



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI TORINO

DM DIPARTIMENTO
DI MANAGEMENT

Modelli pubblici di informazione e promozione ed Economia del Gusto del settore agroalimentare e viticinico nelle Regioni italiane

**Giovanni Peira
Moreno Soster
Carlotta Merlo
Alessandro Bonadonna**

“Modelli pubblici di informazione e promozione ed economia del gusto del settore agroalimentare e vitivinicolo nelle regioni italiane”

Gruppo di lavoro:

Moreno Soster (*Regione Piemonte, Direzione Agricoltura*)

Giovanni Peira, Alessandro Bonadonna, Carlotta Merlo (*Università degli Studi di Torino, Dipartimento di Management*)

Coordinamento editoriale:

Andrea Marelli (*Regione Piemonte, Direzione Agricoltura*)

Si ringrazia per la preziosa collaborazione Francesco Cappella e Ambra Palazzo

È vietata la riproduzione dei testi e dei materiali iconografici senza autorizzazione e citazione della fonte.

Pubblicazione in distribuzione gratuita

Prima edizione (formato digitale): dicembre 2014

ISBN: 9788890980411

INDICE

Capitolo 1

Gli strumenti pubblici di informazione e promozione dei prodotti agroalimentari e vitivinicoli

- 1.1. La policy europea sulla promozione delle produzioni agroalimentari e vitivinicole
- 1.2. L'evoluzione della politica di informazione e di promozione sui prodotti agroalimentari dell'UE (Regolamento (CE) n. 3/2008)
 - 1.2.1. Analisi economica delle azioni di informazione e promozione dei prodotti agroalimentari
- 1.3. Sistemi di qualità alimentare
 - 1.3.1. Sistemi di Qualità Nazionale
 - 1.3.1.1. Sistema di Qualità Nazionale di Produzione integrata
 - 1.3.1.2. Sistema di Qualità Nazionale Zootecnia
 - 1.3.1.3. Sistema di Qualità Nazionale Oli extravergini di oliva
- 1.4. OCM vino e prodotti ortofrutticoli
 - 1.4.1. OCM vino
 - 1.4.2. OCM prodotti ortofrutticoli

Capitolo 2

Le strategie di informazione e promozione realizzate nelle regioni italiane: esperienze a confronto

- 1. Aspetti metodologici della ricerca
 - 1.1. Struttura dell'elaborato
- 2. Abruzzo**
 - 2.1. Le politiche regionali di tutela e di valorizzazione
 - 2.2. L'Economia del Gusto dell'Abruzzo
 - 2.3. I marchi collettivi
- 3. Basilicata**
 - 3.1. Le politiche regionali di tutela e di valorizzazione
 - 3.2. L'Economia del Gusto della Basilicata
 - 3.3. I marchi collettivi
- 4. Calabria**
 - 4.1. Le politiche regionali di tutela e di valorizzazione
 - 4.2. L'Economia del Gusto della Calabria
 - 4.3. I marchi collettivi
- 5. Campania**
 - 5.1. Le politiche regionali di tutela e di valorizzazione
 - 5.2. L'Economia del Gusto della Campania
 - 5.3. I marchi collettivi
- 6. Emilia Romagna**
 - 6.1. Le politiche regionali di tutela e di valorizzazione
 - 6.2. L'Economia del Gusto dell'Emilia Romagna
 - 6.3. I marchi collettivi
- 7. Friuli Venezia Giulia**
 - 7.1. Le politiche regionali di tutela e di valorizzazione
 - 7.2. L'Economia del Gusto del Friuli Venezia Giulia
 - 7.3. I marchi collettivi
- 8. Lazio**
 - 8.1. Le politiche regionali di tutela e di valorizzazione
 - 8.2. L'Economia del Gusto del Lazio
 - 8.3. I marchi collettivi
- 9. Liguria**
 - 9.1. Le politiche regionali di tutela e di valorizzazione
 - 9.2. L'Economia del Gusto della Liguria

- 9.3. I marchi collettivi
- 10. Lombardia**
- 10.1. Le politiche regionali di tutela e di valorizzazione
- 10.2. L'Economia del Gusto della Lombardia
- 10.3. I marchi collettivi
- 11. Marche**
- 11.1. Le politiche regionali di tutela e di valorizzazione
- 11.2. L'Economia del Gusto delle Marche
- 11.3. I marchi collettivi
- 12. Molise**
- 12.1. Le politiche regionali di tutela e di valorizzazione
- 12.2. L'Economia del Gusto del Molise
- 12.3. I marchi collettivi
- 13. Piemonte**
- 13.1. Le politiche regionali di tutela e di valorizzazione
- 13.2. L'Economia del Gusto del Piemonte
- 13.3. I marchi collettivi
- 14. Puglia**
- 14.1. Le politiche regionali di tutela e di valorizzazione
- 14.2. L'Economia del Gusto della Puglia
- 14.3. I marchi collettivi
- 15. Sardegna**
- 15.1. Le politiche regionali di tutela e di valorizzazione
- 15.2. L'Economia del Gusto della Sardegna
- 15.3. I marchi collettivi
- 16. Sicilia**
- 16.1. Le politiche regionali di tutela e di valorizzazione
- 16.2. L'Economia del Gusto della Sicilia
- 16.3. I marchi collettivi
- 17. Toscana**
- 17.1. Le politiche regionali di tutela e di valorizzazione
- 17.2. L'Economia del Gusto della Toscana
- 17.3. I marchi collettivi
- 18. Trentino Alto Adige**
- 18.1. Le politiche regionali di tutela e di valorizzazione
- 18.1.1. La Provincia Autonoma di Bolzano
- 18.1.2. La Provincia Autonoma di Trento
- 18.2. L'Economia del Gusto del Trentino Alto Adige
- 18.3. I marchi collettivi
- 19. Umbria**
- 19.1. Le politiche regionali di tutela e di valorizzazione
- 19.2. L'Economia del Gusto dell'Umbria
- 19.3. I marchi collettivi
- 20. Valle d'Aosta**
- 20.1. Le politiche regionali di tutela e di valorizzazione
- 20.2. L'Economia del Gusto della Valle d'Aosta
- 20.3. I marchi collettivi
- 21. Veneto**
- 21.1. Le politiche regionali di tutela e di valorizzazione
- 21.2. L'Economia del Gusto del Veneto
- 21.3. I marchi collettivi

Conclusioni

INDICE FIGURE E TABELLE

Capitolo 1

Gli strumenti pubblici di informazione e promozione dei prodotti agroalimentari e vitivinicoli

