

DOP e IGP: una miniera da sfruttare Siamo il Paese delle DOP ma solo un Italiano su tre lo sa

Presentato il Quaderno Qualivita

A fine novembre, i prodotti agroalimentari che nell'Unione Europea possono fregiarsi del marchio DOP o IGP **sono 631**. L'Italia presenta il paniere tutelato più ampio, con **133 prodotti** (pari al **21%** delle denominazioni complessive registrate a livello UE).

Tuttavia, pur a fronte di un notevole interessamento, il consumatore sembra ancora poco informato su marchi comunitari, non solamente in relazione allo loro esistenza ma soprattutto per quello che riguarda il loro significato e le garanzie che sottendono. E senza un'adeguata informazione ai consumatori, è difficile pensare ad una crescita delle vendite in grado di sostenere, in termini duraturi, uno sviluppo delle filiere "tipiche".

E' questo il filo conduttore del I° Quaderno Qualivita sul ruolo socioeconomico dei prodotti Dop e Igp per lo sviluppo delle aree rurali, realizzato dalla Fondazione Qualivita, la Fondazione per la tutela e valorizzazione dei prodotti agroalimentari di qualità. **Il Rapporto, curato da Nomisma, è stato presentato a Roma.** All'incontro, oltre al **Presidente della Fondazione Paolo De Castro**, erano presenti il **Presidente della Provincia di Siena Fabio Ceccherini**, il **Coordinatore Nazionale degli Assessori Regionali all'Agricoltura Nicola Marmo** e il **Direttore Generale del Dipartimento della Qualità dei prodotti agroalimentari del Ministero delle Politiche Agricole, Giuseppe Ambrosio.**

Ma i prodotti tipici con denominazione tutelata sono anche un importante settore economico. Il Quaderno ha stimato il paniere italiano delle DOP e IGP attorno ai **7,8 miliardi di Euro di valore al consumo**. Considerando gli impatti sul settore primario, tale paniere tipico italiano attiva una **Produzione Agricola diretta di circa 3,1 miliardi di Euro**, pari a circa il **7% del totale nazionale.**

Dal lato della domanda, pur a fronte di campagne informative istituzionali ad opera delle singole imprese o dei Consorzi di tutela, il consumatore sembra ancora poco informato su tali prodotti. Sebbene oggi, almeno **3 italiani su 5** dichiarano di conoscere o di aver visto il marchio DOP, (un risultato che mostra un chiaro incremento rispetto a quanto rilevato tre anni prima, quando la percentuale di chi conosceva la DOP non arrivava al 30%), questo incremento non sembra sufficiente a garantire un consolidamento dello sviluppo per il settore delle produzioni a denominazione di origine,

evidenziando al contempo una sorta di "occasione mancata" di crescita quando si scopre che, al di là di tale *gap* di conoscenza, il consumatore si dichiara disposto a pagare un sovrapprezzo per questa tipologia di prodotto tipico rispetto a quello "convenzionale": **solamente il 19%** degli intervistati dichiara di **non essere disposto** a pagare qualcosa di più per avere un prodotto a denominazione tutelata.

E gli effetti di questa lacuna conoscitiva sono riscontrabili anche nei modesti livelli di crescita delle produzioni a marchio DOP e IGP degli ultimi anni. Tra il 2001 e il 2002, le quantità certificate sono cresciute **meno del 3%**, pur a fronte di un significativo numero di riconoscimenti comunitari per i prodotti italiani: basti pensare che, a fine 2000, il numero di denominazioni d'origine registrate per l'Italia era pari a 108, contro le attuali 133.

Ma tali impatti negativi vengono accentuati anche dal fatto che pure lo stesso produttore sembra porre poca fiducia nei marchi di tutela; soprattutto per quanto riguarda le produzioni minori o di "nicchia", esiste un forte differenziale tra quantità effettivamente prodotte nell'area identificata dal disciplinare e produzioni certificate: tanto che, a livello complessivo di settore, è possibile stimare che i livelli di prodotto certificati nel 2002 rappresentino **appena il 37% di quelli ottenuti e quindi potenzialmente marchiabili**.

E' da questi dati che partono le attività e finalità della Fondazione Qualivita. Istituita **senza fini di lucro né per scopi commerciali**, la Fondazione svolge attività scientifiche e culturali volte a promuovere la conoscenza delle tipicità alimentari di tutta Europa, con particolare attenzione ai prodotti DOP e IGP. La *mission* avviene attraverso informazione e divulgazione per la promozione dei prodotti e la comunicazione ai consumatori nonché alle filiere ed ai produttori, ricerca scientifica e sociologica sulla tipicità alimentare, indagini economiche e di mercato, creazione di banche dati specializzate, organizzazione di eventi e seminari.

In merito a quest'ultimo proposito, la Fondazione Qualivita sta portando avanti l'iniziativa del **Primo Forum Europeo sulla Qualità Alimentare**, che si terrà a Siena per il 16-17 aprile 2004 e alla quale ha già confermato la Sua partecipazione il **Commissario Europeo all'Agricoltura, Franz Fischler**.