



## Un tour di incontri sulla sfida verso la transizione ecologica, insieme ai nuovi protagonisti dell'agroalimentare di qualità dalla produzione al consumo

*a cura della redazione*

L'agroalimentare è al centro di un grande progetto di innovazione e transizione ecologica che coinvolge tutta la filiera: le imprese e i rappresentanti del settore, i consumatori e i cittadini chiamati a modelli di consumo sostenibile, e infine la ristorazione, punto di contatto tra la produzione e il consumo, luogo in cui tutti sono chiamati a concretizzare le proprie scelte. Le filiere dei prodotti DOP IGP ricoprono in Italia un ruolo chiave per indirizzare verso un nuovo paradigma alimentare che coinvolge direttamente la produzione, i Consorzi di tutela, la distribuzione e il consumo. Per farlo, è fondamentale promuovere il confronto tra tutti gli anelli della catena e in particolare con i giovani – nuovi cittadini e futuri consumatori – che saranno i veri interpreti del nuovo sistema di valori del cibo di qualità.

È questo lo spirito che ha spinto Fondazione Qualivita, Origin Italia e McDonald's ad organizzare un tour nelle regioni italiane insieme ai

protagonisti del made in Italy DOP IGP nei territori: condividere le percezioni e le prospettive legate alle nuove dimensioni del cibo italiano, con focus su giovani imprese, stili di consumo, transizione green, innovazione digitale e sul ruolo di Consorzi di tutela, distribuzione e istituzioni. Andare a conoscere da vicino le esperienze di successo, le visioni e le idee che già stanno delineando il percorso di transizione dell'agroalimentare italiano.

### **Le esperienze di innovazione e sostenibilità dei giovani protagonisti delle filiere IG**

Un'iniziativa di grande successo – che ha toccato la Sicilia, l'Emilia-Romagna, il Veneto e si è conclusa il 20 maggio al Food Industry Summit organizzato da Il Sole 24 Ore – con programmi ricchi di interventi per raccontare le storie delle imprese più innovative del territorio, le migliori esperienze del mondo della

formazione professionale (scuole e università) e la visione dei giovani imprenditori agricoli.

Gli eventi, seguiti da un pubblico di centinaia di partecipanti da tutta Italia, sono stati accompagnati anche dagli enti locali con la partecipazione degli assessori regionali Antonino Scilla (Regione Sicilia), Alessio Mammi (Regione Emilia-Romagna) e Federico Caner (Regione Veneto), oltre ai rappresentanti delle istituzioni nazionali fra i quali Filippo Gallinella, presidente Commissione Agricoltura Camera dei deputati e Gian Marco Centinaio, Sottosegretario alle politiche agricole.

In occasione degli incontri, oltre alle esperienze dei protagonisti delle filiere, sono stati presentati i risultati di un'indagine condotta da AstraRicerche sulle aspettative e i comportamenti delle giovani generazioni nei confronti della transizione ecologica.

“Il sistema agroalimentare è chiamato a una transizione senza precedenti, ma dobbiamo essere con-

“Oggi ci troviamo davanti a uno scenario in cui siamo chiamati a cogliere una nuova sfida, quella della transizione ecologica” commenta **Mario Federico** Amministratore Delegato di McDonald’s Italia. “Io credo che la ristorazione abbia un ruolo fondamentale perché intercetta le esigenze dei consumatori, e può far risalire queste esigenze lungo tutta la filiera suggerendo a tutti gli altri attori quali azioni concrete mettere in pratica. Un compito importante che già sentiamo nostro e a cui rispondiamo a partire proprio dai nostri ristoranti e dalle nostre proposte. L’obiettivo è creare sinergia in quella che possiamo definire una filiera agroalimentare lunga, ‘dal campo al vassoio’, per dare una risposta chiara, efficace e concreta alle esigenze delle nuove generazioni”.



**Mario Federico**  
Amministratore Delegato  
McDonald’s Italia

È questa convinzione che ha spinto McDonald’s Italia a commissionare un’indagine all’istituto **AstraRicerche** per comprendere a fondo la percezione dei giovani consumatori italiani su queste tematiche. La ricerca mostra chiaramente l’importanza per gli italiani delle certificazioni di origine. Quasi tre quarti dei nostri concittadini si sentono garantiti da DOP e più di due terzi da IGP. “Tuttavia è necessario uno sguardo al futuro, – commenta **Cosimo Finzi** di AstraRicerche – che io identifico in quattro direzioni fondamentali: rafforzare l’intensità di apprezzamento (troppi italiani dichiarano di fidarsi ma non in misura intensa); provare a far cambiare idea a quel 15-20% della popolazione che conosce ma non apprezza le certificazioni di origine, lottando contro preconcetti o associazioni negative immotivate; spiegare il significato e il valore, uscendo dall’area grigia dello scarso interesse e della confusione, a quel 10-15% che le conosce solo di nome e non le sa valutare; e, trasversalmente a questi gruppi, aumentare la conoscenza dei singoli prodotti DOP e IGP e, soprattutto, l’associazione di tali prodotti alle certificazioni (molti prodotti sono noti ma non ritenuti DOP e IGP dal 25-35% del campione intervistato)”. Queste strade potranno portare a un ampliamento del target, a una maggior frequenza di acquisto ma anche a un graduale aumento del prezzo che il cittadino è disponibile a spendere per le eccellenze.



sapevoli che una transizione senza coordinamento è destinata al fallimento”. Sono le parole di **Cesare Mazzetti**, presidente della Fondazione Qualivita: “Oggi più che mai i sistemi che organizzano le filiere e la società sono determinanti per ottenere un risultato positivo e per la prima volta i Consorzi e le aziende sono chiamati in causa in maniera diretta come attori principali del cambiamento, in grado di coinvolgere anche i consumatori. Come Qualivita ci impegniamo a promuovere iniziative

come questa, perché siamo convinti che le esperienze e le idee dei giovani protagonisti sono un patrimonio prezioso da mettere a sistema e che una transizione nella collaborazione è la chiave del successo”.

Sulle stesse posizioni **Cesare Baldrighi**, presidente di Origin Italia, che commenta: “Le filiere DOP IGP hanno una presenza forte in tutti i settori produttivi, dal caseario alla filiera delle carni lavorate, dall’ortofrutticolo all’olivicolo. Come Origin Italia, siamo convin-

ti che la transizione ecologica può svilupparsi nei territori proprio attraverso la rete dei Consorzi, che garantisce un’organizzazione delle filiere e dei produttori in grado di condividere obiettivi e azioni di sistema. Per questo è fondamentale un continuo confronto grazie a occasioni come queste, che a partire dall’esperienza dei giovani protagonisti dei territori permette di definire la strada di un progetto condiviso come sistema italiano delle DOP IGP”.