Figura 1.1.	Le linee di intervento dell'Unione europea nell'ambito della promozione
Figura 1.2.	Logo Sistema di Qualità Nazionale Produzione Integrata
Tabella 1.1.	Risorse finanziarie 2014-2020
Tabella 1.2.	Distribuzione finanziamenti per azioni di informazione e promozione
Tabella 1.3.	Risorse finanziarie impiegate in programmi di informazione e promozione
Tabella 1.4.	Risorse finanziarie investite dai Paesi Ue27 nei programmi di informazione e promozione dei prodotti agricoli (Mio€)
Tabella 1.5.	Fondi a sostegno della promozione extra UE attivati dalla misura OCM vino - Italia e Regione Piemonte (in euro)
Tabella 1.6.	Consistenza delle organizzazioni di produttori riconosciuti in Italia
Tabella 1.7.	Consistenza delle OP, dei produttori aderenti e del fondo di esercizio

Capitolo 2

Le strategie di informazione e promozione realizzate nelle regioni italiane: esperienze a confronto

Tabella 2.1.	Le produzioni agroalimentari ad IG dell'Abruzzo
Tabella 2.2.	Produzione olivicola Regione Abruzzo
Tabella 2.3.	I vini IG dell'Abruzzo
Tabella 2.4.	Produzione dei principali vini a Denominazione d'Origine Protetta
Tabella 2.5.	I marchi collettivi registrati con riferimento all'"Abruzzo"
Tabella 3.1.	Investimenti in promozione della Regione Basilicata
Tabella 3.2.	Investimenti nei sistemi di qualità
Tabella 3.3.	Le produzioni agroalimentari ad IG della Basilicata
Tabella 3.4.	I vini IG della Basilicata
Tabella 3.5.	Produzione dei principali vini a Denominazione d'Origine Protetta
Tabella 3.6.	I marchi collettivi registrati con riferimento alla "Basilicata" o "Lucano"
Tabella 4.1.	Le produzioni agroalimentari ad IG della Calabria
Tabella 3.4.	I vini IG della Calabria
Tabella 3.5.	Produzione dei principali vini a Denominazione d'Origine Protetta
Tabella 3.6.	I marchi collettivi registrati con riferimento alla "Calabria".
Tabella 5.1.	Aziende aderenti al marchio per tipologia produttiva e per provincia
Tabella 5.2.	Le produzioni agroalimentari ad IG della Campania
Tabella 5.3.	I vini IG della Campania
Tabella 5.4.	Produzione dei principali vini a Denominazione d'Origine Protetta
Tabella 5.5.	I marchi collettivi comunitari e nazionali registrati con il termine "Campania"
Tabella 6.1.	Suddivisione delle risorse finanziarie
Tabella 6.2.	Finanziamenti della promozione alimentare
Tabella 6.3.	I concessionari del marchio QC per categorie di Disciplinari di Produzione 2013
Tabella 6.4.	Le produzioni agroalimentari ad IG dell'Emilia-Romagna
Tabella 6.5.	I vini IG dell'Emilia-Romagna
Tabella 6.6.	Produzione dei principali vini a Denominazione d'Origine Protetta
Tabella 6.7.	I marchi collettivi registrati con riferimento all'"Emilia-Romagna"
Tabella 7.1.	Le produzioni agroalimentari ad IG del Friuli Venezia Giulia
Tabella 7.2.	I vini IG del Friuli Venezia Giulia
Tabella 7.3.	Produzione dei principali vini a Denominazione d'Origine Protetta
Tabella 7.4.	I marchi collettivi registrati con riferimento al "Friuli Venezia Giulia"
Tabella 8.1.	Finanziamenti per informazione e promozione
Tabella 8.2.	Disciplinare d'uso del marchio
Tabella 8.3.	Le produzioni agroalimentari ad IG del Lazio
Tabella 8.4.	I vini IG del Lazio
Tabella 8.5.	Produzione dei principali vini a Denominazione d'Origine Protetta
Tabella 8.6.	I marchi collettivi registrati con riferimento al "Lazio"
Tabella 9.1.	Ripartizione risorse finanziarie

Tabella 9.2.	Ammontare risorse destinate a promozione ed informazione
Tabella 9.3.	Le produzioni agroalimentari ad IG del Liguria
Tabella 9.5.	Produzione dei principali vini a Denominazione d'Origine Protetta
Tabella 9.6.	I marchi collettivi registrati con riferimento alla "Liguria"
Tabella 10.1.	Ripartizione risorse finanziarie
Tabella 10.2.	Ammontare risorse destinate a promozione ed informazione
Tabella 10.3.	Ripartizione risorse finanziarie
Tabella 10.4.	Ammontare risorse destinate a sistemi di qualità
Tabella 10.5.	Finanziamenti piani operativi Regione Lombardia
Tabella 10.6.	Le produzioni agroalimentari ad IG del Lombardia
Tabella 10.7.	I vini IG della Lombardia
Tabella 10.8.	Produzione dei principali vini a Denominazione d'Origine Protetta
Tabella 10.9.	I marchi collettivi registrati con riferimento alla "Lombardia"
Tabella 11.1.	Le produzioni agroalimentari ad IG delle Marche
Tabella 11.2.	I vini IG delle Marche
Tabella 11.3.	Produzione dei principali vini a Denominazione d'Origine Protetta
Tabella 11.4.	I marchi collettivi registrati con riferimento alle "Marche"
Tabella 12.1.	Le produzioni agroalimentari ad IG del Molise
Tabella 12.2.	I vini IG del Molise
Tabella 12.3.	Produzione dei principali vini a Denominazione d'Origine Protetta
Tabella 12.4.	I marchi collettivi registrati con riferimento al "Molise"
Tabella 13.1.	Aziende con l'attestazione "Eccellenza Artigiana"
Tabella 13.2.	Finanziamenti per attività di valorizzazione agroalimentare
Tabella 13.3.	Risorse finanziarie destinate annualmente per promozione alimentare
Tabella 13.4.	Le produzioni agroalimentari ad IG del Piemonte
Tabella 13.5.	Formaggi DOP realizzati interamente nel territorio della regione
Tabella 13.6.	I vini IG del Piemonte
Tabella 13.7.	Produzione dei principali vini a Denominazione d'Origine Protetta
Tabella 13.8.	I marchi collettivi registrati con riferimento al "Piemonte"
Tabella 14.1.	Disciplinari approvati dalla Regione Puglia
Tabella 14.2.	Le produzioni agroalimentari ad IG del Puglia
Tabella 14.3.	I vini IG del Puglia
Tabella 14.4.	Produzione dei principali vini a Denominazione d'Origine Protetta
Tabella 14.5.	I marchi collettivi registrati con riferimento alla "Puglia"
Tabella 15.1.	Le produzioni agroalimentari ad IG della Sardegna
Tabella 15.2.	I vini IG della Sardegna
Tabella 15.3.	Produzione dei principali vini a Denominazione d'Origine Protetta
Tabella 15.4.	I marchi collettivi registrati con riferimento alla "Sardegna"
Tabella 16.1.	I prodotti registrati nel Registro del marchio "Qualità Sicura Sicilia"
Tabella 16.2.	Le produzioni agroalimentari ad IG della Sicilia
Tabella 16.3.	I vini IG della Sicilia
Tabella 16.4.	Produzione dei principali vini a Denominazione d'Origine Protetta
Tabella 16.5.	I marchi collettivi registrati con riferimento alla "Sicilia"
Tabella 17.1.	Suddivisione risorse finanziarie
Tabella 17.2.	Finanziamenti promozione alimentare
Tabella 17.3.	Ripartizione risorse finanziarie
Tabella 17.4.	Ammontare risorse destinate a sistemi di qualità
Tabella 17.5.	Le produzioni agroalimentari ad IG della Toscana
Tabella 17.6.	I vini IG della Toscana
Tabella 17.7.	Produzione dei principali vini a Denominazione d'Origine Protetta
Tabella 17.8.	I marchi collettivi registrati con riferimento alla "Toscana"
Tabella 18.1.	Categorie di prodotto e azienda licenziatricie del marchio "Qualità Alto Adige"
Tabella 18.2.	Soggetti licenziatari del Marchio
Tabella 18.3.	Le produzioni agroalimentari ad IG del Trentino Alto Adige
Tabella 18.4.	I vini IG del Trentino Alto Adige
Tabella 18.5.	Produzione dei principali vini a Denominazione d'Origine Protetta
Tabella 18.6.	I marchi collettivi registrati con riferimento al Trentino Alto Adige
Tabella 19.1.	Le produzioni agroalimentari ad IG dell'Umbria
Tabella 19.2.	I vini IG dell'Umbria
Tabella 19.3.	Produzione dei principali vini a Denominazione d'Origine Protetta
Tabella 19.4.	I marchi collettivi registrati con riferimento all'Umbria
Tabella 20.1.	Le produzioni agroalimentari ad IG della Valle d'Aosta

