

**Eccellenze.** Sugli 822 prodotti tutelati nella Ue 299 sono italiani. In pochi però riescono a sviluppare pienamente il business: l'88% del fatturato al consumo riguarda 15 tipologie

# Dop e Igp valgono 14 miliardi Export triplicato in dieci anni

**Giorgio dell'Orefice**

**U**n business in grande crescita ma ancora per pochi. È il settore dei prodotti agroalimentari di qualità Dop e Igp, segmento nel quale l'Italia riveste in Europa un ruolo guida non solo per numero di riconoscimenti ottenuti (esclusi i vini sono 299 i prodotti alimentari tutelati in Italia sugli 822 protetti nella Ue) ma, soprattutto, per la capacità di farne un vero traino per l'economia e i territori. I marchi Dop e Igp made in Italy, che ai tempi della loro istituzione nel 1992 erano considerati una nicchia di mercato, oggi sviluppano un fatturato all'origine di circa 7 miliardi di euro che diventano oltre 14,7 al consumo e un giro d'affari all'estero di 3,5 miliardi. Dal 2008 a oggi, il fatturato alla produzione è aumentato del 46%, quello al consumo del 63%, ma il vero e proprio boom è stato quello delle esportazioni più che triplicate.

Il comparto sconta però ancora un limite di fondo: a fronte di un numero elevato di riconoscimenti solo pochi brand sono davvero in grado di svolgere un ruolo di mercato. Basti pensare che i primi 15 marchi (dal Parmigiano reggiano al Pecorino romano, dalla Mortadella Bologna alla Mela della Val di Non) realizzano l'88% del fatturato al consumo e addirittura il 95% dell'export. Agli altri 284 insomma poco più che le briciole. Va poi rilevato che una fetta rilevante dello sviluppo degli ultimi anni è dipesa da un aspetto in particolare: Dop e Igp che agli albori erano viste come una leva a disposizione di piccoli produttori agricoli e artigianali, quasi in contrapposizione con le industrie alimentari, hanno messo davvero le ali quando sono state adottate dall'anello industriale della

filiera. «Oggi in particolare in settori come la pasta o l'aceto - spiega Mauro Rosati, direttore della Fondazione **Qualivita** (che il prossimo 12 dicembre a Roma presenterà insieme a Treccani l'Atlante 2019 dei prodotti Dop e Igp) - molte imprese che in passato andavano sul mercato solo con i brand aziendali hanno sposato la Pasta di Gagnano Igp e l'Aceto Balsamico di Modena

Igp dando un importante contributo allo sviluppo di queste denominazioni». «Ancora più eloquente - aggiunge il presidente di Origin Italia (l'associazione che riunisce 66 consorzi di tutela dei prodotti Dop e Igp), Cesare Baldrighi - è la recente decisione di una multinazionale come Coca Cola di mettere in commercio una Fanta all'Arancia rossa di Sicilia Igp. Una frontiera inimmaginabile fino a pochi anni fa».

Un percorso virtuoso che però non ha consentito di superare il difetto della forte concentrazione del valore. Le prime sei Dop (Grana Padano, Parmigiano, Prosciutto di Parma, Aceto balsamico, Mozzarella di bufala e Prosciutto di San Daniele) rappresentano quasi il 70% del fatturato al consumo. «I numeri assoluti dicono molto ma non tutto - aggiunge Rosati - certo non tutti possono ambire a diventare Parmigiano, Grana padano o Prosciutto di Parma ma il loro peso specifico va valutato anche tenendo conto dell'effetto che hanno sui loro territori. La Liquirizia di Calabria ad esempio non arriverà mai a un miliardo di euro di giro d'affari ma in quella Dop si stanno strutturando alcune aziende con progetti di crescita di grande rilievo soprattutto per un'area economicamente depressa del Mezzogiorno. E lo stesso si può dire per il Cioccolato di Modica Igp, che ha ora un fatturato potenziale di 25 milioni di euro».

«L'altro elemento significativo emerso in questi anni - aggiunge Baldrighi - è la grande curiosità che i pro-

dotti Dop e Igp sono riusciti a suscitare nei consumatori stranieri con importanti ricadute sui territori d'origine». Certo resta il nodo della tutela internazionale che al di fuori dei confini Ue vede Dop e Igp esposte a falsi e contraffazioni. «Ma va anche rilevato che con gli accordi internazionali si stanno compiendo passi in avanti - aggiunge Baldrighi -. Troppo spesso riguardo ai negoziati con i paesi esteri ci si concentra solo sulle liste più o meno ampie di prodotti tutelati dagli accordi, dal Ceta col Canada all'Epa col Giappone solo per citarne alcuni. Mentre si sottovaluta che quegli accordi da un lato contengono semplificazioni burocratiche e tagli tariffari non meno importanti della tutela dei marchi Dop mentre, dall'altro, hanno fatto nascere in paesi lontani una prima disciplina sulle denominazioni d'origine e anche questo rappresenta un enorme passo avanti rispetto anche a pochi anni fa».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**LE DEFINIZIONI**

**Dop**

Denominazione d'origine protetta. Un prodotto Dop è interamente realizzato in un territorio definito in base alle regole fissate in un disciplinare di produzione. Ad esempio il Parmigiano reggiano è prodotto da latte raccolto da vacche allevate nell'area d'origine alimentate prevalentemente con foraggi originari della stessa zona.

**Igp**

L'Indicazione geografica protetta tutela un metodo di produzione che è tipico di una specifica zona ma, spesso, le materie prime utilizzate provengono da un'area diversa. Il caso di scuola è quello della Bresaola della Valtellina che è Igp perché riguarda un prodotto realizzato con una ricetta tipica della Valtellina ma le carni utilizzate sono prevalentemente di una particolare razza bovina chiamata Zebù e allevata in Sudamerica o in Africa.

**Primi 15 Dop e Igp**

Valore al consumo in milioni

<b>Grana Padano Dop</b>	2.913
<b>Parmigiano Reggiano Dop</b>	2.338
<b>Prosciutto di Parma Dop</b>	2.227
<b>Aceto bals. di Modena Igp</b>	975
<b>Prosciutto S. Daniele Dop</b>	787
<b>Mozzarella di Bufala Campana Dop</b>	730
<b>Gorgonzola Dop</b>	568
<b>Bresaola Valtellina Igp</b>	453
<b>Mortadella Bologna Igp</b>	433
<b>Pecorino Romano Dop</b>	347
<b>Speck dell'Alto Adige Igp</b>	259
<b>Mela Val di Non Dop</b>	250
<b>Mela Alto Adige IGP</b>	238
<b>Pasta di Gragnano IGP</b>	179
<b>Asiago DOP</b>	170



**I big.** Alcuni dei prodotti Dop e Igp che trainano il mercato dei prodotti tipici tutelati. I primi sei Dop rappresentano circa il 70% del fatturato al consumo