

# RAPPORTO 2018 ISMEA - QUALIVITA

È stato presentato a Roma, il 13 dicembre 2018 il XVI Rapporto Qualivita-Ismea, l'indagine annuale che contiene l'analisi e l'interpretazione dei più significativi fenomeni socio-economici del comparto Food&Wine italiano dei prodotti di qualità certificata DOP IGP STG. Nato dall'integrazione delle competenze sviluppate dall'Osservatorio Qualivita e dall'Osservatorio Ismea e dalla collaborazione con AICIG e Federdoc, la novità dell'edizione numero sedici del Rapporto è la presenza di un innovativo monitoraggio delle conversazioni digitali mondiali relative alle Indicazioni Geografiche effettuato sui canali Web e Social Media.



*Gian Marco Centinaio  
Ministro delle politiche agricole  
alimentari, forestali e del turismo*

Numerosi gli spunti di analisi nati dalla lettura dei dati e dei fenomeni collegati a partire dall'analisi del Ministro delle politiche agricole e del turismo **Gian Marco Centinaio**. "Il Rapporto Ismea-Qualivita rappresenta una fotografia delle eccellenze agroalimentari del nostro Paese. I numeri delineano uno scenario chiaro, dietro il quale c'è la qualità delle nostre eccellenze, c'è la passione, il lavoro dei nostri imprenditori. Ci sono storie e tradizioni da preservare e continuare a tramandare. C'è il sistema Italia. Non dobbiamo mai abbassare la guardia, dobbiamo spingere sempre di più sulla comunicazione per valorizzare ulteriormente il sistema della qualità, sfruttandolo nel migliore dei modi. Tra le nostre azioni è prioritaria la lotta all'Italian Sounding lesivo dei diritti dei consumatori ma anche degli interessi economici dell'intera filiera agroalimentare, che mette a rischio la lealtà degli scambi commerciali. Dobbiamo migliorare la competitività del settore attraverso politiche di sostegno e coinvolgere le nuove generazioni e i consumatori. Infine, bisogna rendere più competitive le imprese agrituristiche, potenziando l'export, garantendo una filiera sicura ed equilibrata per offrire anche nuovi posti di lavoro ai più giovani. Dobbiamo tutelare il reddito delle nostre imprese. I dati evidenziati ci dicono questo. L'agroalimentare può essere davvero un asse strategico del Paese".

A delineare il valore e le potenzialità del settore è stato anche il Direttore Generale Ismea, **Raffaele Borriello**: "I dati che emergono dal Rapporto Ismea-Qualivita dimostrano come il sistema delle IG rappresenti ormai una solida realtà dell'economia agroalimentare italiana e quanto contribuisca al consolidamento della reputazione del made in Italy nel mondo. Senza dimenticare l'enorme valore aggiunto che può derivare dal legame tra territorio, turismo e enogastronomia. In questo contesto, il sistema delle IG può avere un ruolo centrale in un nuovo progetto di politica agraria nazionale in grado di valorizzare il nostro modello di agricoltura nelle sue distintività, dove l'origine e la qualità dei prodotti sono elementi fondanti".

Nell'analisi di **Mauro Rosati**, Direttore Generale Qualivita, una sintesi delle principali sfide del settore IG italiano: "Si afferma in Italia la #DopEconomy che conta 200.000 imprese, 822 denominazioni e oltre 15,2 miliardi di valore alla produzione; nonostante questi dati positivi dobbiamo guardare subito al futuro perché nei mercati globali – dove trovano il loro maggiore valore economico le DOP IGP italiane – gli scenari cambiano sempre più rapidamente. Le sfide da cogliere sono molte: la riorganizzazione della governance del sistema delle IG partendo dall'Europa, una produzione più attenta all'ambiente, il rischio dazi e la costruzione di una nuova politica nazionale sulla qualità su cui rafforzare le basi dei distretti agroalimentari".

Sfide importanti in cui **Riccardo Ricci Curbastro**, presidente Federdoc, vede pronte a competere le filiere certificate del vino italiano: "La mission della Federdoc è valorizzare e tutelare il patrimonio vitivinicolo italiano a Denominazione di Origine, attraverso i Consorzi associati che garantiscono la qualità e la sicurezza delle nostre denominazioni. Il Rapporto Ismea-Qualivita rappresenta un valido strumento attraverso il quale conoscere ed analizzare i dati sia in valore che in export delle nostre DO, al fine di definire le migliori strategie per affrontare i mercati sia comunitari che internazionali".