Tabella 20.2.	I vini IG della Valle d'Aosta
Tabella 20.3.	Produzione dei principali vini a Denominazione d'Origine Protetta
Tabella 20.4.	I marchi collettivi registrati con riferimento alle Valle d'Aosta
Tabella 21.1.	I disciplinari di produzione del sistema di qualità alimentare "Qualità Verificata"
Tabella 21.2.	Le produzioni agroalimentari ad IG del Veneto
Tabella 21.3.	I vini IG del Veneto
Tabella 21.4.	Produzione dei principali vini a Denominazione d'Origine Protetta
Tabella 21.5.	I marchi collettivi registrati con riferimento al Veneto

Conclusioni

Tabella C.1.	Il patrimonio enogastronomico di qualità delle Regioni italiane
Tabella C.2.	Strumenti pubblici di informazione e promozione delle Regioni italiane
Tabella C.3.	Elenco degli strumenti pubblici di informazione e promozione delle Regioni italiane
Tabella C.4.	Ambiti dei Sistemi di Qualità Alimentare
Tabella C.5.	Grado diffusione Sistema di Qualità Alimentare
Tabella C.6.	Matrice SWOT degli strumenti pubblici di informazione e promozione delle Regioni italiane

Prefazione

Il progetto di ricerca “Modelli pubblici di informazione e promozione ed Economia del Gusto del settore agroalimentare e vitivinicolo nelle regioni italiane” è frutto della partnership tra il Dipartimento di Management dell’Università di Torino e il Settore Programmazione e Valorizzazione del Sistema Agroalimentare dell’Assessorato all’Agricoltura della Regione Piemonte.

Il presente elaborato è stato suddiviso in due parti. La prima fornisce indicazioni sulle diverse linee di intervento dell’Unione Europea nell’ambito della promozione e la loro evoluzione, evidenziando il sostegno dell’Unione Europea ai Sistemi di Qualità Alimentare anche attraverso gli incentivi ai Sistemi di Qualità Nazionale.

La seconda riporta i risultati ottenuti da un’indagine effettuata con il coinvolgimento delle 20 Regioni italiane in relazione alla loro politiche di promozione dei prodotti alimentari. In particolare, sono state individuate le normative e le politiche regionali di tutela e valorizzazione dei prodotti agroalimentari, le azioni sviluppate nell’ambito della promozione agroalimentare e la provenienza delle risorse finanziarie utilizzate ai fini della promozione territoriale. Sono stati evidenziati inoltre i Sistemi di Qualità Alimentare (SQA), implementati e previsti dall’ordinamento europeo (DOP, IGP, biologico) o di altra origine, finalizzati alla tutela e alla valorizzazione delle produzioni agroalimentari di qualità.

L’intento di questo lavoro è quindi quello di fornire un quadro d’insieme sui modelli di promozione e informazione implementati dalle Regioni italiane e sui sistemi di qualità che costituiscono l’Economia del Gusto nazionale.

CAPITOLO 1

Gli strumenti pubblici di informazione e promozione dei prodotti agroalimentari e vitivinicoli

1.1. La *policy* europea sulla promozione delle produzioni agroalimentari e vitivinicole

Tra i comparti manifatturieri europei, l'agroalimentare ha un ruolo di primo piano, occupando il primo posto a livello europeo. Esso assorbe il 13,5% dell'occupazione e contribuisce per il 12,9% al fatturato, con 310.000 aziende, di cui in gran parte piccole e medie aziende. L'Unione europea può rivendicare, fianco a fianco con gli Stati Uniti, il posto di primo importatore e di primo esportatore mondiale di prodotti agricoli. Infatti la produzione e il commercio di prodotti agroalimentari rappresentano il 18% delle esportazioni e il 20% delle importazioni mondiali (*Commissione Europea, 2014a*).

Anche a causa della globalizzazione dei mercati, l'Unione europea ha implementato e rafforzato le politiche agroalimentari orientate verso la qualità, le quali hanno permesso di accrescere la competitività delle produzioni agroalimentari non solo nel mercato unionale, ma anche nei paesi terzi, con elevate potenzialità di sviluppo. Questa tendenza dovrebbe continuare nei prossimi anni, con l'eventuale conclusione del ciclo di negoziati di Doha e di accordi bilaterali e regionali¹.

