

**Digital IG**  
*communication,*  
*network,*  
*e-commerce, ICANN*

Tecnologia digitale per lo sviluppo di modelli di comunicazione e marketing efficaci per: divulgare un modello di comunicazione condiviso; consolidare ed ampliare il networking sul tema delle IG con l'obiettivo di condividere progettualità e best practices; promuovere la diffusione dell'e-commerce come canale di distribuzione dei prodotti ad IG

## DOMANDE/FAQ

- Perché realizzare un nuovo format di comunicazione digitale per il sistema delle Indicazioni Geografiche?
- Come realizzare un modello comunicativo condiviso che consenta di comunicare le qualità distintive e condividere progetti e best practices?

## ANALISI DEL CONTESTO

Nonostante i livelli di eccellenza che li caratterizzano, i prodotti a Denominazione di Origine e a Indicazione Geografica hanno sempre una forte necessità di comunicare le caratteristiche distintive che li caratterizzano in quanto prodotti di qualità ad alto valore. Come testimonia la ricerca condotta da Eurobarometro<sup>1</sup> e pubblicata nel luglio 2012, i dati relativi alla conoscenza dei marchi DOP, IGP e STG non sono sufficienti a riconoscerne il valore reale. La media europea di coloro che conoscono i loghi DOP e IGP è del 14% , mentre arriva al 15% per il logo STG.

Diventa quindi prioritario, specialmente nel contesto delle tematiche di Expo 2015, l'obiettivo di riaffermare il principio per cui l'Unione Europea ha istituito i marchi di origine - in particolare DOP e IGP - cioè la tutela e la regolamentazione della qualità delle produzioni agroalimentari derivante da fattori materiali (come la specificità della materia prima) ed immateriali (conoscenze contestuali come l'evocazione di tradizioni o stili di vita) aventi entrambi come denominatore comune un territorio.

In questo senso è opportuno riaffermare quanto, anche metaforicamente, il settore delle denominazione di origine si dimostri fertile per strumenti e soluzioni tecnologiche d'avanguardia a 360 gradi, e come questa predisposizione paghi. Ne è prova sostanziale il valore dell'export - vero salvagente del sistema produttivo italiano - che ha il compito 'urgente' di

<sup>1</sup> Fonte: "Eurobarometer: Europeans, agriculture and the Common Agricultural Policy", 2012

sviluppare le grande potenzialità dei prodotti agroalimentari sia all'interno di mercati tradizionali che in quelli emergenti.

La spinta alla ricerca e all'innovazione non può, però, rimanere esclusiva volontà delle imprese che se lasciate sole rischiano di andare incontro al fallimento nonostante le buone idee e le capacità di produzione. In un mercato globale la complessità e la quantità degli attori rendono difficile la costruzione di azioni di valorizzazione coerenti e strutturate anche per l'entità stato nazione con il proprio brand 'made in'. La capacità politica di progettare l'evoluzione di un sistema come quello delle IG nel lungo periodo è quindi più che mai necessaria affinché il Paese entri a pieno titolo nell'economia odierna che si caratterizza per essere "iperconnessa, strettamente integrata, interattiva e rivoluzionata dalla tecnologia".

Su questo piano uno degli ambiti prioritari è sicuramente quello che connette l'agricoltura, intesa come aziende, prodotti e marchi con il mondo digitale, lo 'strumento' con la maggiore spinta di sviluppo degli ultimi vent'anni. Considerando il patrimonio di settore del nostro Paese non possiamo continuare ad affrontare l'argomento tecnologia in maniera debole o discontinua, serve programmare una strategia di lungo periodo che sia efficace su più fronti.

Volendo tracciare dei confini di tutto ciò che è digitale dobbiamo sicuramente partire dal world wide web e da tutte le sue declinazioni più recenti. All'interno del "villaggio globale" della rete ci sono temi ben definiti che attraversano le questioni legate all'agricoltura e all'agroalimentare, specialmente per un sistema fatto di eccellenze qualitative e di prodotti con caratteristiche distintive ben definite come quello italiano.

In primis, il tema della tutela dei prodotti made in sul web, in particolar modo, dei prodotti a indicazione geografica che con materie prime e metodi di produzioni unici sono soggetti a continui tentativi di contraffazione e imitazione che costano al sistema paese cifre difficilmente calcolabili, ma che Coldiretti stima in 60 miliardi di euro e trecentomila posti di lavoro. In questo ambito, come nel successivo, rientra di 'diritto' la cogente questione dei domini di primo livello (.pizza .wine. vin .food) che L'ICANN ha assegnato e sta per assegnare con criteri che quanto meno mettono in forte discussione il concetto di proprietà intellettuale da cui nascono le IG europee.