**Nicola Cesare Baldrighi**, presidente Origin Italia, ha raccontato come la nuova associazione inciderà sulle per sviluppare l'azione del sistema Food certificato: "Con la costituzione di Origin Italia, abbiamo concretamente avviato una strada per riunire tutte le associazioni dei Consorzi di tutela in un organismo con cui interessere uno scambio istituzionale. È stato costituito un Comitato Strategico in cui i Presidenti delle Associazioni possono esprimere il loro parere e programmare strategie, con l'obiettivo di rappresentare un riferimento nei confronti del sistema DOP, IGP, STG. Gli obiettivi più importanti sono due: aggiornamento normativo per i Consorzi di tutela e PAC per dare efficacia al sistema delle IG per quanto concerne tutela, valorizzazione, promozione."

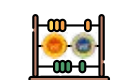
FOCUS - Dati Generali

# #DOPECONOMY DA 15,2 MILIARDI, ANCORA CRESCITA DEL +2,6%

Ancora primato mondiale per l'Italia che conta 822 prodotti DOP, IGP, STG registrate a livello europeo su 3.036 totali nel mondo (dati al 05/12/2018): nel 2018 sono stati registrati in Italia la Pitina IGP (Friuli-Venezia Giulia), il Marrone di Serino IGP (Campania), la Lucanica di Picerno IGP (Basilicata) e il Cioccolato di Modica IGP (Sicilia), primo cioccolato a Indicazione Geografica al mondo.



## SETTORE DOP IGP STG ITALIA → 15,2 mld €



**822\***  
prodotti  
DOP IGP STG



**15,2** mld €  
valore alla produzione  
+2,6% su 2016



**18%**  
peso DOP IGP  
su settore  
agroalimentare



**8,8** mld €  
valore all'export  
+4,7% su 2016



**21%**  
peso DOP IGP  
su export  
agroalimentare



**197.347**  
operatori  
DOP IGP STG



**275**  
Consorzi  
autorizzati



## FOOD DOP IGP STG ITALIA → 6,96 mld €



**299\***  
prodotti  
DOP IGP STG



**6,96** mld €  
valore alla produzione  
+3,3% su 2016



**14,7** mld €  
valore al consumo  
+6,4% su 2016



**3,5** mld €  
valore all'export  
+3,5% su 2016



**+6,9%**  
vendite peso fisso  
GDO Italia



**83.695**  
operatori  
DOP IGP STG



**Emilia-Romagna**  
1° regione impatto  
economico IG



## WINE DOP IGP ITALIA → 8,27 mld €



**523\***  
prodotti  
DOP IGP



**2,95** mld  
bottiglie  
produzione  
imbottigliata  
-1,6% su 2016



**8,27** mld €  
valore alla produzione  
+2,0% su 2016



**5,26** mld €  
valore all'export  
+5,8% su 2016



**+4,9%**  
vendite peso fisso  
GDO Italia



**113.652**  
operatori  
DOP IGP



**Veneto**  
1° regione impatto  
economico IG

## I PRIMI 15 PRODOTTI DOP E IGP PER VALORE ALLA PRODUZIONE



PRODOTTI FOOD	VAL.2016 (mln €)	VAL.2017 (mln €)	VAR. 17/16
1° Parmigiano Reggiano DOP	1.123	1.343	+19,5%
2° Grana Padano DOP	1.293	1.293	0,0%
3° Prosciutto di Parma DOP	816	850	+4,1%
4° Mozzarella di Bufala Campana DOP	372	391	+5,0%
5° Aceto balsamico di Modena IGP	381	390	+2,5%
6° Gorgonzola DOP	316	356	+12,8%
7° Prosciutto di San Daniele DOP	293	304	+3,8%
8° Mortadella Bologna IGP	326	301	-7,4%
9° Bresaola della Valtellina IGP	220	224	+2,2%
10° Pecorino Romano DOP	251	155	-38,0%
11° Pasta di Gragnano IGP	107	115	+7,2%
12° Speck Alto Adige IGP	100	109	+9,4%
13° Asiago DOP	95	98	+2,8%
14° Mela Alto Adige IGP	132	88	-33,2%
15° Mela Val di Non DOP	75	65	-14,0%