Nel mercato comunitario, tuttavia, solo un numero molto ristretto di consumatori europei (14%) riconosce i loghi dei prodotti che beneficiano di una Denominazione di Origine Protetta (DOP) o di un'Indicazione Geografica Protetta (IGP), che sono i principali sistemi di qualità alimentare (SQA) disciplinati dall'Unione.

Tale situazione costituisce una sfida per il comparto agroalimentare europeo apre delle prospettive che è opportuno accompagnare con gli strumenti della Politica Agricola Comune, cercando di aumentare le quote di mercato non solo in quello comunitario, ma anche in quello dei paesi terzi.

A supporto di tali obiettivi sarebbe auspicabile una politica pubblica di promozione moderna ed ambiziosa, che metta a frutto le strategie promozionali attuate finora e sviluppi un'azione di modernizzazione della Politica Agricola Comune, sostenendo in particolare le piccole e medie aziende e le organizzazioni di produttori del primario. Esse infatti costituiscono le colonne portanti del settore, e possono dare un contributo forte e dinamico alla crescita economica nell'insieme dell'Unione europea, in particolare nelle zone rurali.

Attualmente è in corso l'avvio della nuova PAC che potrà contribuire alla strategia Europa 2020 per una crescita intelligente, sostenibile e inclusiva, sostenendo un'agricoltura che sia fonte di sicurezza alimentare, di utilizzo adeguato delle risorse naturali e di crescita per le zone rurali. Parallelamente sarebbe opportuno riformare la politica di informazione e di promozione sui prodotti agricoli che costituisce uno degli strumenti della PAC².

¹ L'Unione Europea e gli Stati Uniti stanno lavorando ad un accordo commerciale sul partenariato trans-atlantico per il commercio e gli investimenti (TTIP). Esso ha l'obiettivo di rimuovere le barriere commerciali in una vasta gamma di settori economici, fra cui l'agroalimentare per facilitare l'acquisto e la vendita di beni e servizi tra Europa e Stati Uniti. Oltre a ridurre le tariffe in tutti i settori, l'Unione Europea e gli Stati Uniti vogliono affrontare il problema delle barriere doganali, come le differenze nei regolamenti tecnici, le norme e le procedure di omologazione. Spesso questi rappresentano un aggravio inutile in termini di tempo e denaro per le imprese che vogliono commercializzare i loro prodotti su entrambi i mercati. Ulteriori approfondimenti sono consultabili al seguente indirizzo: http://ec.europa.eu/trade/policy/in-focus/ttip/about-ttip/index_it.htm.

² Ulteriori approfondimenti sono consultabili al seguente indirizzo: http://ec.europa.eu/europe2020/index_it.htm

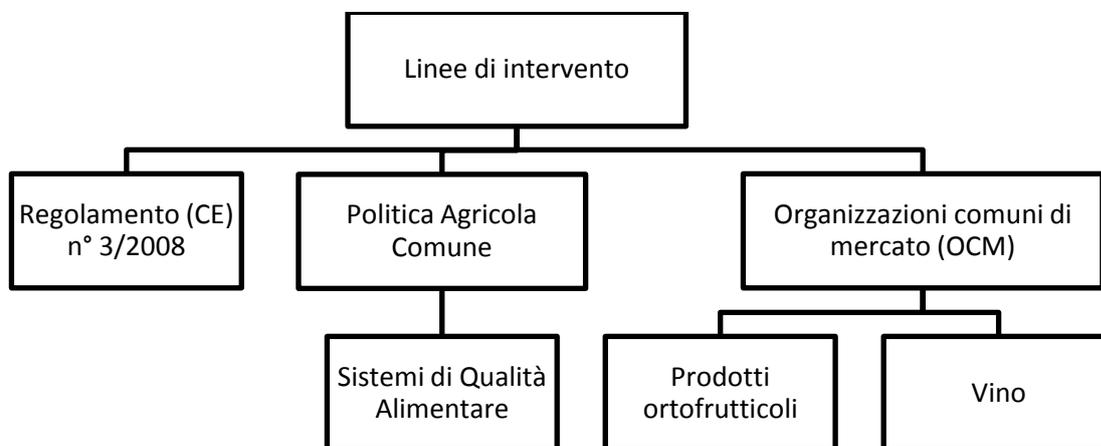
La politica europea di promozione dei prodotti agricoli deve perseguire le finalità della riforma della PAC all'orizzonte 2020 e, più in particolare, a rafforzare la competitività dell'agricoltura europea, sia sul mercato interno sia sui mercati dei paesi terzi per raggiungere i seguenti obiettivi specifici:

- aumentare il grado di conoscenza delle qualità dei prodotti agricoli europei da parte dei consumatori;
- sviluppare e aprire nuovi sbocchi commerciali per i prodotti agricoli europei sul mercato interno e sui mercati dei paesi terzi;
- migliorare l'efficacia e l'efficienza della politica.

Nell'ambito delle azioni di informazione e di promozione dei prodotti agroalimentari, l'Unione europea ha previsto tre linee di intervento (Figura 1.1.):

- 1) Regolamento (CE) n.3/2008 sull'informazione e promozione dei prodotti agricoli;
- 2) Politica Agricola Comune che sostiene i sistemi di qualità alimentare;
- 3) OCM vitivinicola ed ortofrutticola.

Figura 1.1. Le linee di intervento dell'Unione europea nell'ambito della promozione



1.2. L'evoluzione della politica di informazione e di promozione sui prodotti agroalimentari dell'UE (Regolamento (CE) n. 3/2008)

L'Unione europea, dall'inizio degli Anni Ottanta, ha attuato e cofinanziato azioni di promozione dei prodotti agricoli, attraverso le organizzazioni comuni di mercato (OCM) settoriali. A partire dal 1999, le istituzioni dell'Unione europea, hanno manifestato l'esigenza di introdurre un sostanziale processo di semplificazione normativa che ha consentito di emanare il Regolamento (CE) n. 2702/1999 relativo alle azioni di informazione e promozione delle produzioni agricole nei paesi terzi e (CE) n. 2826/2000 riguardante le azioni di informazione e promozione delle produzioni agricole sul mercato interno.

Un'ulteriore revisione è avvenuta con la pubblicazione del Regolamento (CE) n. 3/2008 che disciplina le azioni di informazione e promozione delle produzioni agricole nel mercato interno e nei paesi terzi³ e del Regolamento (CE) n. 501/2008 recante le modalità di applicazione del Regolamento n. 3/2008.

