

LA VALORIZZAZIONE DELLE PRODUZIONI A D.O.P. O I.G.P. PER LA SALVAGUARDIA DELL'AGRICOLTURA ITALIANA DI QUALITÀ'.

Laura Marisa La Torre

*Dirigente Divisione QTC III Tutela e valorizzazione economica della qualità - D.G.
per la qualità dei prodotti agroalimentari e la tutela del consumatore- Ministero
delle Politiche Agricole e Forestali*

L'estensione geografica dei confini dei mercati agricoli e la crescente liberalizzazione degli scambi hanno determinato rapidi mutamenti nel quadro competitivo internazionale e, se da una parte ciò apre nuove opportunità per la filiera agro-alimentare, dall'altra determina l'affermazione di minacce rilevanti. Nel tempo della globalizzazione e del commercio elettronico studiare modalità per vincere la concorrenza e per difendere la proprietà intellettuale delle denominazioni, rappresenta un'esigenza primaria.

L'agricoltura europea non può vincere la concorrenza globale omologandosi ai modelli dell'America, dell'Oceania, e neanche a quelli dell'Asia e dell'Africa; deve avere un modello autonomo, competitivo e differenziato. In questo senso la qualità organolettica, la specificità produttiva e la tipicità d'origine delle produzioni sono tra le principali leve d'intervento ed in particolare un patrimonio fondamentale dell'agricoltura italiana.

I nuovi fattori della competizione sono: la dimensione del nuovo mercato e le sue regole; le nuove esigenze del consumatore; il ruolo dell'industria alimentare nel settore distributivo e dell'esportazione; la necessità di una generale elevazione del livello qualitativo dei prodotti agro-alimentari.

Il contesto in cui si giocherà la sfida per la valorizzazione dei prodotti tipici è dunque questo.

La valorizzazione non potrà risolvere tutti i problemi della nostra agricoltura, ma può rappresentare una chiave per fornire una migliore prospettiva a una rilevante parte di essa, sia direttamente sia indirettamente, attraverso l'immagine positiva e di alta qualità che l'intera produzione agricola ne ricaverebbe. Lo sviluppo di una politica per la valorizzazione dell'agroalimentare italiano, ed in particolare del prodotto tipico di qualità, ha come presupposto essenziale un'adeguata conoscenza del sistema di preferenze del consumatore e delle sue abitudini d'acquisto.

Il percorso da seguire per valorizzare le produzioni agro-alimentari tipiche dovrebbe dunque essere quello di diffusione e consolidamento di una conoscenza del consumatore sulla costanza della qualità e della garanzia di sicurezza che questi prodotti sono in grado di offrire.

Il prodotto tipico, se sostenuto in maniera adeguata, può esprimere la massima efficienza in termini di attivazione dell'economia locale, coagulando sinergie con altre componenti dell'economia e del territorio.

Il riconoscimento comunitario dei marchi DOP, IGP, STG è una condizione necessaria, ma non sufficiente a garantire l'affermazione dei prodotti tipici delle imprese agricole collegate.

E' necessario, quindi innalzare il livello di conoscenza ed informazione sul significato del riconoscimento e sugli elementi caratterizzanti dei singoli prodotti. E' molto importante creare un ottimo sistema esterno alle imprese, il sistema delle istituzioni e dei servizi, che possano svolgere un'adeguata attività di tutela e valorizzazione del nostro agroalimentare tipico di qualità

THE VALORIZATION OF PDO AND PGI TO SAFEGUARD HIGH-QUALITY ITALIAN AGRICULTURE

Laura Marisa La Torre

The geographical extension of the boundaries of agricultural markets and the growing deregulation of trade have triggered rapid changes in the international competitive picture. While this has opened new opportunities for the agribusiness production chain, it has also led to the rise of significant threats. In an era of globalization and e-business, studying how to beat the competition and defend the intellectual property of specific denominations is a priority need.

European agriculture cannot win against global competition by adapting to the models of America, Oceania, Asia or Africa: it must have its own autonomous, competitive and differentiated model. Thus, the sensory quality, production specificity and typicality of origin of these productions represent the main lines of intervention. Most importantly, they are fundamental assets of Italian agriculture.

The new competition factors are: the size of the new market and its rules; new consumer requirements; the role of the food industry in the distribution and export sector; the need for a generally higher level of quality of agribusiness products.

Consequently, this is the context in which the challenge of valorizing typical products will be played out.

Valorization cannot solve all the problems faced by Italian agriculture. Nevertheless, it can represent a means for providing better prospects to a significant part of this sector, both directly and indirectly, through the positive and high-quality image that the entire agricultural production sector would gain. One of the key requirements for developing policies to valorize Italian agribusiness – and typical quality products in particular – is adequate knowledge of the consumers' system of preferences as well as their buying habits.

The path to follow to valorize typical agribusiness productions should thus entail spreading and consolidating knowledge among consumers about the constant quality and safety guarantees that these products can offer.

If backed appropriately, the typical product can express maximum efficiency in terms of activating the local economy, creating synergies with other elements of the economy and territory.

EU recognition of the PDO [Protected Designation of Origin], PGI [Protected Geographical Indication] and TSG [Traditional Speciality Guaranteed] denominations is a necessary condition, yet it is not enough to guarantee the success of the typical products of connected agricultural undertakings.

Therefore, it is necessary to raise the level of awareness and information regarding the meaning of this recognition and the distinctive elements of the individual products. It is extremely important to create an excellent system outside these businesses – a system of institutions and services – that can carry out the appropriate activities to safeguard and valorize our typical high-quality agribusiness.