

A TuttoFood presentato il marchio Granato di Paestum

written by Marco Salvaterra | 26 ottobre 2021

Anche al TuttoFood si parla della campagna del pregiato ecotipo tradizionale, in raccolta su 40 ettari della Piana del Sele e del Cilento.



Il marchio **Granato di Paestum** è la novità **all'Italian Fruit Village** nel Padiglione 4 del **TuttoFood 2021** a Milano.

Il marchio è nato nel 2021, è già attivo sul mercato e racchiude la storia e i significati dell'ecotipo antico. Il Granato di Paestum nasce infatti in un contesto, quello della **Piana del Sele fino al Cilento**, dove si intrecciano storia, poesia, culti significativi e atavici, sia sul piano antropologico, sia religioso.

"Attualmente il Granato di Paestum è in raccolta su una estensione di 40 ettari, che diventeranno 120 ettari nel 2022 e circa 180 nel 2024" dichiara il **Direttore di Terra Orti Emilio Ferrara**.

La commercializzazione del melograno risponde alla domanda sempre più impellente di un **alimento** definito dai nutrizionisti **"farmaco"** per il contenuto di **fenoli attivi contro i radicali liberi** tra cui l'**acido punicinico** antiossidante utile per contrastare l'invecchiamento cellulare e l'insorgenza di alcune tipologie di tumori al seno. Il melograno contiene preziose vitamine e diversi altri elementi come i **tannini** noti per le proprietà di contrasto ai processi infiammatori.

A spingere la coltivazione del melograno a livello nazionale è dunque la richiesta in forte aumento sia del frutto

fresco, sia del succo. A partire dal 2015, infatti da elemento decorativo il melograno diventa il prodotto di punta del “*superfood*” e della cultura dell’alimentazione salutista, per la prevenzione dell’invecchiamento.

Da una iniziale esigenza di importare dalla Turchia, Tunisia, Spagna; negli ultimi 8 anni le superfici coltivate a melograno sono decuplicate, soprattutto nel Sud Italia.

*“L’esigenza di recuperare uno degli ecotipi più antichi di Paestum nasce dalla consapevolezza di un territorio che conosce e coltiva da millenni il melograno vivendolo come elemento simbolico - spiega **Alfonso Esposito, Presidente di Terra Orti** - e dalla domanda crescente del mercato di frutti pregiati e benefici per la salute”*