Il principale obiettivo di tale regime è migliorare l'immagine e la conoscenza dei prodotti agricoli di provenienza dell'Unione europea e dei loro metodi di produzione per sviluppare nuovi sbocchi commerciali. Le azioni che possono essere messe in campo con questa normativa si integrano con le azioni nazionali e private con l'intento di creare un effetto moltiplicatore. Sotto il profilo

³ Arfini F e Mancini M.C (2011), Le azioni dell'Unione europea di informazione e promozione dei prodotti agricoli, Agrireregioneeuropa, anno 7, n. 25, Giugno 2011.

finanziario, le azioni sono cofinanziate fino al 50% da contributi dell'Unione, almeno il 20% da fondi privati e la parte rimanente dagli Stati membri. Il contributo comunitario può essere aumentato dal 50 al 60% per le azioni di promozione del consumo di prodotti ortofrutticoli destinati ai bambini negli istituti scolastici e d'informazione in materia di abitudini di consumo responsabile e sui danni provocati dal consumo pericoloso di bevande alcoliche.

Le iniziative di promozione devono essere generiche e mettere in rilievo la qualità intrinseca dei prodotti. Esse possono comprendere attività di relazioni pubbliche, promozione e pubblicità e campagne d'informazione. Tali attività vengono presentate nell'ambito di un programma trasmesso alle organizzazioni di categoria professionali in risposta ai bandi nazionali. La preselezione dei programmi è eseguita dagli Stati membri, mentre la selezione finale avviene a cura dell'UE.

L'ultima evoluzione legislativa è avvenuta lo scorso 13 ottobre 2014, con l'approvazione, da parte del Consiglio europeo dei Ministri dell'Agricoltura, del nuovo Regolamento che disciplinerà le strategie comunitarie in materia di informazione e di promozione dei prodotti agricoli realizzate nel mercato interno e nei paesi terzi⁴. Nei prossimi mesi si concluderà l'iter e la nuova disciplina dovrebbe entrare in vigore all'inizio del 2016.

L'obiettivo generale della nuova norma è il rafforzamento della competitività del settore agricolo dell'Unione europea, mediante gli obiettivi specifici:

- a) migliorare il grado di conoscenza dei prodotti agricoli e degli elevati standard applicabili ai metodi di produzione, nell'Unione europea;
- b) aumentare la competitività ed il consumo dei prodotti agricoli e di determinati prodotti alimentari, cercando di migliorare la reputazione, non solo nel mercato interno ma anche in quello dei paesi terzi;
- c) rafforzare la consapevolezza e il riconoscimento dei regimi di qualità comunitari;
- d) aumentare la quota di mercato dei prodotti agricoli e di determinati prodotti alimentari dell'Unione, prestando particolare attenzione ai mercati di paesi terzi che presentano il maggior potenziale di crescita;
- e) ripristinare condizioni normali di mercato in caso di turbative gravi del mercato, perdita di fiducia dei consumatori o altri problemi specifici.

Uno dei punti di forza del patrimonio enogastronomico di qualità dell'Unione Europea risiede nella diversità dei suoi prodotti e nelle loro caratteristiche specifiche, che sono legate alle diverse zone geografiche e che forniscono una lettura multidimensionale basata anche sulle specificità dei metodi di produzione agricola comunitari in particolare nell'ambito della sicurezza degli alimenti, della tracciabilità, dell'etichettatura, degli aspetti nutrizionali, degli aspetti organolettico sensoriale, del benessere degli animali, della sostenibilità ambientale, della cultura, della tradizione e dell'autenticità⁵.

Uno dei fattori che possono sempre più influenzare il processo di acquisto di un prodotto agroalimentare e vitivinicolo di qualità, da parte degli operatori B2B (Business to Business) e B2C (Business to Consumer), è l'autenticità, attraverso un processo di miglioramento delle conoscenze degli attori in merito alla qualità dei prodotti originali rispetto ai prodotti di imitazione e contraffatti. Questo contribuirà notevolmente alla conoscenza, sia all'interno dell'Unione Europea che nei paesi terzi, simboli, diciture e abbreviazioni che attestano la partecipazione ai regimi europei di qualità stabiliti dal Regolamento (UE) n. 1151/2012.

Gli *stakeholder* dovranno estrapolare dalla lettura multidimensionale del prodotto, i fattori su cui implementare le azioni di informazione e di promozione. Esse consistono in attività di pubbliche relazioni e in campagne di informazione, come ad esempio la partecipazione a manifestazioni, fiere ed esposizioni di importanza nazionale, europea o internazionale. Tali azioni di informazione e di promozione, come è stato nuovamente esplicitato nella nuova normativa, *“non dovrebbero essere orientate in funzione dei marchi commerciali o dell'origine del prodotto. Tuttavia, al fine di migliorare la qualità e l'efficacia delle dimostrazioni e degustazioni e del materiale informativo e promozionale, è opportuno prevedere la possibilità di indicare i marchi commerciali e l'origine di un prodotto, purché sia rispettato il principio di non discriminazione e le azioni non siano intese a incoraggiare il consumo di un qualunque prodotto soltanto in base alla sua origine. Inoltre, tali*

⁴ UE (2014), 3337th Council meeting Agriculture and Fisheries, PRESS RELEASE (Provisional Version) http://www.consilium.europa.eu/uedocs/cms_data/docs/pressdata/en/agricult/145101.pdf

⁵ Bonadonna A. (2014), I diversi significati del termine qualità nel settore agroalimentare, di Peira G., Bonadonna A. e Arnoldi S. La qualità nel settore agroalimentare. Sistemi di qualità e strumenti innovativi, Torino: Celid.

azioni dovrebbero rispettare i principi generali del diritto dell'Unione e non dovrebbero equivalere a una restrizione della libera circolazione dei prodotti agricoli e alimentari in violazione dell'articolo 34 del trattato sul funzionamento dell'Unione europea (TFUE). È opportuno stabilire norme specifiche sulla visibilità dei marchi e dell'origine in rapporto al principale messaggio dell'Unione di una campagna”.

Inoltre come riportato nell'articolo 4 del nuovo Regolamento, *“le azioni di informazione e di promozione non sono orientate in funzione dell'origine. Tali azioni non sono destinate a incentivare il consumo di un determinato prodotto soltanto in base alla sua origine specifica. Tuttavia è possibile che l'origine dei prodotti figurino sul materiale informativo e promozionale nel rispetto delle seguenti norme:*

a) nel mercato interno, l'indicazione dell'origine deve sempre essere secondaria rispetto al principale messaggio dell'Unione della campagna;

b) nei paesi terzi, l'indicazione dell'origine può figurare su un piano di parità rispetto al principale messaggio dell'Unione della campagna;

c) per i prodotti riconosciuti ai sensi dei regimi di qualità comunitari, l'origine registrata nella denominazione può essere indicata senza restrizioni”.

