

Tanti prodotti ma poca promozione per il cibo

Dop e Igp sono deboli Mancano i consorzi

Qualivita: «Si impari dal vino»

MASSIMILIANO FRASCINO

I prodotti agroalimentari Dop e Igp made in Tuscany, esclusi i vini, avrebbero un'enorme potenzialità in termini economici. Ma pagano lo scotto della diffusa incapacità di valorizzarli per assenza dei consorzi di tutela. Le uniche eccezioni sono quelle dell'olio extravergine Igp Toscano e del Pecorino Toscano Dop. Come a dire che il tradizionale individualismo imprenditoriale di questa regione, tarpa le ali a un comparto molto remunerativo come quello delle indicazioni geografiche. Che non a caso in Italia – secondo l'analisi fatta dalla Fondazione **Qualivita di Siena** – nel 2019 hanno raggiunto la soglia dei 7,6 miliardi di euro di valore alla produzione (+5,7 per cento sul 2018), con 15,3 miliardi di vendite al consumo (+6,4 per cento). E un export che ha sfiorato i 4 miliardi (+7 per cento). La

Toscana, così, con 16 prodotti alimentari Dop e i 15 Igp, nel 2019 si trovava solo al 9° posto nella graduatoria delle regioni Italiane (5° per numero di denominazioni). Con un valore al consumo di 152 milioni di euro (+5,7 per cento). A una distanza siderale per impatto economico da Emilia-Romagna, Lombardia, Campania, Veneto, Piemonte, Friuli-Venezia Giulia, Trentino-Alto Adige e Sardegna. «In Toscana gli unici consorzi effettivi sono quelli di olio e pecorino, denominazioni che ottengono buoni risultati – spiega **Mauro Rosati**, direttore della Fondazione **Qualivita** – Con le produzioni agroalimentari bisognerebbe riuscire a fare quello che negli anni scorsi sono stato in grado di raggiungere i consorzi di tutela del vino. Purtroppo, i brand toscani che sulla carta avrebbero più forza di molte altre specialità regionali, non riescono nemmeno lontanamente a raggiungere i numeri Parmigiano Reggiano, Grana Pado-

no, Prosciutto di Parma o di San Daniele, Mozzarella di bufala campana. Solo per fare qualche esempio». A frenare il decollo di molte denominazioni Dop e Igp, la mancanza di professionalità rispetto a promozione, ricerca fondi e commercializzazione. «È una questione annosa – continua Rosati – che attiene soprattutto alla mentalità imprenditoriale di chi gestisce le aziende. Che non accetta la logica della collaborazione e condivisione degli obiettivi. Perpetrando di fatto la logica di una microimprenditorialità parcellizzata, che non consente di fare massa critica e accedere ai mercati internazionali. Che garantirebbero prezzi più alti e quindi una remunerazione migliore dei prodotti. Su questo fronte – conclude il direttore di **Qualivita** – ritengo la politica dovrebbe incentivare di più e meglio la costituzione di consorzi fra produttori. Che peraltro non possono essere obbligati a mettersi insieme, se non lo vogliono».



DOPE E IGP IN TOSCANA

DOP TOSCANI

IGP TOSCANI

Cinta
Senese
Fungo

di Borgotaro
Ricciarelli di Siena

Pecorino
Toscano

Olio extravergine di oliva Chianti Classico

Mortadella di Prato Prosciutto Toscano

Farina di Neccio della Garfagnana

Miele della Lunigiana Fagiolo di Sorana

Farina di castagne della Lunigiana Panforte di Siena

Zafferano di San Gimignano Marrone del Mugello

Olio extravergine di oliva Lucca Cantucci Toscani

Lardo di Colonnata Castagna del Monte Amiata

Vitellone Bianco dell'Appennino Centrale

Pecorino delle Balze Volterrane Finocchiona

Marrone di Caprese Michelangelo

Olio extravergine di oliva Seggiano

Olio extravergine di oliva Toscano

Salamini Italiani alla Cacciatora

Olio extravergine di oliva Terre di Siena

Mortadella
Bologna

Agnello del Centro Italia

Farro della Garfagnana

Cantuccini Toscani

Pecorino Romano

Pane toscano