

Włoscy winiarze promują naszego oścypka



Honorowym gościem turyfiskich targów był następca brytyjskiego tronu książę Karol

Trzy polskie produkty spośród 65 z całego świata promowane były przez międzynarodowy ruch Slow Food na targach produktów regionalnych Salone del Gusto (Salon Smaku) w Turynie.

W ramach projektu – nazwanego Arką Smaku – Slow Food (powstały w opozycji do Fast Food) wynajduje w różnych regionach świata produkty zagrożone wyginieciem. Z Polski wybrane zostały oścypki z mleka owczego, miody pitne produkowane przez Macieję Jarosą oraz projekt produkcji sera z mleka polskiej krowy czerwonej przez opactwo cystersów w Szczyrzycu koło Limanowej. Oścypki prezentowane były przez czterech baców: Władysława Klimowskiego, Wójciecha Komperde, Józefa Wójtyczkę i Jędrzeja Zubka.

Stoiska oraz pobyt producentów na targach w Turynie finansowała Fundacja na rzecz Różnorodności Biologicznych (Foundation for Biodiversity), założona przez stowarzyszenie Slow Food. Wcześniej polscy produ-

cenci wzywani byli przez przedstawicieli ruchu, dokumentujących ich produkcję. Dodatkowo projekt ochrony polskiego oścypka owczego finansowany jest przez 23 Włochów, producentów wina Roero z okolic Piemontu. Polskie produkty prezentowane były obok takich specjałów, jak: tybetański ser z mleka jaków, niebieskie jajka znoszonych przez specjalny gatunek kur w Chile, ser z mleka koziego wytwarzany na Cykladach.

– Obecność tu to ogromna promocja. W drugim dniu targów dzwoniła do mnie żona, że dostaliśmy e-maila z Nowego Jorku z zapytaniem, gdzie można kupić nasz miód pitny bo ktoś przeczytał o nim we włoskiej prasie opisującej targi – mówi Maciej Jaros, producent z Łaziska, koło Tomaszowa Mazowieckiego.

Na targach prezentowane były też nalewki Karola Majewskiego z Lomianek, jedyne prywatnego producenta nalewek w Polsce, posiadającego wymagane zezwolenia. Swoje stoisko miała też Malma prezentująca makaron,

ze specjalnej serii dla smakoszy (gourmet), którego wizerunek projektował Massimo Vignalli, autor logo takich firm, jak: United Color Benetton, Lancia, American Airlines. Obej producenci zdecydowali się na przyjazd na wlasny koszt (2 tysiące euro za stoisko).

– Nie miałem szans wyjechać przez Slow Food Polska – mówi Karol Majewski. – Na szczęście Włosi znaleźli ze mną kontakt i zaprosili. Swoją pobyt uważa za udaną otrzymał dużo propozycji z różnych stron świata, za cenny uznaje m.in. kontakt z Amerykaninem, właścicielem sieci hurtowni z USA, nalewką śliwkowo-wiśniową interesowali się Japończycy.

Salone del Gusto organizowane jest co dwa lata przez międzynarodowe stowarzyszenie Slow Food. Jego głównym celem jest promocja lokalnych producentów żywności, wytwarzanej w sposób niespotykany w innych miejscach na świecie. Ruch liczy ponad 80 tysięcy członków z blisko 100 krajów.

Aleksandra Biały z Turynu