

La mozzarella di bufala guida il Sud nell'avanzata dei prodotti Dop e Igp

Le tendenze. Con un tasso di crescita del 70% negli ultimi dieci anni, l'«oro bianco» campano è alla testa di una folta pattuglia di campioni ad alto potenziale, dalla pasta di Gragnano all'arancia rossa di Sicilia, dalla cipolla di Tropea alla liquirizia di Calabria

Giorgio Dell'Orefice

Un driver forte e una miriade di produzioni locali uscite da tempo dalla dimensione territoriale per diventare affermate anche all'estero. Sta andando in scena una vera e propria riscossa dei prodotti alimentari Dop e Igp del Mezzogiorno in grado di riscrivere la storia di qualità made in Italy che è stata spesso "Nord-centrica". Le basi delle denominazioni d'origine vennero poste con la Convenzione di Stresa del 1951 (firmata da Italia, Francia, Svizzera, Svezia, Norvegia, Danimarca e Austria) con la legge sulla "Tutela delle denominazioni d'origine dei formaggi". Disciplina che poi, allargata via via anche ai prosciutti e ai salumi e soprattutto ai vini, fece da apripista ai regolamenti Ue sulle denominazioni d'origine varati nel 1992.

Nella pionieristica regolamentazione dei marchi d'origine i prodotti agroalimentari del Mezzogiorno erano quasi assenti. Nella Convenzione di Stresa solo i riferimenti a "Pecorino romano" e "Caciocavallo" potevano coinvolgere anche produzioni di aree non settentrionali del Paese. Ma nella realtà i prodotti di qualità del Mezzogiorno sono rimasti a lungo imprigionati in una diffusione solo locale.

A rompere gli schemi, in anni ormai recenti, la Mozzarella di Bufala campana Dop che con oltre 430 milioni di euro di fatturato all'origine e un trend di crescita che negli ultimi dieci anni è stato del +70% è ormai stabilmente – secondo i dati di **Ismea-Qualivita** – tra i primi

4 prodotti a denominazione d'origine per fatturato (alle spalle dei "mostri sacri" Grana padano, Parmigiano, Prosciutto di Parma) e comunque nella top 5 se si comprende anche il vino.

Ma dietro il principale driver Mozzarella di Bufala si sta affacciando una fascia di prodotti dalle spalle larghe e soprattutto dalle grandi potenzialità di crescita. Si tratta di produzioni che hanno saputo approfittare delle relazioni virtuose instaurate tra poche industrie trainanti e piccole aziende artigiane come nel caso della Pasta di Gragnano Igp che ha ottenuto il riconoscimento comunitario solo nel 2013 ma che da allora ha messo a segno una crescita del 170%.

Rientrano in questa casistica anche la scelta di qualche multinazionale del beverage che ha messo in produzione bevande a base di Arancia rossa di Sicilia Igp conferendole una improvvisa notorietà e relegando a un passato lontanissimo l'epoca dei cingolati che si scontravano le arance nei campi. Ma anche i casi della Cipolla di Tropea entrata a guarnire gli hamburger di McDonald's o l'ingresso dell'Amarelli nella filiera della Liquirizia in Calabria. In alcuni casi hanno ben operato i consorzi di tutela come per il Pomodoro di Pachino Igp, il Limone di Siracusa Igp, l'Agnello di Sardegna Igp, la Melanurca campana Igp, il Pecorino siciliano che hanno visto crescere le proprie filiere produttive. A questi vanno aggiunti brand con grandi potenzialità ancora da esprimere come la Burrata di Andria Igp, il Cioccolato di Modica Igp.

Senza dimenticare le operazioni virtuose avviate anche nel settore del vino con la Doc Sicilia, l'Etna Dop, il

Primitivo di Manduria Dop o il Montepulciano d'Abruzzo Dop che hanno finalmente portato in bottiglia e su vasta scala produzioni per anni commercializzate allo stato "sfuso" facendo compiere un decisivo salto di qualità e di valore a quelle etichette.

«La realtà è che si è verificata una vera e propria emancipazione dell'imprenditoria agroalimentare del Sud – spiega il direttore della Fondazione **Qualivita**, Mauro Rosati – che ha compensato i deficit della politica incapace di spendere le tante risorse comunitarie piovute in questi anni per accompagnare davvero queste produzioni. Molto del loro successo è dovuto anche al turismo. I turisti vengono in Italia e generano fatturato nei territori ma innescano anche una sorta di "export differito": assaggiano i prodotti italiani e poi una volta rientrati li ricercano a casa loro alimentando le nostre esportazioni. Nel distretto del Cioccolato di Modica non riescono a star dietro agli ordinativi che arrivano dall'estero. Altre volte ancora, un gruppo di imprenditori ha capito di avere in mano una pietra preziosa e ha cominciato a lavorare per valorizzarla nel modo migliore».

Insomma la sensazione è che l'universo dei prodotti Dop e Igp del Mezzogiorno sia molto cresciuto e che abbia ancora molte frecce al proprio arco. «Mi aspetto – conclude Rosati – che un nuovo salto di qualità venga dal settore dell'olio extravergine. Comparto che con le nuove Igp riconosciute, Sicilia, Calabria e Puglia forse ha trovato uno strumento più adatto e flessibile per superare finalmente i confini della nicchia e affacciarsi ai mercati internazionali».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Gli esperti: siamo in presenza di una vera e propria emancipazione dell'imprenditoria agroalimentare del Sud



Alleanza di filiera. Alcune multinazionali hanno introdotto nella loro offerta prodotti Dop e Igp, come nel caso di bevande a base di Arancia rossa di Sicilia Igp (nella foto un momento della raccolta)

I NUMERI

17

Miliardi di euro

La "Dop economy" secondo le analisi di Ismea genera nel nostro Paese un valore della produzione di quasi 17 miliardi di euro, con un contributo del 19% al fatturato complessivo dell'agroalimentare italiano e un export da 9,5 miliardi di euro, grazie al lavoro di oltre 180mila operatori e l'impegno dei 285 Consorzi di tutela riconosciuti

170%

La corsa di Gragnano

La Pasta di Gragnano Igp ha ottenuto il riconoscimento comunitario solo nel 2013, ma da allora ha messo a segno una crescita del 170 per cento

