

RAPPORTO

SULLE PRODUZIONI AGROALIMENTARI

ITALIANE DOP IGP STG



Dichiarazioni

Luca Sani – *Presidente commissione agricoltura della Camera dei Deputati*

Il nostro Paese trova un punto di forza nelle denominazioni di origine come elemento di qualità globale dell'agroalimentare. Come Parlamento siamo fortemente impegnati nella politica di valorizzazione delle produzioni DOP IGP STG, in una fase in cui l'attenzione verso tutto quello che è agroalimentare italiano sta crescendo nel mondo e a maggior ragione con l'appuntamento Expo alle porte e nella fase di negoziazione del partenariato transatlantico sul commercio e gli investimenti, il TTIP, che se ben gestito può aprire nuove opportunità per il sistema agroalimentare italiano.

Cesare Mazzetti – *Presidente Fondazione Qualivita*

In vista di Expo 2015, che vede tra i suoi temi principali la miglior valorizzazione del territorio e delle sue risorse, il sistema delle IG italiane si distingue ogni giorno di più nel panorama Europeo: in un momento storico in cui l'espressione 'fare sistema' viene utilizzata spesso come obiettivo difficile da raggiungere, l'unicità delle IG italiane consiste proprio nell'aver coagulato intorno a sé un vero sistema, in cui sono coinvolte le filiere e i singoli operatori, i Consorzi di Tutela, gli Organismi di Controllo e le Autorità che esercitano la sorveglianza in costante collaborazione con i produttori e le loro organizzazioni. Un insieme di attività impostate correttamente da una normativa efficace, percepito dall'esterno come un organizzato insieme di prodotti e produttori in cui la qualità è perseguita con ogni mezzo. L'efficace attività di comunicazione, ad opera soprattutto dei consorzi rappresentativi delle denominazioni più importanti, ha saputo creare attenzione e far crescere anche all'estero un'imponente attrattiva verso lo stile italiano di produrre cibo, cucinarlo e consumarlo, tanto da porre l'Italian Food in posizione privilegiata in ogni parte del mondo: un'immagine che verrà certamente rafforzata, se si sapranno ben sfruttare le importanti occasioni di comunicazione e divulgazione offerte da Expo 2015.

Ezio Castiglione – *Presidente Ismea*

Il sistema italiano dei prodotti agroalimentari a denominazione protetta - ha spiegato Ezio Castiglione, presidente di Ismea - mantiene un buono stato di salute. L'export, ancora in crescita sostenuta, resta tuttavia l'unico elemento trainante. Continua invece a drenare fatturato il mercato interno, anche se i consumi, in una situazione quest'anno un po' meno critica, stanno tendendo gradualmente a stabilizzarsi. Il più 5% delle vendite all'estero - ha proseguito Castiglione - conferma il successo del Brand Italia oltre confine, dove gli spazi di crescita restano ampi e incoraggianti. Sfruttare i potenziali significa però agire con maggiore determinazione sulle leve aziendali, in particolare sulla competitività, in un mercato reso nel frattempo più trasparente dal Pacchetto Qualità che, con la protezione 'ex officio', impone agli Stati Ue la tutela delle denominazioni d'origine contro i falsi. Cruciale sarà anche l'esito dei negoziati nell'ambito dell'accordo bilaterale con gli Usa. L'inserimento della tutela dei marchi di origine tra i punti fondamentali della trattativa rappresenta un importante passo in avanti, bisognerà adesso tradurlo nei testi attuativi.

Giuseppe Liberatore – *Presidente AICIG*

Un recente audit della Commissione Europea ha evidenziato che in Italia, a livello europeo, vengono svolti i controlli più accurati sulle produzioni DOP e IGP. Quindi lo sforzo congiunto dei Consorzi, degli Organismi di controllo, delle forze dell'ordine e delle competenti Istituzioni, garantisce la tenuta di un apparato che attesta la conformità e la sicurezza dei prodotti agli standard qualitativi fissati nei disciplinari e innesca meccanismi virtuosi di trasparenza con ricadute positive per l'intero settore. Ma se da un lato questo conferma la validità del modello di certificazione italiano, dall'altro deve anche essere uno stimolo nel riuscire a tradurre questo primato in fiducia reale espressa dal consumatore. I Consorzi di tutela, se adeguatamente supportati dalle Istituzioni, possono assolvere un ruolo di primo piano. Ma anche altri soggetti devono contribuire al corretto sviluppo del settore. È necessario un impegno trasversale finalizzato alla trasmissione di concetti essenziali sulle IG, che accrescano la conoscenza del consumatore

e gli consentano di compiere scelte consapevoli al momento dell'acquisto. Una più approfondita comprensione delle dinamiche del comparto e dei mercati, è condizione preliminare per individuare le leve su cui agire per favorire una crescita armoniosa del sistema delle denominazioni. In questo contesto si inserisce l'accurato lavoro svolto da Fondazione Qualivita e Ismea che, attraverso studi statistici, scatta un'istantanea del settore DOP e IGP, mettendo in luce l'andamento dei consumi e della produzione, evidenziando punti di forza e di debolezza il cui studio non può essere trascurato per una pianificazione strategica e operativa volta a conseguire un vantaggio competitivo e sostenibile nel tempo. Aicig, rappresentando la maggioranza dei Consorzi di tutela del panorama agroalimentare italiano, auspica che tale importante lavoro divenga strumento permanente a disposizione di tutti gli operatori.

Alberto Mattiacci - Professore Università La Sapienza Roma

I dati del Rapporto dimostrano, in modo chiaro e netto, che il disegno di organizzazione dell'offerta agroalimentare insito nel sistema delle DO prosegue con successo e colloca il nostro Paese ai vertici delle graduatorie mondiali. Il valore del sistema IG poggia su tre pilastri, mutuamente connessi: il contributo del food a formare l'identità del Paese e dei suoi cittadini, il rilevante peso che riveste nell'economia nazionale e la salubrità che conferisce alla popolazione. Questi pilastri vanno consolidati, attraverso programmi, rispettivamente, di tutela, valorizzazione e controllo, così da innescare un ulteriore circuito virtuoso di sviluppo. In tale scenario, i temi aperti da risolvere attengono la ancora bassa e frammentaria consapevolezza e conoscenza delle DO da parte dei consumatori e gli ancora insufficienti sforzi distributivi (sia come penetrazione che merchandising) e comunicativi. Crediamo che il Ministero possa giocare un ruolo decisivo in tutto ciò, concependo, lanciando e governando una politica industriale (sì, proprio "industriale") chiara e orientata, avvalendosi del supporto di tecnici preparati e capaci, dei consorzi e dei principali soggetti di controllo. Mi piace segnalare, infine, che a fine 2014 è partita un' importante competizione fra studenti universitari - denominata Premio Marketing per l'Università della Società Italiana per il Marketing (www.premiomarketing.com) - che per la prima volta porterà le IG dentro tutte le università italiane e vedrà impegnati migliaia di studenti nella redazione di un piano per accrescere la notorietà e l'appeal delle IG. E' un piccolo, ma significativo, passo nella direzione di una sempre maggiore conoscenza delle produzioni di qualità da parte degli italiani. I migliori progetti verranno presentati ad Expo 2015.