

**food**ECONOMIA  
DEL CIBO  
E AGROALIMENTARE**Dop e Igp: la crisi colpisce soprattutto le imprese di nicchia**

Emiliano Sgambato — a pag. 27

**Emiliano Sgambato**

In difficoltà i produttori più piccoli e le specialità di nicchia, specialmente se legate alla ristorazione e al turismo. In tenuta le imprese maggiormente legate alla grande distribuzione. Mai come ora le medie statistiche rischiano di dare ragione a Trilussa e al suo famoso pollo, non restituendo la giusta rappresentazione né delle variegata realtà all'interno dei singoli consorzi di tutela agroalimentare, né del complesso universo delle denominazioni Dop, Igp e Stg. Che vale 7,26 miliardi di valore alla produzione per i 300 prodotti del food secondo l'ultimo rapporto Ismea Qualivita (escludendo quindi il vino, che ne vale da solo 8,9).

Se l'alimentare, almeno per ora, sta soffrendo meno di altri settori l'emergenza Covid – produzione in calo del 6,5% contro una media di -29%, fatturato in aumento del 3% contro un calo del 25% ed export in tenuta (dati Istat relativi a marzo) – è anche vero che la qualità rischia di pagare il conto più salato, perché il prevedibile impoverimento dei consumi andrà a privilegiare i prodotti a prezzi più bassi.

**Turismo cruciale per lo Speck Igp**

«Per questi mesi stimiamo una perdita del 15% del fatturato, che nel 2019 ha raggiunto i 120 milioni – dice Matthias Messner, direttore del Consorzio Speck Alto Adige Igp – ma c'è chi ha perso anche il 90%, soprattutto chi non lavora con la grande distribuzione ma è invece legato a ristoranti e hotel. Fondamentale sarà l'esito della stagione estiva, dato che il turismo per noi vale dal 15 al 20% del giro d'affari. Ogni giorno di ritardo nell'apertura delle frontiere con Austria e Germania comporta significative perdite». E sui 7,5 milioni di turisti che ogni estate arrivano in Sudtirolo contano di far leva le iniziative promozionali

**Effetto Covid.** Dallo Speck alla Burrata, dall'Asiago al San Marzano: tra le aziende dei Consorzi soffre chi è legato a ristoranti e turismo, meno danni per chi lavora con la Gdo

**Dop e Igp, crisi più pesante per le imprese di nicchia**

messe in campo assieme agli altri prodotti tipici come le mele e il vino, anche grazie ai 33 milioni stanziati dalla Provincia autonoma per la promozione del territorio.

**Bene i consumi di Asiago Dop**

Sulla stagione estiva contano anche le 11 malghe e le aziende agricole che sull'Altopiano di Asiago producono la Dop d'allevato. «Sono la parte che ha sofferto di più assieme a chi lavora con l'estero, soprattutto Germania, Svizzera e Usa, e con il canale horeca – spiega Luca Cracco, direttore marketing del Consorzio da oltre 100 milioni annui di valore della produzione –. Ma nel complesso la Dop ha registrato un incremento. Per il presato il trimestre si chiude con un +3% di vendite e l'aumento delle scorte per il formaggio d'allevato dovuto a una produzione record non ci preoccupa particolarmente per via di vendite future già programmate. Tra l'altro non potendo partecipare alle fiere di settore abbiamo spostato una parte del budget sulla pubblicità: a giugno partirà una campagna nazionale».

**Il San Marzano conta sulla fase 2**

Sulla soluzione del problema della mancanza di lavoratori agricoli (la raccolta inizierà a metà luglio) e sulla riapertura di ristoranti e pizzerie contano i produttori del Pomodoro San Marzano dell'Agro Sarnese Nocerino Dop, che nonostante un buon riscontro di vendite nella Gdo stimano una perdita del 15% del fatturato (che si aggira sui 25 milioni per un centinaio di aziende tra aziende agricole e trasformatori). «Abbiamo avuto un'impennata nel retail, al punto che non si riusciva a stare dietro alle richieste per la difficoltà a reperire le latte dei formati più piccoli – racconta il presidente del Consorzio Fabio Grimaldi – ma sono calati gli ordini dei formati più grandi dedicati al food service, che per noi ha un peso notevole».

**La Burrata Igp soffre all'estero**

In alcuni casi tra produttori e ristoratori c'è un legame molto stretto, al punto che chi è già in credito continua ad assicurare le forniture, nella speranza di una ripresa legata a doppio filo. «Dopo la crescita degli ultimi anni, il Covid ha colpito duro, ma non si ha lasciato completamente a terra – dice Francesco Mennea, coordinatore del Consorzio della Burrata di Andria Igp –. La gravità del danno non dipende tanto dalla dimensione aziendale, ma da quanto i produttori sono stati capaci di diversificare la produzione, spostandosi sulla Gdo. Noi abbiamo avuto grosse difficoltà a livello di trasporti, soprattutto per l'export, perché il nostro formaggio è freschissimo. Ma dopo una fase difficile assistiamo a un primo ritorno alla normalità e se su alcuni mercati come Germania, Francia e Spagna rischiamo di pagare cara la crisi, puntiamo crescere in nuove destinazioni come ad esempio Canada e Dubai».

