

Si afferma in Italia la #DopEconomy

Mauro Rosati -  @qualigeo

Direttore Editoriale Consortium



Il 2018 si è chiuso con la chiara conferma della **#DopEconomy** come volano dei principali distretti agroalimentari italiani. Lo dicono in primis i dati economici – presentati con il XVI Rapporto Ismea-Qualivita sulle produzioni agroalimentari e vitivinicole DOP IGP – che mostrano un settore in continua crescita, che non si è arrestato neanche nei periodi di recessione del Paese e che oggi vale oltre 15 miliardi alla produzione e 8,8 miliardi all’export e rappresenta il 21% delle esportazioni agroalimentari made in Italy. Ma accanto ai dati strutturali sorgono considerazioni sul nuovo ruolo assunto dalle DOP e IGP all’interno dei territori italiani che si pongono come baricentro di una **crescita che non è soltanto economica**. Una percezione che emerge chiaramente viaggiando attraverso i distretti delle IG, ma che viene confermata anche dai “Big Data” sulle conversazioni digitali, che mostrano quali sono le parole chiave maggiormente utilizzate dalle persone in collegamento ai prodotti agroalimentari e vitivinicoli DOP e IGP, un lessico divenuto nel tempo estremamente ricco e complesso.

E così termini come “storia”, “territori”, “paesaggio” testimoniano la presenza di una **dimensione culturale** legata alle IG, un ambito che non contiene solo i noti aspetti della tradizione che da sempre accompagnano prodotti tipici, ma anche elementi diversi come quelli connessi alle arti, all’architettura al patrimonio storico e ambientale, al saper fare ed alla conoscenza di una comunità: una conferma per le DOP e IGP come veicolo di diffusione della cultura italiana nel mondo. Vi è poi la **dimensione turistica** nella quale le produzioni IG si confermano fondamentali punti di sintesi nei distretti, sia in termini di promozione sia in termini di esperienze di viaggio: un capitolo che si arricchisce ogni giorno di nuove attività, grazie al diretto contributo dei Consorzi di tutela e delle aziende della filiera che portano avanti iniziative storiche sui territori e promuovono nuove proposte esperienziali per i viaggiatori. Rilevante anche la **dimensione sociale**, un ambito sfaccettato, richiamato con forza sia dai consumatori che dalle comunità locali, frutto anche della volontà delle imprese di affermarsi come soggetti sempre più responsabili: da qui la forte presenza di concetti come “sostenibilità”, “ricerca”, “educazione”, “salute” collegati al comparto delle DOP IGP italiane.

L’anno appena concluso ci lascia inoltre un’altra grande conferma, quella dell’importanza delle Indicazioni Geografiche per le produzioni territoriali come difesa dal pericolo della delocalizzazione. Il caso della chiusura della Pernigotti, infatti, ha riaperto in Italia il dibattito su quali strumenti giuridici si possano attivare per trattenere le aziende a produrre nei territori di origine, soprattutto quelli legati ai brand. Insieme all’Avvocato Alberto Improda abbiamo avanzato alcune riflessioni in merito nell’articolo “Rapporto fra marchi privati e IG: sfide e opportunità”.

Il 2019 si presenta con **sfide stimolanti**: la “nuova PAC” post 2020 che richiede a tutti gli stakeholder un ruolo proattivo nel dibattito sulle proposte legislative relative alle DOP e IGP; la **tutela** nell’attuale scenario globale, caratterizzato dai rischi legati al neo protezionismo e alla reintroduzione dei dazi, che vede come centrali gli **accordi internazionali**; la **sostenibilità**, in merito alla quale occorre portare a termine la fase di ricerca del settore IG ed estendere le attività all’intero comparto per poter beneficiare delle ricadute positive sia in termini commerciali che sociali; la **tracciabilità**, un aspetto prioritario giunto ad una fase di svolta nel comparto per le evoluzioni tecnologiche e culturali sopraggiunte negli ultimi anni.

Su questo ultimo tema abbiamo elaborato con la Fondazione Qualivita una ricerca di approfondimento per stimolare una riflessione da parte di tutti gli attori del sistema delle IG che trovate allegata alla rivista.