



QUALITÀ COME PUNTO DI FORZA DEL *MADE IN ITALY*

Un patrimonio enogastronomico senza pari al mondo, uno stile alimentare che fa perno sulla dieta mediterranea, quale modello di alimentazione sana ed equilibrata. Così il comparto agroalimentare è diventato, negli ultimi anni, un vero punto di forza del *Made in Italy*, facendo leva su una qualità che non si limita solo alla bontà e alla genuinità, ma significa anche garanzie di sicurezza, salubrità e origine, diventando così un fattore centrale di competitività. Il sesto Censimento Generale dell'Agricoltura, in rampa di lancio, sarà anche l'occasione per registrare come, nell'ultimo decennio, gli imprenditori agricoli italiani hanno condiviso l'impegno per il miglioramento delle produzioni, e di misurare quale è stato l'impatto di questo impegno sull'organizzazione dei mezzi di produzione.

In questo decennio l'evoluzione degli stili alimentari ha portato ad alzare continuamente l'asticella della qualità e della sicurezza alimentare, diventata oggi un pre-requisito. Lo dimostra il fatto che sugli scaffali dei supermercati e degli altri punti vendita non esista più la "seconda scelta". Per la carne, ad esempio, è sparita la bassa macellazione: tutti i tagli sono di prima scelta. L'olio d'oliva è quasi totalmente "extravergine". Sempre maggiore anche la quota di Doc e Docg tra i vini proposti nella grande distribuzione. Anche una categoria di prodotto apparentemente immutabile come il latte è stato "segmentato" con l'introduzione dell'"alta qualità", che presuppone l'adozione lungo la filiera di tecniche di produzione in grado di aumentarne di qualche punto il tenore proteico. Solo l'ortofrutta ha dovuto sacrificare, in qualche caso, calibro e qualità organolettica sull'altare delle piattaforme a libero servizio, per le quali il mercato prediligeva caratteristiche di preservabilità e resistenza alle movimentazioni. La reazione del consumatore a questa "discriminazione" ha portato tuttavia, nel periodo più recente, al miglioramento dell'offerta anche delle referenze ortofrutticole, con la proposta di linee di prodotto al giusto grado di maturazione, come se fosse "appena colto".

Esempi, quelli appena tracciati, che testimoniano l'elevata professionalità dei produttori agricoli italiani. Un *know-how* che ha consentito di dribblare, negli ultimi 10 anni, la gran cassa talvolta eccessiva dell'allarmismo collegato a veri o presunti scandali alimentari, che hanno avuto quasi


Weber Shandwick per Istat **6° Censimento dell'Agricoltura**

Via dei Magazzini Generali, 18
00154 - Roma
Tel.: 06. 840.43.491
Fax: 06. 840.43.496
censimento@webershandwick.com

Ufficio stampa Istat

Via Cesare Balbo, 16
00184 - Roma
Tel.: 06. 4673.2243-2244
Fax: 06. 4673.2240-2945
ufficiostampa@istat.it

censimentoagricoltura.istat.it



sempre origine fuori dai nostri confini (dalla Bse, all'influenza aviaria e suina, alle contaminazioni con diossina).


Standard qualitativi e sanitari elevati, diventati ormai pre-requisito, che non hanno impedito ai produttori di sviluppare ulteriori strategie di valorizzazione, puntando sull'origine e sulla modalità di produzione. Oggi il paniere dell'alta qualità italiana è composto infatti da prodotti da agricoltura biologica, prodotti da agricoltura integrata e soprattutto da prodotti tipici, a cui sono legate le maggiori *chance* di crescita nei mercati internazionali.

L'Italia vanta infatti la maggiore estensione europea e la maggiore differenziazione produttiva nel biologico (un milione di ettari e poco meno di 50mila operatori). La maggior percentuale di adesione ai disciplinari di produzione integrata. Strumenti nati con l'obiettivo di una maggiore tutela ambientale sono così diventati efficaci strumenti di marketing, grazie anche alla certificazione obbligatoria e all'efficacia dei controlli.

La posizione del nostro Paese nell'ambito dei prodotti a marchio Dop (Denominazione di origine protetta) o Igp (Indicazione geografica protetta) è poi di assoluto predominio: 202 prodotti (130 Dop, 72 Igp), più 2 Stg (Specialità tradizionali garantite). E questo senza considerare il comparto dei vini, composto da 38 Docg, 364 Doc e 126 Igt (recentemente assimilati dalla normativa europea al sistema Dop-Igp).

Anche in questo caso, l'Italia ha dimostrato di saper percorrere con entusiasmo la strada della promozione della qualità dei prodotti alimentari, promossa dall'Unione europea con strumenti come il Reg. Ue 2081/1992 e 2082/1992 (che hanno introdotto rispettivamente il sistema delle Dop-Igp e quello delle Stg) e con il Reg. 510 /2006 (che ha riformato le filiere certificate).

Ma non mancano problematiche da superare. La protezione dell'origine esprime infatti le maggiori valenze quando il mercato si estende oltre il bacino di produzione, o addirittura oltre i confini nazionali. Sono però pochi i prodotti che vantano mercati così estesi: solo 10 referenze, sulle 203 totali, hanno un valore di mercato che supera l'85% della Plv totale dei prodotti tipici (si tratta di: Grana Padano, Prosciutto di Parma, Parmigiano-Reggiano, Prosciutto di San Daniele, Mozzarella di



Bufala Campana, Gorgonzola, Mortadella di Bologna, Bresaola della Valtellina, Mela della Val di Non, Pecorino Romano). Un elenco ristretto in cui spicca in particolare l'assenza di un olio d'oliva.

La qualità infatti ha un costo: aderire al sistema Dop/Igp implica maggiori costi di produzione per il rispetto del disciplinare, costi di certificazione costi di adesione al Consorzio di tutela ecc. Costi anche per tutelarsi dalle imitazioni, frequenti nei mercati extra-europei (basti pensare che il valore delle contraffazioni causate dal richiamo diretto o indiretto ai prodotti italiani è stimato in circa 50 miliardi di euro nel solo mercato statunitense). Costi che non sempre vengono compensati da maggiori remunerazioni sui mercati all'origine delle referenze *Made in Italy*.

In un mercato sempre più competitivo, la vera sfida per il futuro diventa così quella di far sì che i prodotti a qualità certificata possano rappresentare un vero punto di forza per lo sviluppo dei sistemi agroalimentari locali. L'Istat, con il 6° Censimento al via, può dare in questo senso un grosso aiuto: "Misurare" è il presupposto per "Valorizzare".

Lorenzo Tosi

Giornalista gruppo editoriale *Il Sole 24 Ore*