Inchiesta

LO STATO DI SALUTE DELLE FILIERE DOP E IGP

Olio e ortofrutta, la dop non basta

DENIS PANTINI

Vantano numerose origini certificate, il prodotto però manca. È l'effetto di carenze nella programmazione commerciale?

Con l'iscrizione della Mela dell'Alto Adige igp e dell'Oliva ascolana del Piceno dop nell'Albo comunitario dei prodotti a denominazione tutelata, l'Italia aggiunge altri due prodotti al suo lungo elenco, arrivando così alla bellezza di 153 riconoscimenti.
A quanto pare, il richiamo del logo comunitario continua ad essere molto forte, forse più di quanto lo sia la programmazione strategica per la vendita e la commercializzazione del prodotto per il quale viene richiesta la tutela della denominazione.

LE DEROGHE SULLE QUANTITÀ

È chiaro che parlare di programmazione nel caso di prodotti ottenuti da piccole aziende a conduzione familiare può sembrare eccessivo, così come per gli stessi Consorzi di tutela che, salvo il caso delle deroghe «straordinarie» consentite recentemente dall'Antitrust sui volumi produttivi di alcuni formaggi, sono tenuti per legge solamente a promuovere e tutelare il marchio collettivo dop o igp. Ma è altrettanto evidente il fatto che tra l'entusiasmo e l'attivismo, che si manifesta nel percorso iniziale di richiesta del riconoscimento comunitario da parte delle associazioni di produttori e degli enti locali, e la successiva fase di «messa a regime» delle attività necessarie alla valorizzazione del prodotto esiste un abisso. E non ci si riferisce solamente alle difficoltà che possono sorgere – e che puntualmente si verificano – per gli adempimenti normativi legati alla costituzione dei Consorzi di tutela o alla certificazione dei quantitativi, ma soprattutto alla mancanza di una visione condivisa con tutti gli attori – pubblici e privati – della filiera sulle attività promozionali e la relativa organizzazione commerciale da attuare per lo sviluppo del prodotto. Una lacuna che negli anni ha portato molte denominazioni di origine a non disporre di volumi certificati – se non per quantità irrisorie – oltre che a non invogliare i produttori agricoli della zona interessata dalla dop o dall'igp ad aderire ai relativi disciplinari di produzione. D'altro canto, come si fa a chiedere a un produttore di olio extravergine di oliva di farsi certificare se il prezzo di vendita del suo olio dop non riesce a coprire i costi aggiuntivi legati al rispetto del disciplinare e alla certificazione medesima?

Molti ortofrutticoli non riescono a mettere in moto le attività necessarie alla valorizzazione

Sono 37 le dop e igp dell'extravergine italiano, ma le quantità certificate sono meno di 7.000 tonnellate

CARNE E FORMAGGI

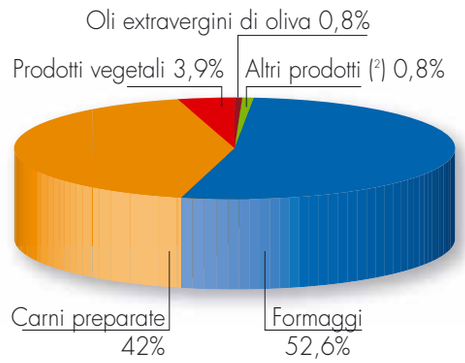
Riguardo alla certificazione di origine, la situazione delle singole filiere vede i formaggi dop primeggiare con un valore al consumo di poco superiore ai 4,8 miliardi di euro, a fronte di 440.000 tonnellate certificate. Seguono le carni preparate, con 3,9 miliardi di euro e 191.000 tonnellate, mentre appaiono distanziati i prodotti vegetali e gli oli extravergini di oliva, rispettivamente con 356 e 78 milioni di euro. Completano il quadro le rimanenti denominazioni – dove un ruolo preponderante è detenuto dalle carni fresche e dai condimenti – con un valore al consumo stimabile attorno ai 70 milioni di euro.