La Commissione emanerà dei Regolamenti attuativi riguardanti la visibilità dei marchi commerciali durante dimostrazioni o degustazioni e sul materiale informativo e promozionale e le condizioni uniformi alle quali può essere esposto un unico marchio e la visibilità dell'origine dei prodotti sul materiale informativo e promozionale.

Le azioni di informazione e di promozione possono riguardare i prodotti seguenti (articolo 5 paragrafo 1):

a) i prodotti figuranti nell'elenco di cui all'allegato I al TFUE, escluso il tabacco;

b) i prodotti figuranti nell'elenco di cui all'allegato I del presente regolamento: birra; cioccolato e prodotti derivati; prodotti di panetteria, pasticceria, confetteria o biscotteria; bevande a base di estratti di piante; pasta alimentare; sale; gomme e resine naturali; pasta di mostarda; mais dolce; cotone.

c) le bevande spiritose a indicazione geografica protetta in virtù del Regolamento (CE) n. 110/2008.

Il Regolamento prevede le seguenti deroghe alle categorie dei prodotti sopra elencati (articolo 5 paragrafo 3):

a) le azioni di informazione e di promozione possono riguardare solo il vino recante Denominazione di Origine Protetta o Indicazione Geografica Protetta nonché il vino con indicazione della varietà di uva da vino. Nel caso dei “programmi semplici”, nel programma considerato devono rientrare anche altri prodotti contemplati dal paragrafo 1, lettera a) o b);

b) per le bevande spiritose di cui al paragrafo 1, lettera c), per il vino alle condizioni di cui alla lettera a) del presente paragrafo e per la birra, le azioni destinate al mercato interno si limitano a informare i consumatori sui regimi di cui al paragrafo 4 e sul consumo responsabile di tali bevande;

c) i prodotti della pesca e dell'acquacoltura figuranti nell'elenco di cui all'allegato I del regolamento (UE) n. 1379/2013 possono essere oggetto delle azioni di informazione e di promozione a soltanto se nel programma considerato rientrano anche altri prodotti di cui al paragrafo 1.

Le azioni di informazione e di promozione possono riguardare i regimi seguenti (articolo 5 paragrafo 4):

a) i regimi di qualità stabiliti dal Regolamento (UE) n. 1151/2012, dal Regolamento (CE) n. 110/2008 e dall'articolo 93 del Regolamento (UE) n. 1308/2013;

b) il metodo di produzione biologica, quale definito dal Regolamento (CE) n. 834/2007;

c) il simbolo grafico dei prodotti agricoli di qualità tipici delle regioni ultraperiferiche, di cui all'articolo 21 del Regolamento (UE) n. 228/2013;

d) i regimi di qualità di cui all'articolo 16, paragrafo 1, lettere b) e c), del Regolamento (UE) n. 1305/2013.

Gli strumenti operativi previsti dalla normativa sono i “Programmi di informazione e di promozione” e le “Azioni” su iniziativa della Commissione.

I programmi sono costituiti da un insieme coerente di operazioni e sono attuati per un periodo minimo di un anno e massimo di tre anni. I Programmi possono essere semplici o multipli e proposti da:

- organizzazioni professionali o interprofessionali, stabilite in uno Stato membro e rappresentative del settore o dei settori interessati in tale Stato membro, e in particolare le organizzazioni interprofessionali di cui all'articolo 157 del Regolamento (UE) n. 1308/2013 e i gruppi di cui all'articolo 3, punto 2, del Regolamento (UE) n. 1151/2012, purché siano rappresentative di un nome protetto ai sensi di quest'ultimo regolamento che è oggetto di tale programma;
- organizzazioni professionali o interprofessionali dell'Unione rappresentative del settore interessato o dei settori interessati a livello di Unione; organizzazioni di produttori o associazioni di organizzazioni di produttori di cui agli articoli 152 e 156 del Regolamento (UE) n. 1308/2013 e che sono state riconosciute da uno Stato membro;
- organismi del settore agroalimentare il cui obiettivo e la cui attività consistano nel promuovere i prodotti agricoli e nel fornire informazioni sugli stessi, e che siano stati investiti dallo Stato membro interessato di attribuzioni di servizio pubblico chiaramente definite in questo ambito. Tali organismi devono essere legalmente stabiliti nello Stato membro in questione almeno due anni prima della data dell'invito a presentare proposte.

La Commissione può realizzare le azioni di informazione e di promozione, tra cui campagne, in caso di gravi turbative del mercato, perdita di fiducia dei consumatori o altri problemi specifici. Tali azioni possono assumere in particolare la forma di missioni di alto livello, partecipazione a fiere commerciali ed esposizioni di livello internazionale, con padiglioni o iniziative destinati a valorizzare l'immagine dei prodotti dell'Unione. Inoltre la Commissione sviluppa servizi di sostegno tecnico in particolare allo scopo di:

- favorire la conoscenza dei diversi mercati, tra l'altro attraverso visite commerciali esplorative;
- mantenere una rete professionale dinamica nell'ambito della politica di informazione e di promozione, anche fornendo consulenza al settore riguardo alla minaccia rappresentata dai prodotti di imitazione e contraffatti nei paesi terzi;
- migliorare la conoscenza delle norme dell'Unione relative all'elaborazione e all'attuazione dei programmi.

La Commissione adotta, mediante atti di esecuzione, per ogni anno un programma di lavoro annuale che enuncia gli obiettivi operativi perseguiti, le priorità operative, i risultati attesi, il metodo di attuazione e l'importo totale del piano di finanziamento. Tale programma di lavoro annuale e in particolare le sue priorità operative sono conformi agli obiettivi generali e specifici del Regolamento. Esso contiene anche i criteri principali di valutazione, una descrizione delle azioni da finanziare, un'indicazione degli importi assegnati a ogni tipo di azione, un calendario indicativo di attuazione e, per le sovvenzioni, i tassi massimi della partecipazione finanziaria dell'Unione.

Negli ultimi anni sono stati respinti molti dei programmi presentati (fino al 57%) da parte della Commissione Europea (DG AGRI), prevalentemente per motivi di ammissibilità e qualità progettuale. Nel periodo 2002-2010 sono stati finanziati 458 programmi, proposti da un unico soggetto e rivolti al mercato interno del paese di riferimento. I programmi multinazionali, a cui viene attribuita priorità nell'ambito del processo di selezione, rappresentano meno del 10% del numero complessivo di programmi presentati.