Il secondo aspetto riguarda invece la promozione dei nostri prodotti, delle nostre aziende e dei nostri marchi che in un mercato potenziale di miliardi di consumatori necessitano di azioni di marketing e comunicazione strutturate e coerenti per penetrare efficacemente mercati lontani con target eterogenei.

Come terza istanza abbiamo il commercio elettronico o e-commerce la vera evoluzione dei sistemi di contatto tra chi offre beni e servizi e chi può comprarli. L'economia contemporanea ci indica chiaramente che è un canale con numeri rilevanti sempre più rapidamente in via di definizione strutturale. Gran parte dei consumatori infatti ormai acquisisce informazioni sul web e procede con naturalezza all'acquisto online. Tutti gli osservatori sono concordi

nell'indicare nell'e-commerce il più rilevante driver di sviluppo commerciale, sia nel B2C che nel B2B. Le cifre che circolano oggi, già imponenti, appaiono infatti solo un tassello del più ricco mosaico economico che nei prossimi anni si comporrà.

A misurarsi con queste sfide ci sono, specialmente nel contesto italiano, una miriade di splendide PMI e i relativi consorzi di tutela, quello che manca è un network collettore che possa dare forza ad un'azione riconoscibile a livello globale.

## FOCAL POINT

### 1. Costruire un format di comunicazione digitale condiviso da tutti gli stakeholder delle filiere ad Indicazione Geografica significa:

- creare un sistema per comunicare con il 'villaggio globale' attraverso uno standard preciso che dia un'unico linguaggio alle diverse eccellenze di migliaia di operatori a produzione certificata.

### 2. Dotare di un linguaggio, di canali e strumenti condivisi da un intero sistema attraverso la tecnologia digitale offre la possibilità di:

- avere un grande strumento di promozione internazionale sia dal punto di vista culturale che economico, utile a superare le difficoltà dei processi di internazionalizzazione

### 3. Una strategia digitale dell'intero sistema IG permette di:

- consolidare ed ampliare il networking sul tema delle IG con l'obiettivo di condividere progettualità e best practices; promuovere la diffusione dell'e-commerce come canale di distribuzione dei prodotti ad IG.

## PROPOSTE/CONCLUSIONI

1. Il sistema delle Indicazioni Geografiche necessita di costruire una strategia comune per tutelare e valorizzare le proprie produzioni nel contesto globale, per portare l'awareness della qualità certificata in tutto il mondo. L'opportunità maggiore è offerta dalla tecnologia digitale e della sua declinazione interconnessa, il web. Un obiettivo cogente è rappresentato dalla costruzione di un format di comunicazione digitale cioè un sistema per comunicare, che risponde ad un modo sperimentato, ripetibile, con uno standard preciso.

*Case History:* il caso del *West Country Farmhouse Cheddar DOP* è esemplificativo. Questa DOP della categoria formaggi ha avuto un grande momento di diffusione sul web quando nel 2007 si decise di trasmettere la fase di maturazione di una forma in diretta sul sito [www.cheddarvision.tv](http://www.cheddarvision.tv); nei nove mesi successivi – periodo di stagionatura media del formaggio – più di 1,5 milioni di utenti effettuò l'accesso al sito; il fenomeno ricevette



l'attenzione anche da parte della BBC e del The Independent e la notizia arrivò anche oltre oceano; scopo di questo progetto, secondo gli ideatori, fu non solo quello promozionale ma anche educativo, come ad esempio la diffusione della conoscenza del metodo di produzione, della storia e delle altre caratteristiche casearie; l'intenzione era di mostrare la quantità di lavoro e lo sforzo per l'ottenimento di prodotti di qualità rispetto a quelli più industrializzati.

**2.** La tecnologia digitale che si basa su una condivisione di strumenti e canali offre una concreta possibilità di attivare un network 'work in progress' delle Indicazioni geografiche che analizzi e valuti progettualità e best practices replicabili alle produzioni di qualità certificata secondo i criteri della razionalizzazione dell'efficacia.

**3.** Un format comunicativo condiviso da un network strutturato e in costante aggiornamento permetterebbe di essere efficaci sulle grandi tematiche del 'driver digitale'; in primis il commercio elettronico con le sue grandi opportunità di canale distributivo e le criticità legate al mercato imitativo; ma anche le grandi decisioni internazionali come quella dell'Icann di assegnare i domini generici ad aziende che niente hanno a che fare con produzioni ad indicazione di origine.

