



**DOP & IGP: VOLA IL BUSINESS  
A DENOMINAZIONE D'ORIGINE**

Secondo il Rapporto Qualivita i prodotti a marchio Ue meglio di quelli generici: +2,6% il valore alla produzione, +9,6% l'export.

SERVIZI A PAG. 4





**QUALITÀ**

Rapporto Qualivita: il food & wine a marchio Ue copre ormai oltre il 10% dell'alimentare italiano

# Dop, da nicchia a settore strategico

Realizzate performance migliori dei prodotti generici: + 1,5% il valore all'origine, + 9,6% l'export

**G**ia da tempo fuori della nicchia, il settore dei prodotti alimentari (e dei vini) a denominazione d'origine è un segmento strategico dell'alimentare italiano. Ci sono voluti 25 anni (il regolamento istitutivo delle Dop è il 2080 del 1992) ma il settore del food & wine certificato è ormai un sistema chiave dell'economia agroalimentare italiana.

Un ruolo che emerge con chiarezza tanto dai dati assoluti sul peso del settore quanto dalle performance messe in campo che in molti casi sono migliori di quelle registrate dai prodotti convenzionali. È il quadro che emerge dal XIV Rapporto Qualivita-Ismea sui prodotti Dop e

Igp presentato nei giorni scorsi a Roma. Il valore alla produzione degli 814 marchi registrati made in Italy, nel 2015, è stato di 13,8 miliardi di euro in crescita del 2,6% rispetto all'anno precedente, un valore che rappresenta il 10% circa dell'intero agroalimentare italiano. Più in particolare il settore food vale, alla produzione, 6,35 miliardi (+1,5%) mentre il comparto dei vini sviluppa un giro d'affari all'origine di 7,4 miliardi (+5,8%) per una produzione di 2,8 miliardi di bottiglie.

Dati ancora più positivi sul fronte export con un giro d'affari di 7,8 miliardi di euro (+9,6%). In questo caso la quota di Dop e Igp sull'intero export agroalimentare tocca il 21 per

IL SISTEMA DOP & IGP			
<i>(Dati 2015)</i>			
	Totale Food & Wine	Food	Wine
Marchi (n.)	814	291	523
Consorzi (n.)	247	137	110
Valore prod (mld)	13,8	6,35	7,4
Valore export (mld)	7,8	3,1	4,7

cento. «Nella grande distribuzione - ha spiegato il direttore di Ismea, Raffaele Borriello - le vendite 2015 di alimentari e vini Dop sono aumentate del 5,1% contro il +1,9% dei prodotti convenzionali.

E meglio ancora è andata per l'export con il food a indicazione geografica aumentato del 16,9% contro il +7,5% dei prodotti generici mentre i vini Dop hanno registrato un +7,4%

contro il calo del 12,4% dei vini comuni».

Sono numeri di una maturità dell'universo Dop che è uscito dalla nicchia per diventare un settore strategico. «Le nuove sfide - ha aggiunto il direttore della Fondazione Qualivita, Mauro Rosati - sono ora quella di stringere accordi con i grandi player della ristorazione organizzata come catene internazionali della pizza o del food in

genere e coffee store che già conoscono i nostri prodotti e possono garantirci ulteriori margini di crescita all'estero».

Un settore in salute ma che non deve abbassare la guardia. Innanzitutto nei confronti dei falsi e delle contraffazioni. «Con 814 marchi registrati deteniamo la leadership europea - ha aggiunto il responsabile dell'Ispettorato controllo qualità, Stefano Vaccari - ma anche quello dei controlli.

Nel 2015 abbiamo effettuato oltre 9mila verifiche su oltre 14mila prodotti controllati arrivando a sequestrare prodotti per 5,4 milioni di euro. Ai quali si aggiungono 1.500 controlli sul web sulle principali piattaforme da Ebay ad

Alibaba». «Per il futuro - ha concluso il capo dipartimento della Qualità del ministero per le Politiche agricole, Luca Bianchi - dobbiamo riuscire a mettere in campo una vera e propria politica industriale per il settore che punti a rafforzare la tutela nella grande distribuzione (dove i prodotti Dop sono spesso sviliti in promozione) e sulla logistica per favorire le vendite all'estero.

E poi non si può non pensare anche alla valorizzazione. Per questo da aprile partiremo con una grande campagna tv e di affissioni sulla promozione Dop». •

PAGINA A CURA DI  
**GIORGIO DELL'OREFICE**