PRODOTTI WINE	VAL.2016 (mln € - sfuso)	VAL.2017 (mln € - sfuso)	VAR. 17/16
1° Prosecco DOP	629	631	+0,3%
2° Conegliano Valdobbiadene - Prosecco DOP	161	184	+14,0%
3° Delle Venezie IGP	169	114	-32,7%
4° Asti DOP	103	107	+4,0%
5° Terre Siciliane IGP	82	107	+29,9%
6° Amarone della Valpolicella DOP	83	103	+23,4%
7° Alto Adige DOP	82	100	+22,3%
8° Chianti Classico DOP	112	98	-12,6%
9° Barolo DOP	79	89	+12,3%
10° Valpolicella Ripasso DOP	63	86	+35,9%
11° Chianti DOP	87	81	-6,7%
12° Veneto IGP	101	79	-21,9%
13° Brunello di Montalcino DOP	61	72	+18,3%
14° Montepulciano d'Abruzzo DOP	67	63	-6,0%
15° Trentino DOP	50	51	+1,7%

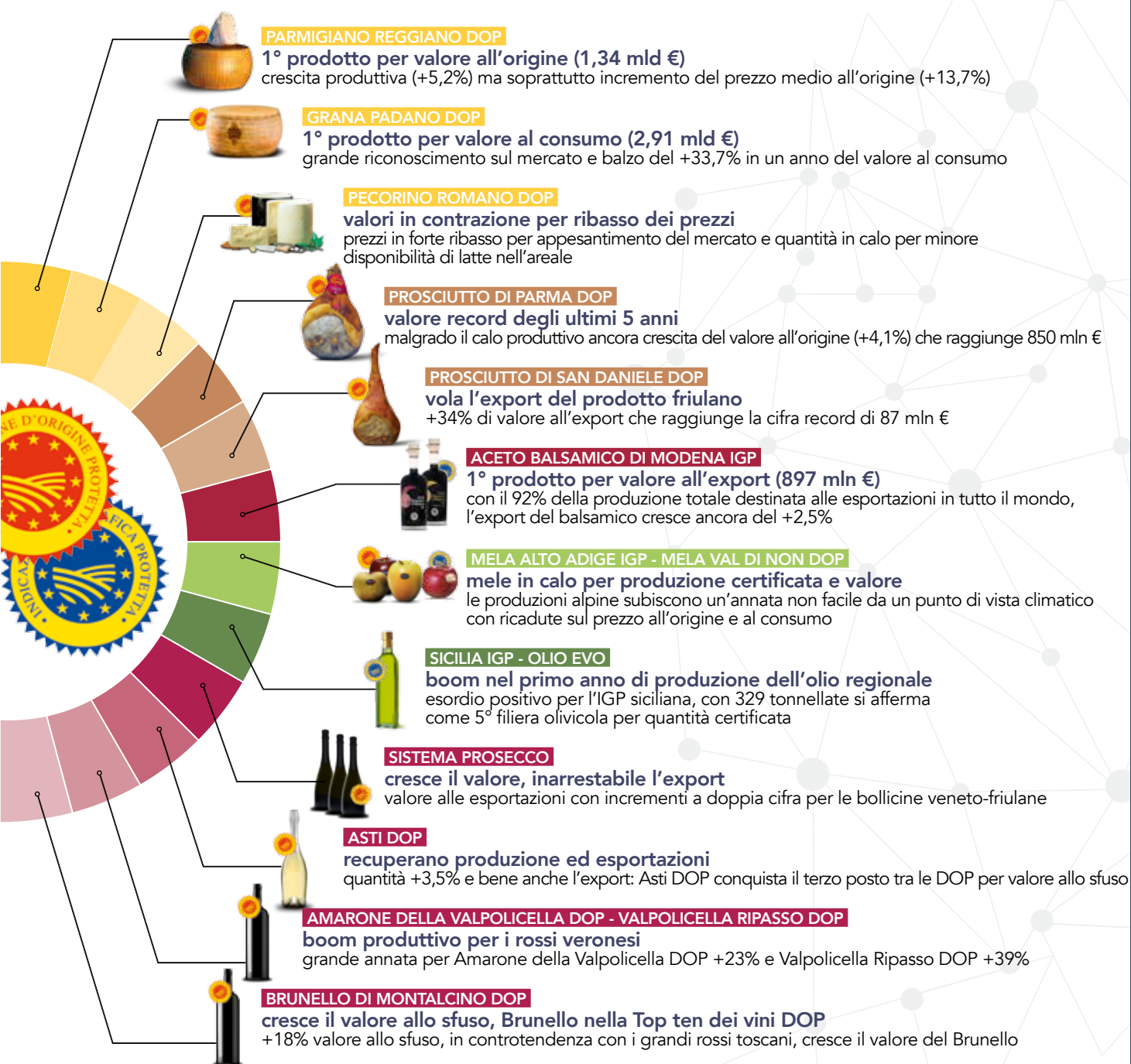


Il comparto delle IG italiane esprime i risultati più alti di sempre anche sui valori produttivi e per la prima volta supera i 15,2 miliardi di euro di valore alla produzione per un contributo del 18% al valore economico complessivo del settore agroalimentare nazionale. Se il settore agroalimentare italiano ha visto crescere il proprio valore del +2,1%, il settore delle DOP IGP ha ottenuto un risultato migliore pari al +2,6%. Continua a crescere l'export delle IG made in Italy che raggiunge gli 8,8 miliardi di euro (+4,7%) pari al 21% dell'export agroalimentare italiano. Bene anche i consumi interni nella GDO che continuano a mostrare trend positivi con una crescita del +6,9%

