

# Emilia-Romagna punta su identità, reputazione ed export #MadeinER

*Intervista ad Alessio Mammi, Assessore all'agricoltura dell'Emilia-Romagna, che racconta a Consortium le sfide future di una regione leader nel comparto agroalimentare e vitivinicolo DOP IGP*

L'Emilia-Romagna è una delle regioni italiane leader nei prodotti agroalimentari e vitivinicoli di qualità, con il primato europeo nelle specialità del Food, ben 44 tra DOP IGP.

## **Quali programmi state portando avanti per consolidare questa leadership?**

Dal Parmigiano Reggiano DOP al Prosciutto di Parma DOP, dall'Aceto Balsamico al Lambrusco e ai salumi, sono tanti i prodotti di qualità dell'Emilia-Romagna apprezzati sui mercati nazionali e internazionali. Un panorama che fa della nostra regione una delle capitali mondiali del gusto, dove il sistema delle imprese agroalimentari punta sempre più su internazionalizzazione ed export. A seguito degli effetti dell'emergenza Covid-19, che ha rallentato in maniera considerevole le esportazioni, e in considerazione del mutato quadro internazionale, occorre intervenire prontamente con progetti di rilancio a favore delle imprese e del sistema agroalimentare.

## **In che modo e con quali strumenti pensate di farlo?**

Promuovere il made in Emilia-Romagna agroalimentare all'estero, anche attraverso la collaborazione di chef di fama, significa rafforzare la nostra presenza sui mercati stranieri e conquistarne di nuovi. Un'azione di ampio respiro che si inserisce in un piano di internazionalizzazione che investe sempre di più in un settore cruciale per l'economia regionale e per la quale sarà necessario adeguare i servizi di accompagnamento e orientamento all'export ai nuovi modelli di business e al nuovo scenario internazionale, accelerando i processi di digitalizzazione. In particolare per quanto riguarda il settore vitivi-

nicolo la promozione sui mercati extra-UE passerà anche attraverso il bando finanziato dalla Regione con 6 milioni di euro nell'ambito dell'Ocm vino.

## **Quali le altre iniziative in corso?**

Stiamo lavorando al progetto #MadeinER, per la promozione e internazionalizzazione dell'agroalimentare e del turismo enogastronomico di qualità, per rafforzare l'identità e la reputazione del brand Emilia-Romagna, anche attraverso portali web e app dedicate. Un'articolata strategia che consente la messa a sistema degli interventi della Regione, con il supporto di Art-Er, Unioncamere regionale, Apt Servizi, Unioncamere italiana, Ministero dello Sviluppo economico, Istituto per il commercio estero, Assocamerestero e Camere di commercio italiane all'estero.

## **Quali sono i Paesi interessati?**

In Germania già dalle prossime settimane sono previste attività di promozione che comprendono masterclass online per raccontare a un pubblico settoriale i nostri prodotti DOP e IGP, seguita da una settimana - dal 16 al 23 settembre - all'insegna della gastronomia made in Emilia-Romagna con il network di ristoranti italiani della zona Rhein-Main-Necker. Sono poi previsti un concorso, uno show-cooking e due eventi di promozione dei prodotti e dei vini emiliano-romagnoli a qualità regolamentata presso il ristorante InCantina dell'Enoteca regionale dell'Emilia-Romagna a Francoforte, durante la Settimana della cucina italiana nel mondo. Le iniziative proseguiranno durante tutto il mese di ottobre 2020.





Alessio Mammi,  
Assessore Regionale  
all'Agricoltura



### **Altri mercati da conquistare nel mirino?**

In Canada, da settembre fino a novembre, il piano si svilupperà in partnership con la Camera di commercio italiana, per rafforzare le azioni portate avanti nel corso degli ultimi tre anni. Nelle Province del Québec e della British Columbia il programma si svolge in sinergia con Unioncamere Emilia-Romagna e ministero degli Esteri. Infine, nell'ambito della promozione digitale, è prevista la mappatura delle potenzialità di e-commerce delle nostre specialità sul mercato canadese.

