

di Paolo De Castro
 twitter @paolodecastro



Il digitale è un plus da coltivare

L'innovazione farà bene all'agricoltura se saprà coniugare valori materiali e immateriali

→ Con la riforma della Politica agricola 2014-2020 e con la politica per la ricerca europea Horizon 2020, le istituzioni Ue hanno dedicato negli ultimi anni un'attenzione crescente al tema dell'innovazione, sia come processo di sviluppo necessario, sia come soluzione aggiunta per aiutare il settore agricolo a uscire dalla crisi economica. Una delle declinazioni più attuali e stimolanti di questo tema riguarda i mercati digitali. Uno dei punti saldi del mio impegno per l'agricoltura europea ha sempre ri-

guardato l'importanza dell'organizzazione: fare sintesi delle esigenze del settore, costituire un fronte comune per essere più incisivi ai tavoli decisionali e più forti nei mercati internazionali sono condizioni fondamentali per dare nuova linfa a un comparto che sta alla base dell'economia non solo europea, e che deve essere capace di leggere le nuove condizioni dettate dal contesto globale in cui opera traducendole in vantaggi competitivi.

I mercati digitali offrono a tale riguardo, forse, uno degli esempi più immediati, ma al contempo meno noti di come l'innovazione, se perseguita con metodologie e supporti aggiornati, possa essere un facilitatore dei processi di sviluppo e crescita anche per i prodotti agroalimentari.

Esperienze tedesche di infrastrutture

tecnologiche e logistiche sono pionieristiche in tal senso, seguite da brillanti omologhi italiani anche se di portata ancora territorialmente ridotta.

Ma se usciamo dai confini italiani ed europei la situazione si complica e diventa evidente la necessità di una maggiore regolamentazione che non deve però assolutamente tradursi in un maggiore carico burocratico.

La vicenda della vendita dei domini .wine e .vin da parte dell'ICANN sintetizza in maniera palese questa duplice esigenza: gli enormi benefici derivanti da un corretto utilizzo a fini promozionali e di vendita dei prodotti agroalimentari sul web sono connessi in maniera imprescindibile all'esigenza di regolare la cessione dei domini (non vendendoli a compratori opportunisti) e a una successiva sburocratizzazione delle procedure di gestione e funzionamento. ←

Protezione Dop-Igp estesa nel digitale

In gioco c'è la tutela delle indicazioni geografiche che deve rimanere prioritaria nei mercati digitali che rappresentano il futuro del commercio anche per i prodotti agroalimentari. Sarà pertanto necessario approfondire ulteriormente questi elementi per creare condizioni favorevoli al progresso innovativo dell'agricoltura, fornendo a essa tutti gli strumenti necessari per far sì che un settore tradizionale possa portare nel futuro tutti quei valori, materiali e immateriali, che lo contraddistinguono. Le istituzioni europee sono e rimarranno attente e attive su questo fronte, continueranno a portare avanti il dialogo con le associazioni di produttori per favorire la loro crescita futura, anche nei nuovi mercati digitali.