per le vendite Food a peso fisso e del +4,9% per il Vino.

Il settore Food sfiora i 7 miliardi di valore alla produzione e 3,5 miliardi all'export per una crescita del +3,5%, mentre raggiunge i 14,7 miliardi al consumo con un +6,4% sul 2016. Il comparto Wine vale 8,3 miliardi alla produzione (+2%) e 5,3 miliardi all'export (su un totale di circa 6 miliardi del settore). Il Sistema delle DOP IGP in Italia coinvolge 197.347 operatori e garantisce qualità e sicurezza anche attraverso una rete che conta 275 Consorzi di tutela riconosciuti dal Mipaaf e oltre 10mila interventi effettuati dagli Organismi di controllo pubblici.

## HIGHLIGHTS PRODOTTI



Ci si riferisce alla quantità certificata nell'anno solare 2017



FOCUS - Impatto territoriale

# VENETO PRIMA REGIONE, PARMA GUIDA LE PROVINCE PER VALORE DOP IGP

*Emilia-Romagna traina il Food con Lombardia e Campania; nel Vino al top Veneto, Toscana e Piemonte*

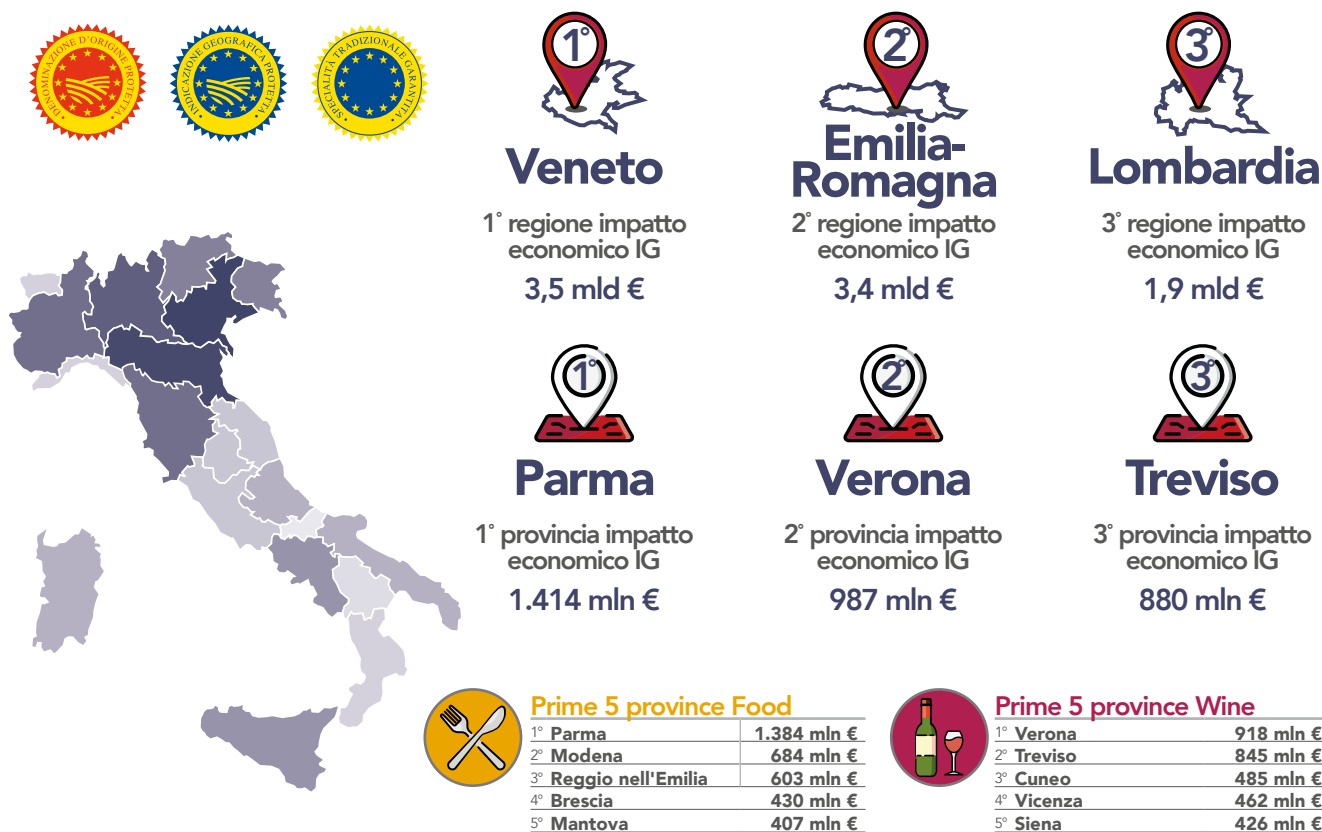
*Nel Food Parma, Modena e Reggio Emilia sono seguite da Brescia e Mantova. Nella Top ten cresce Caserta*