## PAROLE CHIAVE

FORMAT DI COMUNICAZIONE  
IG AWARENESS  
NETWORK IG  
BEST PRACTICES  
DIGITAL EXPORT  
TUTELA  
VALORIZZAZIONE  
E-COMMERCE  
ICANN

**DIGITALE**

## Riferimenti:

"Eurobarometer: Europeans, agriculture and the Common Agricultural Policy", 2012.  
Al Gore, Il mondo che viene: Sei sfide per il nostro futuro, Rizzoli, Milano, 2013.



---

**Democrazia della  
Qualità  
produzione,  
partecipazione**

Sistema IG come modello di condivisione di valori e metodi di un territorio a livello di tessuto produttivo, sociale e culturale: modello di partecipazione democratica a un sistema di produzione alimentare di qualità accessibile e condiviso.

Promuovere il concetto di “qualità alimentare” come sfida culturale attraverso la diffusione della “consapevolezza alimentare” nell’approccio al consumo

---

## DOMANDE/FAQ

- In che termini il sistema IG può essere interpretato come espressione di un modello democratico di produzione?
- Cosa si intende per “democrazia della qualità”?
- A quali condizioni la “qualità” agroalimentare può contribuire allo sviluppo di processi di partecipazione democratica nella definizione delle filiere e dei processi produttivi?

## ANALISI DEL CONTESTO

### Potenzialità

IG come strumento per

- promuovere lo sviluppo rurale
- tutelare la biodiversità umana (know-how accumulato e tramandato di generazione in generazione) e naturale (risorse genetiche) dei territori
- sostenere le comunità rurali, anche e soprattutto nei PVS
- favorire processi di partecipazione delle comunità locali nella identificazione e nella definizione dei prodotti ad IG
- promuovere processi virtuosi di sviluppo locale che coinvolgano altre risorse produttive (es. comparto turistico).

Potenzialità riconosciute in studi e progetti condotti da organismi internazionali come l’Unctad, la Fao e da centri di ricerca, o da associazioni e organizzazioni di settore (es. Agridea).

### Criticità:

È tuttavia importante tenere presente che il sistema IG non è un monolite ed al suo interno sono riscontrabili realtà produttive diversificate e disomogenee.

L’impatto sul tessuto socio-economico del valore aggiunto della IG in termini di equa distribuzione dei benefici fra i diversi attori della filiera e a diversi livelli della comunità locale può variare molto a seconda del case study che si prende in considerazione.

È dunque fondamentale individuare le esperienze delle filiere IG che evidenziano un impatto positivo in termini di sostenibilità della produzione ed equità della distribuzione dei benefici, in modo da incentivare la diffusione delle best practices che le caratterizzano.

## Fonti:

- UNCTAD, 2014, *The experience of UNCTAD in assisting rural communities in LDCs on geographical indications: Some Trade policy considerations*
- AGRIDEA, 2007, *Geographical Indications a way forward for local development*
- FAO – SINER-GI, 2009, *Linking people, place and products*

## FOCAL POINT

### 4. IG come strumento per favorire lo sviluppo delle economie delle aree rurali attraverso il coinvolgimento delle comunità locali in processi virtuosi

- di emancipazione dalla povertà, in particolare nei PVS e nei LDC,
- di contrasto ai fenomeni di abbandono delle aree rurali, e quindi di impoverimento e desertificazione demografica, produttiva e di perdita di biodiversità dei territori, che colpiscono anche i Paesi industrializzati.

### 5. IG come strumento per promuovere la partecipazione delle comunità locali nella definizione di processi e metodi di produzione caratterizzati da determinati standard qualitativi, attraverso la condivisione di un sistema di valori che include:

- Il riconoscimento del legame fra processo produttivo, prodotto e territorio
- Il riconoscimento del valore indotto dal rispetto di determinati standard qualitativi lungo l'intera filiera di produzione
- La condivisione del concetto di “qualità” attribuito al prodotto agroalimentare identificato

## PROPOSTE/CONCLUSIONI

1. Un prodotto ad **IG**, e l'insieme di qualità che lo definiscono, non deve intendersi come “eccellenza” in quanto risultato di una “selezione” elitaria, effettuata dall'alto, ma al contrario come **espressione della comunità che ha contribuito al suo riconoscimento e che ne ha condiviso i valori**.
2. Dato che le IG sono anche espressione della storia e della cultura del luogo di origine, la loro **valorizzazione deve passare dallo sviluppo di pratiche di partecipazione democratica nei territori di produzione che coinvolgano non solo gli attori della filiera produttiva ma in modo più allargato il tessuto sociale**.
3. Se la **partecipazione** è condizione necessaria per l'esercizio della **democrazia**, e la **qualità** espressa dalle IG è risultato di un processo di **partecipazione**, possiamo dunque affermare che le **IG possono essere portatrici** di un modello di qualità democraticamente condivisa, e dunque di **democrazia della qualità**. Condizioni affinché questo processo si verifichi:
  - a. Identificazione delle best practices che garantiscono il coinvolgimento della comunità locale nella costruzione della filiera IG
  - b. Declinazione concetto/significato di qualità per la IG identificata

- c. Consolidamento e diffusione di politiche pubbliche di accompagnamento dei processi di partecipazione e realizzazione di iniziative di formazione indirizzate ai diversi attori della filiera.