**OriGin: guardare oltre il virus**

«Oggi la preoccupazione maggiore sembra essere legata al possibile calo dei prezzi. È un problema serio che io però metto al secondo posto: innanzitutto dobbiamo farci trovare pronti al rilancio con le giuste strategie nel momento in cui l'emergenza virus sarà superata – commenta Cesare Baldrighi, presidente di OriGin Italia, l'associazione che raggruppa i prodotti a indicazione geografica e alla guida del Consorzio del Grana Padano –. Ad esempio non dobbiamo smettere di investire per consolidarci sul consumo fuori casa. È importante lavorare sul turismo enogastronomico, che per molti prodotti rappresenta una risorsa irrinunciabile e con il Covid deve essere una strada da percorrere con maggiore attenzione». Non c'è un rischio disgregazione, con imprese che potrebbero scegliere di



IMAGOECONOMICA

**«È importante continuare a lavorare sul turismo enogastronomico che per molti prodotti è una risorsa irrinunciabile»**

**Cesare Baldrighi**  
PRESIDENTE ORIGIN ITALIA

## RICCHEZZA MADE IN ITALY

### 16,2 miliardi

#### Il fatturato all'origine

È il valore alla produzione dei prodotti a marchio Dop Igp e Stg nel 2018 secondo l'ultimo Rapporto Ismea-Qualivita. Se si escludono i vini, che da soli valgono quasi 9 miliardi, le 300 eccellenze del settore food totalizzano 7,6 miliardi

### -15%

#### Perdite da Covid

È il calo del fatturato stimato da consorzi dello Speck Igp e del San Marzano Dop, ma visto il variegato universo dei consorzi, che comprende svariate tipologie di prodotti e aziende di dimensioni molto diverse, non è ancora possibile calcolare un dato medio dei danni provocati dal virus

abbandonare i sistemi di tutela per vendere a prezzi più bassi? «La minor capacità di spesa e la concorrenza di prodotti anonimi e di bassa qualità è un pericolo, ma la minaccia non arriva dall'interno dei consorzi, che hanno radici forti sul territorio con aziende abituate a lavorare sull'eccellenza, bensì dall'esterno, da player che potrebbe approfittarne per puntare su prodotti di scarsa qualità e dalle imitazioni dell'*italian sounding*, contro cui si deve sempre tenere alta la guardia. Il progetto Farm to Fork detta le linee guida dello sviluppo agroalimentare e abbiamo la necessità di seguirlo anche in tema di sostenibilità».

#### Un aiuto dal Di Rilancio

Dal Di rilancio arriveranno alcuni aiuti valutati positivamente da Origin: i 250 milioni stanziati per il Fondo indigeni potranno dare una mano a smaltire le scorte; altri 45 milioni sono stati destinati al cosiddetto "ammasso privato", cioè al pagamento di quote alle aziende per allungare stagionatura e conservazione. «L'attenzione alle indicazioni geografiche sarà garantita anche dal fondo emergenziale a favore delle filiere in crisi, con una dotazione di 500 milioni», ha precisato la ministra dell'Agricoltura Teresa Bellanova intervenuta all'assemblea di OriGin che si è svolta nei giorni scorsi.

Ma la sfida più grande sembra quella non perdere l'unità tra grandi e piccoli produttori. Gli operatori fanno propria la preoccupazione di Mauro Rosati, direttore della fondazione Qualivita: «C'è il rischio – sostiene – che la crisi porti a un calo dei consumi di qualità. I consorzi e tutti gli attori della filiera oggi più di prima devono restare uniti per stimolare e incentivare le aziende più in difficoltà a rimanere all'interno di una produzione certificata. Serve l'aiuto di tutti, dalle istituzioni alla Gdo».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



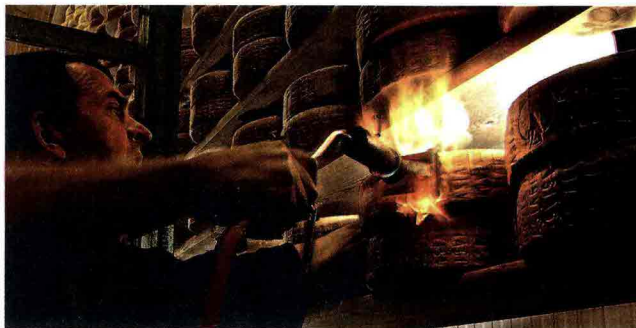
San Marzano dell'Agro Sarnese Nocerino Dop. Per il rilancio è cruciale la ripresa della ristorazione



Burrata di Andria Igp. Le difficoltà sono legate soprattutto all'export che era in forte crescita



Speck Alto Adige Igp. Dal 15 al 20% del fatturato dipende dal turismo



Asiago Dop. Nel complesso il Consorzio ha assorbito bene lo shock della crisi