*Tra le province del vino trainano Verona e Treviso: seguono Cuneo, Vicenza e Siena*

Non esiste neanche una provincia in Italia in cui non vi sia una ricaduta economica delle filiere IG. Le analisi territoriali sugli impatti economici per provincia italiana dei prodotti DOP IGP, mostrano un comparto che coinvolge capillarmente tutto il Paese anche se è forte la concentrazione del valore: le prime aree del Nord-Est contano la maggioranza dei distretti più rilevanti economicamente e le prime 4 regioni generano il 65% del valore totale delle IG. Eppure sono molti i territori che hanno beneficiato della forte crescita delle proprie filiere di riferimento, anche delle produzioni più piccole, che esprimendo al massimo il proprio potenziale, riescono a trainare il settore agroalimentare di qualità da nord a sud del Paese.

#RAPPORTODOP2018

## CLASSIFICA REGIONI E PROVINCE - IMPATTO ECONOMICO IG (FOOD E WINE)



## REGIONI - IMPATTO ECONOMICO IG

Veneto prima regione affiancata da Emilia-Romagna. Nel nord si concentrano i distretti più rilevanti economicamente e le prime 4 regioni fanno il 65% del valore totale delle IG. Nel Food Emilia Romagna e Lombardia trainano, bene la Campania (regione del sud al terzo posto assoluto). Nel Wine Veneto “regina” per valore seguita da Toscana e Piemonte.

### Prime 10 Regioni per impatto economico IG (Food e Wine)

REGIONE	FOOD		WINE		TOTALE		
	2016 (mln €)	2017 (mln €)	2016 (mln €)	2017 (mln €)	2016 (mln €)	2017 (mln €)	VAR. 17/16
1° Veneto	394	376	3.236	3.131	3.629	<b>3.508</b>	-3,3%
2° Emilia-Romagna	2.737	2.983	356	389	3.092	<b>3.371</b>	+9,0%
3° Lombardia	1.506	1.557	308	330	1.815	<b>1.887</b>	+4,0%
4° Piemonte	268	306	771	881	1.040	<b>1.187</b>	+14,1%
5° Toscana	117	111	893	926	1.010	<b>1.038</b>	+2,7%
6° Trentino-Alto Adige	355	309	491	542	846	<b>852</b>	+0,7%
7° Friuli-Venezia Giulia	318	327	568	507	886	<b>834</b>	-5,9%
8° Campania	476	510	94	100	570	<b>610</b>	+6,9%
9° Sicilia	50	54	422	550	472	<b>604</b>	+28,0%
10° Puglia	19	30	323	294	342	<b>324</b>	-5,2%



### Prime 10 Regioni per impatto economico IG Food

REGIONE	2016 (mln €)	2017 (mln €)	VAR. 17/16
1° Emilia-Romagna	2.737	<b>2.983</b>	+9,0%
2° Lombardia	1.506	<b>1.557</b>	+3,4%
3° Campania	476	<b>510</b>	+7,1%
4° Veneto	394	<b>376</b>	-4,4%
5° Friuli-Venezia Giulia	318	<b>327</b>	+2,8%
6° Trentino-Alto Adige	355	<b>309</b>	-12,7%
7° Piemonte	268	<b>306</b>	+14,0%
8° Sardegna	290	<b>193</b>	-33,3%
9° Toscana	117	<b>111</b>	-5,0%
10° Lazio	68	<b>58</b>	-14,5%