## PAROLE CHIAVE

- Sviluppo rurale sostenibile
- Economie locali
- Partecipazione
- Comunità
- Democrazia della qualità
- Filiere di qualità
- Best practices

## Abstract/riferimenti:

### **UNCTAD, 2014, *The experience of UNCTAD in assisting rural communities in LDCs on geographical indications: Some Trade policy considerations***

*Abstract:* GIs are an efficient rural development tool: the creation of value of a GI product is higher and is better distributed at the local level.

- GI product retail price is higher
- GI qualification is a vehicle for growth, through the setting-up of a joint distinctive signal
- The distribution of value is more favorable to GI producers

GI's meet the ambitions of :

- 1) high value added exports
- 2) preserving traditional products and methods of production
- 3) reduce poverty for isolated rural communities

### **AGRIDEA, 2007, *Geographical Indications a way forward for local development***

*Abstract:* GI protection is promoted as having positive effects on rural development, mainly on farm incomes, competitiveness, preservation of employment, local know-how and culture. The degree to which GI protection spurs rural development depends in large part on two factors:

- the design and the structure of the GI protection scheme;
- the political and economic context of production.

How to foster favourable conditions for a negotiation on the fair distribution of added value within the supply chain:

*Information access:* it is important that all “external support” actors make sure that all the supply chain actors start with the same level of access to information about markets, consumers’ preferences, quality and prices, etc., that all are made aware of the issues and potentials of the GI supply chain.

*Different contribution and risk sharing:* different actors of the supply chain make different contributions. Some contributions will be financial, others in kind, others yet in know-how or work.

*Quality definition:* different actors of the supply chain may see quality differently; it is thus essential to achieve an agreement on what quality is and what quality levels are needed. In particular, quality values for the consumers must be agreed upon, and this may mean different levels of quality in the GI supply chain.



*Creating trust:* to assure transparency and build up confidence between different levels of the supply chain, it is clearly important to set up a forum in which the different actors can be represented and freely express their point of view. All these aspects must be discussed very early on, when setting up the GI supply chain.

*Abstract: Tequila v/s Comté*

**The GI for Comté cheese contributes to the maintenance of small farms and cheese producing factories**, as well as to a more extensive, grazing-based system of dairy production that has positive effects on the environment. **The GI for tequila, for its part, effectively excludes the local farmers, as the tequila companies have started to produce their own agave, adopting unsustainable, chemical-intensive production methods.** Furthermore it does not recognize or protect the terroir in tequila's region of origin and its link to the quality of tequila. Quality is more a political tool, employed by certain supply chain actors (mainly tequila distilleries) in their struggle of power and profits vis à vis other actors. On the other hand, the Comté GI is exemplary in the valorization of terroir of origin and the actors of the supply chain share a collective vision around the preservation of the Comté quality and the maintaining of the artisanal structure of the supply chain.

**FAO – SINER-GI, 2009, *Linking people, place and products***

*Abstract:* **The establishment and management of GI systems requires a delicate balance among the three pillars of sustainable development** (economic, socio-cultural and environmental, [ed.]), while taking the motivations of the various stakeholders into account. Achieving such a balance is not an easy task, for **the collective interest and community welfare are affected not only by actions dictated by “quality rules”, but also by the adoption of joint strategies** (for the use of local resources and for marketing) and by the activities of various socio-economic networks (both those of the GI system and others). **In order to achieve the final objective of creating a sustainable GI system through the virtuous circle of origin-linked specific quality, the importance of taking advantage of the knowledge, perspective, determination and time of certain facilitators** should be remembered. These facilitators may be **public bodies (local, regional or national), NGOs or other institutions that facilitate the understanding and dissemination of methodologies and the development of approaches** that have proved of value in many cases of successful GI processes.