LE QUANTITÀ CERTIFICATE DOP E IGP IN ITALIA (2004)

COMPARTO	QUANTITÀ CERTIFICATE (T)
Formaggi	**439.599,59**
Carni preparate	**191.016,40**
Prodotti vegetali	**238.541,72**
Oli extravergini di oliva	**6.360,42**
Altri prodotti	**4.048,50**
Totale	**879.566,63**

Fonte: Nomisma.

• IL CONTRIBUTO DELLE FILIERE (1) •



(1) Valore al consumo su quantità certificate dop e igp. (2) Condimenti e carni fresche. Fonte: Nomisma.

CONTRIBUTI PER LA CERTIFICAZIONE

Per ovviare a tali problematiche, la Commissione europea ha introdotto nel nuovo regolamento sullo sviluppo rurale – e quindi a valere dal 2007 – la possibilità di erogare aiuti alle aziende agricole che intendono aderire alle filiere dop e igp, ma intanto, dopo diversi anni dall'iscrizione nell'Albo comunitario, esistono ancora prodotti che vanno sul mercato senza usufruire della denominazione tutelata.

LE POTENZIALITÀ SONO ALTE

Ciò lo si evince chiaramente dal contributo che i diversi settori a marchio comunitario offrono alla formazione del valore complessivo relativo al paniere italiano dop e igp. Su un totale di circa 9,2 miliardi di euro ricollegabile alle produzioni certificate del 2004, quasi il 97% di tale valore al consumo è attribuibile ai soli comparti dei formaggi e dei salumi. È risaputo che in tali categorie rientrano le principali denominazioni tutelate italiane, sia per volume che per valore di mercato (si pensi ai vari prosciutti o formaggi grana), ma è anche vero che tra le altre tipologie merceologiche esistono prodotti a elevata potenzialità produttiva che tuttavia non imboccano la strada della certificazione: basti pensare, per citare qualche esempio, all'Arancia Rossa di Sicilia, a quasi tutti gli oli extravergini di oliva del Meridione o a molte altre produzioni vegetali. Esistono addirittura casi di prodotti che non sono mai stati certificati – o lo sono stati in minima parte – a causa di disposizioni non attuabili da disciplinare: per la Pera Mantovana si è proceduto frettolosamente a realizzare e depositare il disciplinare senza verificare con i produttori il raggiungimento di determinati requisiti dimensionali del prodotto, oppure nel caso del Cappero di Pantelleria si è voluto aggiungere vincoli e laccioli burocratici per i quali i produttori hanno preferito rinunciare alla denominazione, dopo aver certificato il prodotto per anni.

VOLUMI DA AUMENTARE

Dai pochi dati presentati si rileva chiaramente come resti ancora molto da fare per lo sviluppo di questi prodotti. Non esiste una ricetta che possa andare bene in maniera indistinta e occorre quindi agire in modo differenziato: oggi i formaggi grana dop stanno cercando di combattere la crisi che si è manifestata sul mercato interno con il contenimento della produzione, mentre per molti altri prodotti dop o igp si tratta di incentivare le aziende a fare il contrario. Per tutti però sembra valere la regola che il mercato non pare disposto – nei fatti, dato che a parole le indagini sul consumatore hanno sempre evidenziato il contrario – a pagare di più un prodotto solamente perché insignito di un logo comunitario. La denominazione tutelata può rappresentare «un» e non «il» vantaggio comparato nel confronto con i prodotti concorrenti, a condizione però che gli altri fattori di competizione – quali l'organizzazione produttiva, la capacità di penetrazione commerciale, la promozione – non vengano trascurati. Il rischio di trovarsi di fronte a semplici, per quanto lunghi, elenchi di prodotti che si possono fregiare «sulla carta» di un riconoscimento comunitario potrebbe quindi essere sempre più concreto.

Denis Pantini
Osservatorio prodotti tipici di Nomisma

IL SUCCESSO DELLA MELA

Oggi si certificano in Italia circa 250.000 tonnellate di prodotti ortofrutticoli, dei quali 217.000 riconducibili solamente alla Mela della Val di Non, che se non altro ha avuto il merito, con il suo ingresso, di rinvigorire il ruolo di tale comparto nella formazione del valore attribuibile al paniere italiano tutelato.

La Mela della Val di Non vale più dell'85% dell'ortofrutta igp