### Prime 10 Regioni per impatto economico IG Wine

REGIONE	2016 (mln €)	2017 (mln €)	VAR. 17/16
1° Veneto	3.236	<b>3.131</b>	-3,2%
2° Toscana	893	<b>926</b>	+3,7%
3° Piemonte	771	<b>881</b>	+14,2%
4° Sicilia	422	<b>550</b>	+30,3%
5° Trentino-Alto Adige	491	<b>542</b>	+10,4%
6° Friuli-Venezia Giulia	568	<b>507</b>	-10,7%
7° Emilia-Romagna	356	<b>389</b>	+9,3%
8° Lombardia	308	<b>330</b>	+7,1%
9° Puglia	323	<b>294</b>	-8,9%
10° Abruzzo	215	<b>214</b>	-0,2%

## PROVINCE - IMPATTO ECONOMICO IG

È Parma la provincia più “ricca”. Nel Food questa guida le città di Emilia-Romagna e Lombardia (ma nella Top ten anche Udine, Caserta e Bolzano): Caserta prima città del Sud. Nel Vino trainano Verona e Treviso cui seguono Cuneo, Vicenza e Siena. Messina, Lecce e Palermo le sole città del sud nella fra le prime venti.

### Prime 10 Province per impatto economico IG (Food e Wine)

PROVINCIA	REGIONE	FOOD		WINE		TOTALE		
		2016 (mln €)	2017 (mln €)	2016 (mln €)	2017 (mln €)	2016 (mln €)	2017 (mln €)	VAR. 17/16
1° Parma	Emilia-Romagna	1.275	1.384	27	30	1.301	<b>1.414</b>	+8,6%
2° Verona	Veneto	75	69	942	918	1.017	<b>987</b>	-3,0%
3° Treviso	Veneto	35	35	802	845	837	<b>880</b>	+5,2%
4° Modena	Emilia-Romagna	628	684	70	76	698	<b>760</b>	+8,9%
5° Cuneo	Piemonte	182	205	416	485	598	<b>690</b>	+15,5%
6° Reggio nell'Emilia	Emilia-Romagna	534	603	37	41	571	<b>644</b>	+12,7%
7° Vicenza	Veneto	181	174	507	462	689	<b>636</b>	-7,6%
8° Udine	Friuli-Venezia Giulia	309	319	347	308	656	<b>627</b>	-4,5%
9° Brescia	Lombardia	422	430	131	154	553	<b>585</b>	+5,7%
10° Bolzano/Bozen	Trentino-Alto Adige	246	212	220	270	467	<b>482</b>	+3,2%



### Prime 10 Province per impatto economico IG Food

PROVINCIA	REGIONE	2016 (mln €)	2017 (mln €)	VAR. 17/16
1° Parma	Emilia-Romagna	1.275	<b>1.384</b>	+8,6%
2° Modena	Emilia-Romagna	628	<b>684</b>	+9,0%
3° Reggio nell'Emilia	Emilia-Romagna	534	<b>603</b>	+12,9%
4° Brescia	Lombardia	422	<b>430</b>	+2,0%
5° Mantova	Lombardia	384	<b>407</b>	+6,1%
6° Udine	Friuli-Venezia Giulia	309	<b>319</b>	+3,1%
7° Sondrio	Lombardia	234	<b>239</b>	+2,4%
8° Caserta	Campania	219	<b>235</b>	+7,3%
9° Cremona	Lombardia	222	<b>227</b>	+2,1%
10° Bolzano/Bozen	Trentino-Alto Adige	246	<b>212</b>	-14,0%



