

## Palombara Sabina, la "Cerasa del Papa" diventa marchio collettivo



*Garantire l'origine, le caratteristiche e le qualità di uno dei prodotti d'eccellenza della Sabina Romana: ecco perché l'inconfondibile "Cerasa del Papa" diventerà un marchio collettivo*

Roma 09 Giugno 2025

ROMA – Il colore rosso intenso, la polpa soda e succosa, il gusto dolce. È l'inconfondibile **"Cerasa del Papa"**, la ciliegia di Palombara Sabina, prodotto di punta del borgo medievale della provincia di Roma che da 97 anni la festeggia con una sagra ad hoc, considerata **la più antica d'Europa**.

E che ora diventerà marchio collettivo, con l'obiettivo di garantire l'origine, le caratteristiche e le qualità di uno dei prodotti d'eccellenza della Sabina Romana.

Ad annunciare la novità è stato in una conferenza stampa alla Camera dei deputati Alessandro Palombi, sindaco di Palombara Sabina e deputato FdI, insieme a Paolo Trancassini, questore della Camera e deputato di FdI, David Granieri, presidente di Coldiretti Lazio e Massimiliano Di Carlo, presidente della Rete di imprese produttori agricoli di frutta.

### LA TRADIZIONE DEL CESTO DI CILIEGIE AL PAPA

Oggi, ha spiegato Palombi all'agenzia Dire, "abbiamo presentato un marchio collettivo, il marchio attraverso il quale viene identificata la **"Cerasa del Papa"** ovvero **la ciliegia di Palombara Sabina e della Sabina Romana**.

Un marchio che nasce raccontando una bella storia, una storia che risale al XIII secolo, quando Papa Onorio IV chiese di vedere sulla propria tavola ogni anno le ciliegie di Palombara Sabina".

E da questo, ha raccontato il primo cittadino, "è nata una tradizione che vede i nostri produttori, attraverso l'opera meritoria di un'associazione locale **"La Palombella"**, ogni anno donare un cesto di ciliegie al Papa.

Attraverso questo gesto si racconta anche una storia, si racconta una tradizione, si racconta il territorio, si racconta la nostra cultura e si protegge una produzione locale che è un'eccellenza territoriale".

### "NON È SOLO UNA QUESTIONE DI ETICHETTA"

Non si tratterà solo di una 'etichetta': "Si tratta- ha sottolineato Palombi- di **caratterizzare un prodotto**, di non banalizzarlo, di far sì che le caratteristiche specifiche di questa eccellenza vengano difese e tutelate, che venga conosciuta, che venga raccontata una storia e che si vada a interrompere anche quell'atteggiamento attraverso il quale un nome importante per la produzione di ciliegie, quello di Palombara Sabina, venga banalizzato e spesso finiscano sulle tavole dei cittadini romani e dei cittadini italiani delle ciliegie che hanno soltanto quel nome, ma che poi in realtà di Palombara non sono".