### **Come Regione fate parte di Arepo, la rete europea dei prodotti a Denominazione d'Origine: quali gli obiettivi?**

Attraverso Arepo, alla quale aderiscono le Regioni europee più impegnate nella valorizzazione e nella tutela delle DOP e IGP, nonché gruppi di produttori, si possono perseguire almeno tre obiettivi: partecipare ad un tavolo di confronto che permette lo scambio di esperienze e l'acquisizione di informazioni su criticità, ma anche vantaggi delle produzioni a qualità. Inoltre in questo modo possiamo seguire più da vicino le attività preparatorie delle decisioni UE, attraverso i contatti che i funzionari di Arepo mantengono con le istituzioni europee e la partecipazione alle riunioni dei gruppi di lavoro. Infine possiamo intervenire come portatori di interessi, cercando di determinare nelle decisioni comunitarie orientamenti utili per raggiungere gli obiettivi di valorizzazione e tutela delle produzioni di qualità, ad esempio cercando di assicurare a questo comparto un'adeguata attenzione nell'ambito della PAC (Politica Agricola Comunitaria).

### **La chiusura del canale Horeca durante il lockdown ha avuto pesanti ricadute anche sulle imprese agroalimentari. Come state facendo per dare sostegno ai settori più in difficoltà?**

La pandemia mondiale ha inciso sulle nostre vite private, sull'economia, sugli spostamenti, in tutto il mondo e anche l'agricoltura ha risentito di questo tremendo vortice. In particolare il blocco dell'Horeca ha impattato con forza sulla vendita di nostri prodotti come salumi, Parmigiano Reggiano DOP e ortofrutta. Il lockdown ha poi bloccato le attività di agriturismi e fattorie didattiche, i mercati agricoli, il mercato ittico si è in parte fermato. Noi però

siamo sempre stati al fianco degli agricoltori, per velocizzare i pagamenti, prorogare le scadenze dei bandi e per semplificare qualche procedimento amministrativo. In tutto sono più di 550 i milioni di euro che, dall'autunno 2019 al 30 giugno 2020 la Regione ha stanziato a sostegno del sistema agroalimentare: una cifra pari a oltre l'84% del valore finanziario annuale, erogata in poco più di otto mesi. Risorse che sono andate a circa 42.000 beneficiari tra aziende agricole, imprese agroindustriali, organizzazioni di produttori, enti di ricerca. Per rafforzare le ordinarie risorse della Pac la Regione ha recentemente stanziato altri 23,7 milioni di euro. Sono inoltre in arrivo altri finanziamenti per la promozione dei prodotti DOP e IGP.

### **DOP e IGP in Emilia-Romagna**

In Emilia-Romagna si producono 44 DOP IGP del comparto Food: è il numero più alto in Italia e in Europa, e corrisponde a circa il 15% delle Indicazioni Geografiche (IG). Inoltre si producono 30 etichette DOP IGP del comparto vinicolo. Il valore alla produzione è stato stimato in circa 3,4 miliardi di euro (Rapporto Ismea-Qualivita 2019), di cui oltre 3 per le IG alimentari. L'Emilia-Romagna è la prima Regione italiana per impatto economico dei prodotti DOP IGP, con il 41% del valore complessivo. Comprendendo anche i vini, è la seconda Regione per valore.

Le province di Parma, Modena e Reggio Emilia sono rispettivamente la 1°, 2°, e 3° provincia per valore alla produzione delle DOP IGP alimentari. Inoltre Parmigiano Reggiano DOP, Prosciutto di Parma DOP, Aceto balsamico di Modena IGP e Mortadella Bologna IGP sono stabilmente nella top ten dei prodotti italiani a marchio UE per valore alla produzione. Queste quattro specialità insieme totalizzano il 96% del valore alla produzione di tutti i prodotti DOP IGP dell'Emilia-Romagna.

Il comparto delle DOP IGP alimentari dell'Emilia-Romagna comprende più di 6.200 aziende, circa il 70% nelle categorie formaggi, ortofrutticoli e cereali. Per le DOP IGP dei vini si contano oltre 9.500 operatori.

**Per approfondire**



<https://agricoltura.regione.emilia-romagna.it>