### Prime 10 Province per impatto economico IG Wine

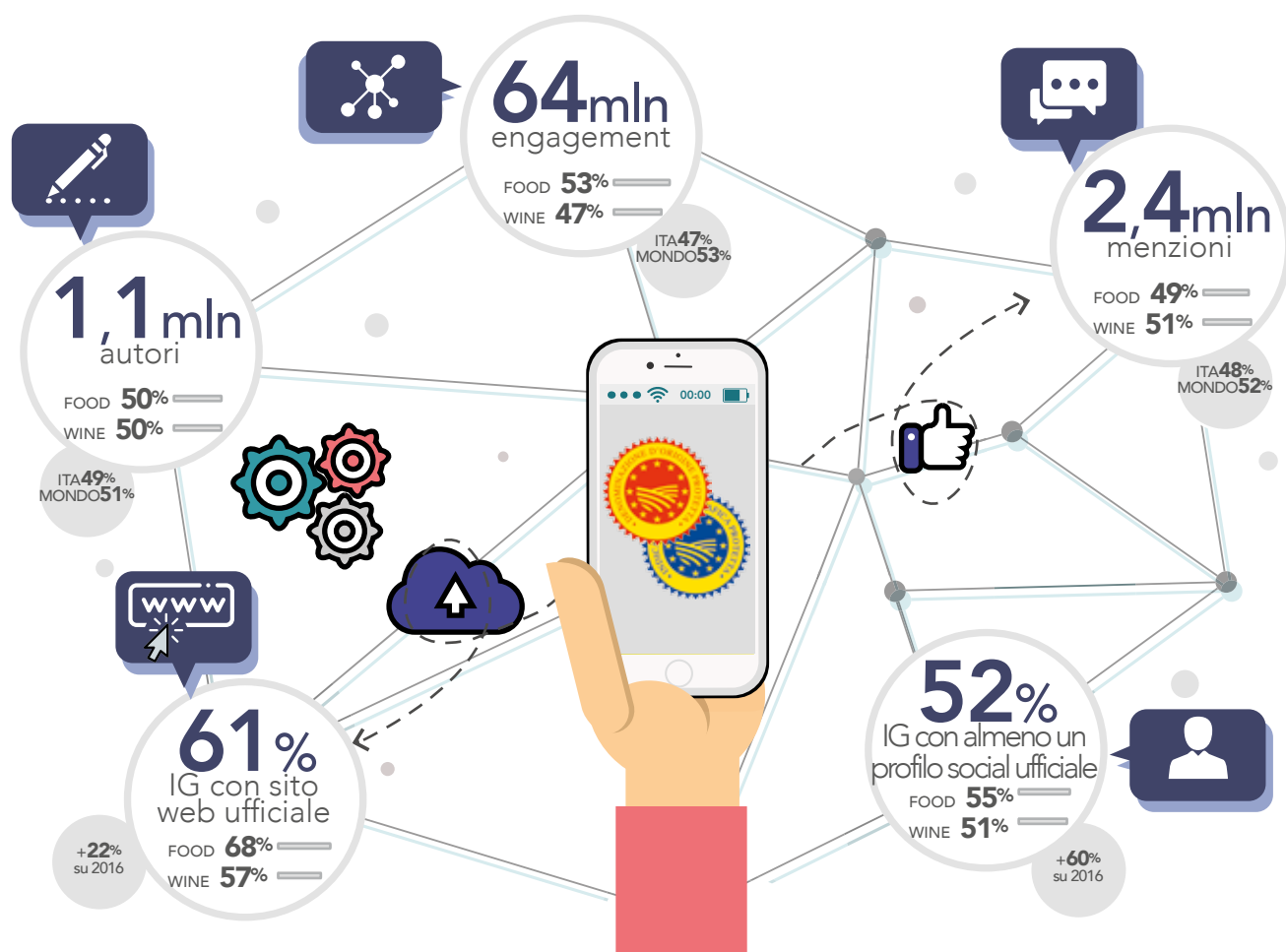
PROVINCIA	REGIONE	2016 (mln €)	2017 (mln €)	VAR. 17/16
1° Verona	Veneto	942	<b>918</b>	-2,5%
2° Treviso	Veneto	802	<b>845</b>	+5,3%
3° Cuneo	Piemonte	416	<b>485</b>	+16,6%
4° Vicenza	Veneto	507	<b>462</b>	-8,9%
5° Siena	Toscana	407	<b>426</b>	+4,6%
6° Padova	Veneto	434	<b>404</b>	-6,8%
7° Udine	Friuli-Venezia Giulia	347	<b>308</b>	-11,4%
8° Trento	Trentino-Alto Adige	271	<b>273</b>	+0,7%
9° Belluno	Veneto	291	<b>271</b>	-6,9%
10° Bolzano/Bozen	Trentino-Alto Adige	220	<b>270</b>	+22,3%

FOCUS - IG & Web listening 2018

# WEB E SOCIAL PROCLAMANO DOP E IGP AMBASCIATORI DELLA "CULTURA ITALIANA" NEL MONDO

[IG - WEB LISTENING 2018]

Per la prima volta analizzati i BIG DATA delle conversazioni digitali sulle IG italiane: 64 milioni di utenti globali ingaggiati in un anno



#RAPPORTODOP2018

L'Italia e l'Italian Life Style veicolati attraverso le eccellenze Food e Wine made in Italy. È quanto emerge dalla fotografia delle conversazioni e del sentiment online realizzata per la prima volta sui 50 prodotti Food e 50 Wine DOP IGP con il maggior numero di follower.

