbanistica di Roma Capitale, Luca Montuori, nel corso di un’intervista con l’agenzia Dire sul futuro del Santa Maria della Pieta’.

“In quattro anni- ha concluso Montuori- abbiamo svolto su questo, come su altri temi, un grande lavoro di riproposizione di linee strategiche per la citta’. Abbiamo fuggito i facili successi e lavorato molto sulla pianificazione. In questo caso si rafforza la vocazione di Roma sul fronte della ricerca”.

Tuscia food: buon app...etito



di BEATRICE SPUGNINI-

VITERBO-Nel pomeriggio di oggi si è tenuto un webinar, terzo appuntamento della Tuscia Digital Week dedicato alla presentazione di “Tuscia food” nuova piattaforma della Camera di Commercio di Viterbo.

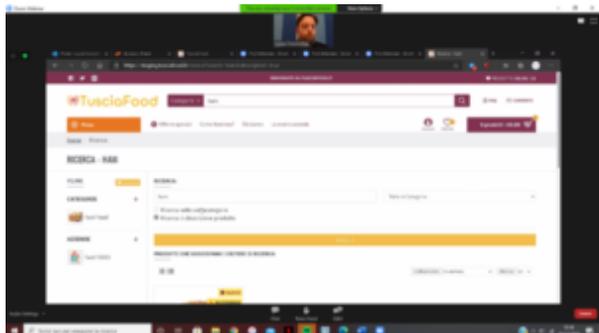
Ha introdotto l’incontro la Dirigente dell’Ente camerale Federica Ghitarrari che in poche parole ha riassunto l’impegno

che la Camera di Commercio sta mettendo in tale proposta.

La piattaforma è stata fortemente voluta per permettere un rilancio dell'economia nella Tuscia. Si è tenuto conto delle difficoltà che l'economia del turismo, della ristorazione e del commercio agro-alimentare stanno vivendo. Per tale motivo l'Ente camerale offre questo servizio gratuitamente e gli unici requisiti necessari per aderire alla piattaforma sono l'iscrizione alla Camera di commercio di Viterbo ed essere in regola con il pagamento del diritto annuale.

Il sito sarà messo online entro la fine della settimana prossima, invece per l'app bisognerà aspettare i primi mesi del 2021.

La Camera di Commercio si occuperà inoltre di tutte le spese e le operazioni di sponsorizzazione della piattaforma.



A illustrare il funzionamento questa proposta è stato Luca Crocicchia , project manager di Digiting,

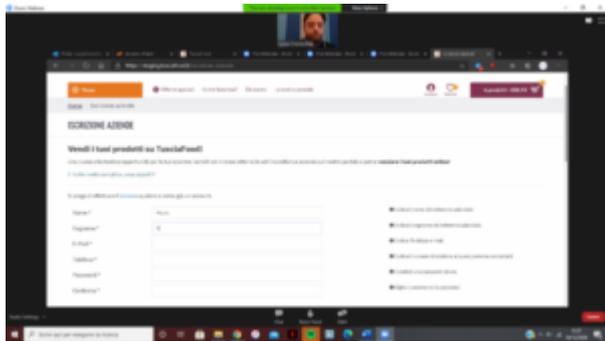
La piattaforma è stata creata nella forma più semplice possibile per far sì che tutti possano usufruire di tale servizio.

Crocicchia ha simulato le azioni sia di un eventuale cliente che di un'eventuale azienda, mostrando la struttura chiara e lineare che permette a tutti un utilizzo semplice ed immediato.

Ogni azienda avrà una sua piccola homepage dove il cliente potrà avere tutte le informazioni necessarie sull'azienda,

potrà sfogliare una galleria di immagini e ordinare direttamente i prodotti offerti, permettendo così un'azione diretta con l'azienda.

Le aziende avranno anche un link che rimanderà direttamente alla loro pagina dedicata.



L'utilizzo sarà molto semplice anche per le aziende che avranno a loro disposizione un format di iscrizione grazie al quale potranno inviare direttamente il loro contratto con la piattaforma.

L'azienda avrà un planner e un riepilogo degli ordini, infatti saranno loro stesse a mantenere il rapporto con il cliente. Una volta che l'ordine partirà sarà infatti compito dell'azienda assicurare un buon servizio.