## Misurare valore, confronto

Individuazione di indicatori condivisi in grado di descrivere in modo chiaro e intellegibile l'impatto complessivo delle filiere IG sul tessuto produttivo dei territori a livello socio-economico: strumento utile per interpretare dinamiche ed evoluzione del sistema IG, confrontare differenze e specificità fra diversi modelli e *case histories*, riflettere sulle strategie per incentivarne lo sviluppo

## DOMANDE/FAQ

- Cosa rappresenta esattamente un'IG? Sono assimilabili IG di territori diversi?
- Le IG sono senz'altro portatrici di valore: ma qual è esattamente questo valore? È definibile, misurabile, condivisibile?
- Si può parlare di regole e misurazioni "standard" di fronte a un sistema che fa della valorizzazione delle "specificità" la propria base partenza?

## ANALISI DEL CONTESTO

Nell'attuale sistema legato alla definizione, lettura, comunicazione e promozione delle IG, si rileva la mancanza di due aspetti fondamentali:

- **una definizione precisa e condivisa delle IG a livello internazionale:** l'attuale situazione costituisce un limite alla corretta interpretazione dell'insieme di valori che le IG rappresentano e ostacola la costruzione di un modello di tutela e che contribuisca in modo efficace alla loro valorizzazione
- **un sistema di valutazione del valore delle IG oltre i dati di produzione:** superare questa mancanza è fondamentale per riuscire a descrivere in modo chiaro e intellegibile l'impatto complessivo che le filiere IG hanno sul tessuto produttivo dei territori a livello socio-economico

## FOCAL POINT

### 6. INDIVIDUARE

#### ***gli ambiti in cui si hanno impatti legati allo sviluppo di filiere IG***

L'identità delle IG, oltre che sui caratteri organolettici e sulla tradizione, si basa sulla capacità di sostenere un'agricoltura multifunzionale con effetti positivi di tipo ambientale, sociale, economico, culturale in cui assumono rilevanza particolare aspetti quali la "sostenibilità", il "fattore umano", ecc; il primo passo è l'individuazione di tutti quegli aspetti riscontrabili in ogni territorio e sui quali è possibile rilevare un impatto legato allo sviluppo delle filiere IG

### 7. DEFINIRE

***un insieme di grandezze e indicatori capaci di descrivere gli effetti e gli impatti delle filiere IG sugli ambiti individuati***

Quindi da una parte condividere delle regole generali per la definizione delle IG a livello internazionale per aumentare la chiarezza e la “leggibilità” delle IG, dall’altra determinare grandezze e indici per misurare l’impatto delle filiere IG sui territori di riferimento (circoscritti negli ambiti interessati come da punto 1)

**8. MISURARE**

***con modalità standard l’insieme di grandezze e indicatori condivisi***

Ottenere una serie di indici misurati ed espressi in modo omogeneo come espressione condivisibile e divulgabile del “valore complessivo” delle filiere IG: affiancare alla “certificazione di qualità” una “misura del valore” (esprimibile attraverso l’ossimoro *Standard Specificity Value*)

**9. CONDIVIDERE**

***le misure e gli indicatori per favorire confronti e letture trasversali del sistema IG***

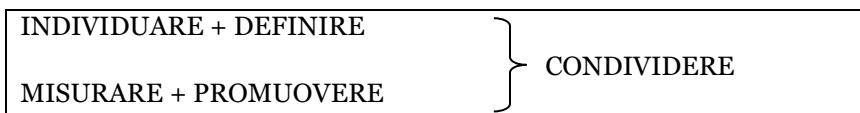
L’attribuzione di un significato condiviso e maggiormente definito di IG, insieme alla definizione di grandezze per la misura del loro valore e impatto complessivo sui territori, agevola il confronto e il dibattito internazionale sulle IG, contribuendo a rafforzarne la riconoscibilità, la visibilità, la conoscenza, rendendo possibile altresì riconoscere e valorizzare differenze e specificità fra diversi modelli e *case histories*; la condivisione di regole per la definizione e la misurazione degli aspetti caratterizzanti il Sistema-IG, permette di valorizzare le “Specificità” attraverso modelli efficienti “Standard”

**10. PROMUOVERE**

***il “valore misurato” delle IG per accrescere il loro “valore percepito”***

Rendere tangibile e comprensibile il valore legato alle IG favorisce azioni promozionali e di marketing: i concetti di “qualità”, “origine”, “tipicità” che formano l’attuale “valore percepito” delle IG da parte dei consumatori, vengono affiancati dai concetti di “efficacia”, “valore”, “trasparenza”, “sostenibilità” che, attraverso la comunicazione di un “valore misurato”, vanno ad accrescere la visibilità e le opportunità di mercato delle IG

**PAROLE CHIAVE**



Certificazione di qualità  
 Valore Percepito  
 Valore Misurato  
*Standard Specificity Value*