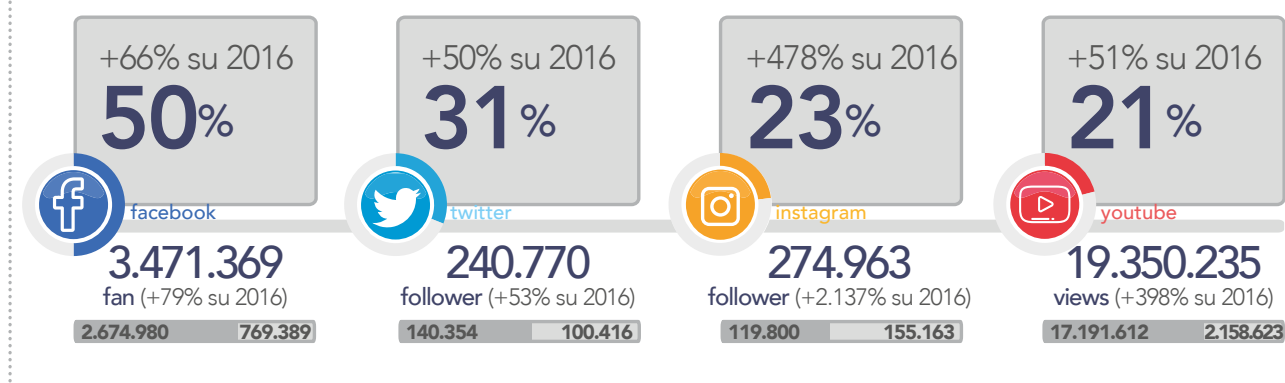
L'analisi evidenzia infatti l'elevato numero di consumatori che veicolano tramite i canali social, principalmente Instagram per il forte potere iconico, contenuti e fotografie corredate da hashtag delle nostre eccellenze produttive. Ingredienti di ricette o di piatti consumati al ristorante, bicchieri di vino fotografati con lo sfondo del paesaggio italiano: i prodotti DOP e IGP diventano "ambasciatori del gusto italiano" e diffondono una cultura e un linguaggio legati alla vera qualità del patrimonio enogastronomico del Paese nel mondo. Molte conversazioni avvengono infatti all'estero, soprattutto negli USA.

## SOCIAL MEDIA – CANALI E AUDIENCE

Forte crescita dell'utilizzo dei canali web e social negli ultimi due anni. Ad oggi infatti sugli 822 prodotti Food e Wine IG sono 501 quelli con un sito ufficiale (nel 2016 erano 412, per una crescita del +22%), mentre 420 hanno almeno un profilo social (contro i 268 del 2016, per un +60%). Tra i social appare evidente la crescita di Instagram che si rivela uno dei canali principali per le conversazioni online sul tema Food&Wine.



### DOP IGP CON PROFILO SOCIAL UFFICIALE E UTENTI INGAGGIATI



## WEB & SOCIAL – CONVERSAZIONI ONLINE

Sono 2,4 milioni le menzioni complessive nell'ultimo anno riferite alle prime 100 IG dei settori Food e Wine, generate da oltre 1 milione di autori per un ingaggio totale di quasi 64 milioni di utenti web. Oltre all'Italia i Paesi che emergono sono soprattutto USA, Regno Unito, Germania, Brasile e Canada.

Parmigiano Reggiano DOP, Prosciutto di Parma DOP e Grana Padano DOP per il Food e Prosecco DOP, Chianti DOP e Barolo DOP per il Wine i prodotti con più menzioni sul web.

Il monitoraggio delle conversazioni online è avvenuto rilevando il numero di menzioni (volte in cui una singola parola o frase viene menzionata su diverse fonti online), gli autori unici (utenti che hanno attivato e condiviso le conversazioni), l'engagement (che indica quanto interesse ottiene un post relativo ad una specifica parola chiave considerando retweets/like/condivisivi/commenti).



### WEB & SOCIAL LISTENING DOP IGP - PAESI E CANALI

