Inchiesta

SINERGIE PER CRESCERE INSIEME

Agriturismo e prodotti tipici, matrimonio ideale

GIORGIO LO SURDO

A metà dicembre scadrà il termine di sei mesi, a partire dalla pubblicazione sulla *Gazzetta Ufficiale* dell'Unione Europea (n. 139 del 14 giugno 2006), per opporsi alla registrazione di 26 prodotti per i quali è stata presentata domanda di attribuzione dei riconoscimenti dop (denominazione d'origine protetta) e igp (indicazione geografica protetta). Di questi, cinque sono italiani: il Salame Cremona (igp), l'Olio extravergine di oliva Sardegna (dop), la Carota dell'altopiano del Fucino (igp), il Formaggio Stelvio, o Stilfser (dop), il Limone Femminello del Gargano (igp). Se non ci saranno obiezioni da parte degli altri Stati membri dell'Unione, i prodotti nazionali che si fregiano dei due marchi passeranno, entro fine anno, dagli attuali 155 a 160. Le distanze dalla Francia, che di prodotti in attesa di approvazione ne ha tre, potrebbero così ulteriormente allungarsi: oggi i transalpini sono a quota 148 e potrebbero arrivare soltanto a 151. Intanto, il 25 ottobre scorso è stata pubblicata sulla *Gazzetta Ufficiale* dell'Ue anche la richiesta di iscrizione per l'Arancia del Gargano igp e, a breve, sarà pubblicata anche quella del Riso di Baraggia Biellese e Vercellese dop.

Il successo sempre maggiore dell'agriturismo nel nostro Paese può essere uno dei motori per accrescere la conoscenza dei prodotti agroalimentari tipici, a cominciare da dop e igp, che del legame con il territorio di provenienza fanno uno dei loro punti di forza

La regione italiana fin qui più attiva nel certificare e tutelare la denominazione d'origine e l'indicazione geografica dei propri prodotti è l'Emilia-Romagna con 25 specialità registrate, di cui 14 dop e 11 igp; seguono il Veneto e la Toscana con 19, la Lombardia con 18, la Sicilia con 15. Fanalini di coda sono la Liguria, con 2 dop, e la Basilicata con 1 dop e 2 igp. L'attività delle Regioni per registrare nuovi prodotti, comunque, ferve: in tutto, le istruttorie in corso sono 69, con il Piemonte in evidenza (9 specialità), seguito da Toscana e Lazio con 5. E dovrebbero arrivare anche, finalmente, due prodotti ittici: le Acciughe del Mar Ligure e la Tinca Gobba del Pianello di Poirino (Piemonte).

PRODOTTI TIPICI BANDIERA DEL TERRITORIO

Il mercato dei prodotti dop e igp in Italia è in costante crescita, sia perché le specialità protette

sono sempre più numerose, sia perché il consumatore comincia a conoscere meglio il significato di questi riconoscimenti comunitari. Un recente sondaggio condotto da Agriturist, l'associazione che si occupa di agriturismo di Confagricoltura, nel quadro della campagna di informazione «Dop, igp... Agriturismo... diffidate delle imitazioni», realizzata con il contributo del Ministero delle politiche agricole, alimentari e forestali, segnala, rispetto ad analoga indagine condotta due anni fa, che sono aumentati del 5% i consumatori che hanno acquisito un'idea sufficientemente chiara del significato di queste due sigle, pur con una netta differenza fra la comprensione di dop (52%) e di igp (12%).

Diversi studi hanno stimato che il valore al consumo dei prodotti tutelati dal marchio europeo attualmente commercializzati si aggiri sui 9,2 miliardi di euro, il 10,5% dei quali provenienti dall'esportazione. Si va inoltre chiaramente delineando la differenza fra i prodotti dop e igp destinati, per le elevate quantità di produzione, alla grande distribuzione, e quelli a produzione limitata destinati al consumo locale (soprattutto turistico e agrituristico) e alla ristorazione di eccellenza. Questi ultimi