La nuova politica di informazione promozione beneficerà per i prossimi sette anni di risorse finanziarie complessive pari a 883 milioni di euro (Tabella 1.1.)⁶.

⁶ UE (2014), Promotion measures for agricultural products adopted by the Council, http://www.consilium.europa.eu/uedocs/cms_Data/docs/pressdata/en/agricult/145073.pdf (consultato in ottobre 2014)

Tabella 1.1. Risorse finanziarie 2014-2020

ANNI	Risorse disponibili (Mio euro)
2014	61,5
2015	61,5
2016	80
2017	120
2018	160
2019	200
2020	200

Fonte: Commissione Europea

Il nuovo Regolamento, ridefinisce le priorità strategiche dell'informazione e promozione dei prodotti agricoli e alimentari, fra cui l'implementazione di programmi verso i paesi terzi.

Tra le altre novità introdotte dalla normativa è stata estesa la platea dei beneficiari, come le organizzazioni di produttori che potranno presentare dei programmi e in essi, in base a determinate condizioni, potranno essere menzionate l'origine dei prodotti e i marchi commerciali.

Inoltre, per limitare le conseguenze dell'embargo russo sui prodotti agricoli, la Commissione Europea, a partire dal 2015, dovrebbe investire risorse finanziarie aggiuntive rispetto ai fondi Ue già stanziati, per un importo pari a 30 milioni di euro di fondi Ue (che diventerebbero 60 con il cofinanziamento nazionale) per programmi di promozione.

Sotto il profilo finanziario, la nuova normativa prevede che i programmi selezionati verranno finanziati con un cofinanziamento europeo pari al 70% per un unico Stato membro, all'80% nel caso di programmi multipli, sia per il mercato interno che per il mercato mondiale e all'85% in caso di crisi senza distinzione tra programmi.

1.2.1. Analisi economica delle azioni di informazione e promozione dei prodotti agroalimentari

I finanziamenti stanziati dalla Commissione Europea per le politiche inerenti Agricoltura e Sviluppo Rurale ammontano a circa 626,7 Mio€, sostenuti dal 1999 al 2013. Nel periodo considerato è emersa una netta discrepanza (-227,1 Mio€) tra quanto inizialmente iscritto in bilancio (853,8 Mio€) e quanto realmente stanziato. I dati raccolti mostrano un trend altalenante: prima dell'entrata in vigore della moneta unica si è assistito ad una diminuzione dei finanziamenti da parte dell'Unione Europea al comparto agroalimentare, in linea con la riforma McSharry per la PAC del 1992 e il progetto "Agenda 2000". Ma con la nuova riforma del 2003, che ha introdotto nuovi meccanismi di gestione, sviluppo e finanziamento, la spesa complessiva è aumentata e la voce per l'informazione e la promozione ha visto un costante aumento: dai 31,3 Mio€ del 2003 sino a giungere a 61 Mio€ del 2013. In dieci anni la quota rivolta alla promozione è pressoché raddoppiata, avendo un peso sulla spesa totale che si è aggirata intorno allo 0,10%, attestandosi nell'ultimo triennio ad uno 0,08% (Tabella 1.2.).

Tabella 1.2. Distribuzione finanziamenti per azioni di informazione e promozione^{7,8}

Anno	Stanziamenti iscritti in bilancio		Stanziamenti preliminari di bilancio previsti per l'anno successivo		Finanziato registrato a bilancio dal Parlamento Europeo	
	Mio EUR	%	Mio EUR	%	Mio EUR	%
1999	-	-	-	-	68,5	0,17%
2000	71,5	0,17%	64,5	0,15%	58,7	0,10%
2001	66,5	0,15%	76,8	0,17%	48,7	0,12%
2002	78,8	0,18%	66,5	0,15%	20,3	0,05%
2003	66,5	0,15%	66,5	0,15%	31,3	0,07%
2004	66,0	0,14%	66,0	0,13%	32,9	0,07%
2005	66,0	0,13%	58,5	0,11%	32,6	0,06%
2006	52,0	0,09%	45,8	0,08%	38,9	0,07%
2007	45,3	0,09%	50,4	0,09%	50,6	0,10%
2008	50,4	0,09%	50,1	0,09%	53,2	0,09%
2009	58,1	0,10%	57,2	0,10%	47,4	0,08%
2010	57,2	0,10%	59,1	0,10%	47,6	0,08%
2011	59,1	0,10%	52,4	0,09%	47,3	0,08%
2012	55,4	0,09%	59,0	0,10%	48,7	0,08%
2013	61,0	0,10%	61,5	0,11%	-	-
Totali	853,8		834,4		626,7	

Fonte: Elaborazione propria su base dati Commissione Europea⁹

La Direzione Agricoltura (DG AGRI) della Commissione Europea ha commissionato ad un organismo indipendente (ADE), la valutazione delle azioni d'informazione e di promozione dei prodotti agricoli condotte sul mercato interno e nei paesi terzi, nel periodo dal 2002 al 2010, in base al Regolamento (CE) n. 3/2008¹⁰.

La ricerca riguarda le valutazioni delle azioni di informazione e promozione, degli Stati membri dell'UE-27, nel periodo compreso fra il 2002 e il 2010. Essa analizza la pertinenza e l'efficacia delle misure relativamente al conseguimento dei loro obiettivi, la gestione dei programmi, nonché la coerenza e la complementarità delle misure stesse rispetto ad altri provvedimenti di promozione applicati nell'ambito della PAC o da parte di soggetti privati e Stati membri.

La spesa complessiva sostenuta dall'Unione Europea nel periodo preso in esame è stato di 298,2 milioni di euro, con risorse estremamente limitate nel 2002 (1,2 milioni di euro) e investimenti promozionali relativamente stabili a partire dal 2007, compresi fra 45 e 50 Mio€ l'anno, tre quarti dei quali destinati al mercato interno e il resto a paesi terzi.

⁷ European Commission, Agriculture and Rural Development, Annual Statistical and Economical Report: UE, http://ec.europa.eu/agriculture/statistics/agricultural/index_en.htm

⁸ L'approvazione dei finanziamenti da parte dell'Unione Europea prevede un iter che si articola in diverse fasi. Sulla base del progetto iniziale di bilancio (Draft Budget), predisposto dalla Commissione Europea, i due "rami" dell'Autorità di Bilancio, Consiglio e Parlamento Europeo, devono approvare quanto proposto. Talvolta Consiglio e Parlamento possono essere in disaccordo su di una specifica posizione. In questi particolari casi è la Commissione europea che presenta un nuovo progetto iniziale di bilancio cercando di conciliare entrambe le parti. Una volta raggiunto l'accordo, il bilancio viene approvato e questi viene finanziato. Possono verificarsi situazioni nelle quali i bilanci non vengano finanziati per l'ammontare approvato, in virtù del fatto che determinate risorse sono direttamente implementate dalla Commissione Europea e ne sceglie la destinazione più appropriata. Queste misure riguardano principalmente la promozione dei prodotti agricoli, la strategia politica e le misure di coordinamento per l'agricoltura e per la pesca e per le misure veterinarie e fitosanitarie.