rappresentano non solo una risorsa economica per i produttori, ma anche una vera propria «bandiera» del territorio capace di attrarre visitatori in zone rurali precedentemente poco interessate dai flussi turistici. Trae particolare vantaggio da questo effetto bandiera l'agriturismo, svolgendo al contempo la funzione di promotore della tutela di nuove denominazioni d'origine (grazie al ruolo attivo svolto dagli imprenditori agricoli che organizzano anche l'ospitalità e la ristorazione agrituristica) e di venditore del prodotto e della tradizione che lo accompagna. Proprio per sfruttare, e anzi potenziare, questa sinergia, Agriturist organizza le Giornate nazionali delle dop e igp (l'ultima edizione si è svolta tra ottobre e novembre), durante le quali le aziende agrituristiche propongono, nei rispettivi menu di fine settimana, carrelli di formaggi e salumi e piatti della cucina contadina, in cui i prodotti a denominazione d'origine e a indicazione geografica sono protagonisti. Con questa iniziativa si vuole sottolineare il ruolo dell'agriturismo come vetrina delle produzioni territoriali di qualità e occasione per spiegare la differenza fra un prodotto certificato per la sua tradizione e la sua genuinità, e un prodotto similare, certo affidabile dal punto di vista igienico ma privo di storia e quindi di interpretazione del gusto secondo principi destinati a restare nel tempo. Nei ristoranti dell'agriturismo la cucina è seguita direttamente dalla famiglia dell'agricoltore, anzi, spesso cucina direttamente il padrone di casa, offrendo agli ospiti l'opportunità di assaggiare non solo le ricette della cucina tradizionale della zona, ma addirittura le varianti «famigliari» che ciascuno apporta alle ricette tradizionali.

MARCHI DA SFRUTTARE MEGLIO

Tornando alla campagna informativa condotta da Agriturist, essa ha tuttavia messo in evidenza alcune diffidenze dei produttori a intraprendere la strada della certificazione d'origine. Le motivazioni sono diverse: taluni ritengono che il prodotto di territorio, se «buono», si venda da sé senza bisogno di regole e controlli vincolanti e onerosi; altri lamentano l'insufficienza dei controlli e la presenza sul mercato di rilevanti quantità di prodotti «imitazione», che hanno il marchio ma non sono realmente ottenuti secondo le regole.

A questo proposito è opportuno ricordare che recentemente è entrato in vigore un nuovo regolamento dell'Unione Europea in materia di protezione delle indicazioni geografiche e delle denominazioni d'origine dei prodotti agricoli e alimentari (regolamento Ce n. 510/2006 del 20 marzo 2006 pubblicato sulla *Gazzetta Ufficiale* dell'Unione Europea n. 92/12 del 31 marzo 2006) che, oltre a semplificare alcune procedure, prevede anche l'obbligo di riportare sulle confezioni i marchi dop e igp, ove rilasciati.

Potrà apparire una norma di poca importanza, sembrando scontato che chi ha ottenuto un marchio di qualità abbia tutto l'interesse a comunicarlo al mercato, e invece fino ad oggi spesso non è stato così. Non è perciò infrequente che nei menu dei ristoranti, anche agrituristici (che dovrebbero essere i primi a cogliere questa opportunità), siano proposti prodotti ad indicazione geografica e denominazione d'origine senza che ne sia evidenziato il marchio di garanzia. È dunque opportuna anche la norma, contenuta nella nuova legge quadro per l'agriturismo (legge 20 febbraio 2006, n. 96 pubblicata sulla *Gazzetta Ufficiale* n. 63 del 16 marzo 2006), che richiama l'attenzione delle Regioni sulla necessità di indirizzare l'offerta ristorativa agrituristica verso i prodotti tipici del territorio e in particolare verso quelli caratterizzati dai marchi dop e igp, oltre che per i vini igt, doc e docg.

Giorgio Lo Surdo

AGRITURISMO E PRODOTTI TIPICI

14.700	gli agriturismi in Italia nel 2005
8.900	gli agriturismi con ristorazione
2,4	milioni di arrivi nel 2005
155	i prodotti italiani a marchio dop e igp
4.000	i prodotti agroalimentari censiti come tradizionali dalle Regioni