⁹ Commissione Europea, Agriculture and Rural development DG - Annual Financial Report & accounting (sector Administrative expenditure: EC, Budget DG)

¹⁰ UE (2011), Evaluation of Promotion and Information Actions for Agriculture Products, Final Report, November 2011, ADE

I programmi approvati dalla Commissione Europea, nell'arco di tempo considerato sono stati 458. Nel periodo considerato, gli organi deputati all'analisi delle domande hanno respinto fino al 57% delle domande presentate principalmente per motivi di ammissibilità e di qualità progettuale. Per quanto riguarda le categorie di prodotto e i sistemi di qualità alimentare, il 78% delle risorse finanziarie dei programmi di informazione e promozione, nel periodo dal 2002 al 2010 ha interessato i prodotti ortofrutticoli (26%), i prodotti lattiero-caseari (15%), la carne (11%), i sistemi di qualità alimentare (DOP, IGP e STG) (9%), i vini (8%) e i prodotti biologici (8%) (Tabella 1.3.).

Tabella 1.3. Risorse finanziarie impiegate nel periodo 2002-2010 in programmi di informazione e promozione
Spese per Prodotto/SQA in Mio€

Prodotti	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	Totale
Caseario	0,2	2,3	3,6	2,5	5,8	5,8	7,3	6,2	10,4	44,0
Frutta e verdura	0,2	8,3	11,5	8,8	8,2	9,4	11,4	11,5	10,8	80,0
Orticoltura	0,0	0,6	1,4	1,8	2,6	3,7	3,2	2,2	0,9	16,2
Carne	0,1	2,0	3,2	2,8	2,1	6,6	7,5	5,5	3,6	33,3
Olive	0,0	0,0	0,2	0,8	1,2	3,0	1,4	2,1	3,1	11,8
Prodotti biologici	0,0	0,7	1,9	3,5	3,8	4,7	4,5	3,3	3,5	25,7
DOP/IGP/STG	0,2	0,4	1,5	2,7	2,8	5,3	5,2	5,8	4,2	28,2
Vino	0,1	0,9	2,1	2,4	3,0	3,5	4,0	3,6	4,0	23,6
Altri	0,1	0,3	0,4	1,2	2,1	3,0	2,2	3,4	3,2	15,8
Multi	0,3	1,4	1,3	3,0	2,4	3,0	2,8	2,8	2,6	19,5
Totale	1,2	16,8	27,1	29,5	33,9	47,9	49,4	46,2	46,4	298,2

Fonte: DG Agri Expendure Data

In merito alla suddivisione per paese, il 56% della spesa sostenuta dalla Commissione ha riguardato programmi proposti da Italia (19%), Francia (14%), Spagna (8%), Germania (8%) e Grecia (7%) (Tabella 1.4.).

Tabella 1.4. Risorse finanziarie investite nel periodo 2002-2010 dai Paesi Ue27 nei programmi di informazione e promozione dei prodotti agricoli (Mio€)

Paese	Caseario	Fru&Ver	Carne	Olive	Prodotti biologici	DOP IGP STG	Vino	Altri	Multi	Totale
Austria	1,5	2,5	1,3	0,0	3,4	0,0	0,2	2,1	0,0	10,9
Belgio	4,0	2,1	0,3	0,0	0,9	0,1	0,0	1,6	0,0	8,9
Germania	9,1	2,2	6,1	0,0	1,3	0,6	1,4	4,4	1,2	26,2
Spagna	0,7	11,5	2,4	1,1	1,0	1,5	1,8	1,7	1,4	23,1
Francia	2,3	16,6	2,8	0,3	5,5	7,9	0,6	6,7	0,0	42,7
Grecia	2,0	4,5	1,3	5,5	0,3	4,4	1,4	1,2	0,0	20,5
Italia	2,8	9,1	1,9	4,9	8,0	10,3	6,6	4,4	6,6	54,7
Paesi Bassi	0,3	4,1	4,9	0,0	0,5	0,0	0,0	5,5	1,4	16,6
Polonia	4,2	1,7	1,7	0,0	1,5	0,7	0,0	0,3	0,0	10,2
Portogallo	2,6	0,3	0,0	0,0	0,0	0,0	4,6	0,1	2,0	9,7
Regno Unito	5,1	0,0	2,7	0,0	0,0	0,0	0,0	1,2	0,0	9,0
Altri	6,2	2,4	2,3	0,0	2,1	0,0	2,9	2,1	1,0	19,1
Multi	3,3	23,1	5,6	0,0	1,3	2,6	4,1	0,6	6,0	46,6
Totale	44,0	80,0	33,3	11,8	25,7	28,2	23,6	32,1	19,5	298,2

Fonte: DG Agri expenditure data

Nel periodo preso in esame, le risorse complessive investite in Italia sono state pari a 54,7 Mio euro. A livello di cluster, i "sistemi di qualità alimentare" (DOP/IGP/STG) hanno beneficiato di 10,3 Mio€, seguiti da "frutta e verdura" (9,1 Mio€) e "prodotti biologici" (8,8 Mio€).

Oltre allo studio indipendente dell'ADE, la Corte dei conti Europea, ha realizzato un *audit*, nel 2008, sull'efficacia delle azioni di informazione e di promozione, nonché la regolarità delle spese effettuate dei tre principali Stati membri beneficiari delle misure in causa¹¹.

Le conclusioni elaborate dai due organismi convergono su alcuni elementi comuni:

- il regime di informazione e promozione dei prodotti agricoli non consente di misurare l'efficacia di tale politica. Il suo impatto probabilmente è positivo ma ad oggi è difficilmente quantificabile. È necessario definire gli obiettivi e adottare indicatori di performance appropriati, garantendo al tempo stesso la coerenza tra gli obiettivi formulati e le risorse di bilancio stanziato;
- gli *stakeholder* interessati dovrebbero sviluppare una procedura di consultazione in modo da contribuire alla definizione di una strategia globale e migliorare la complementarità con le diverse azioni di promozione esistenti;
- molti programmi presentano delle debolezze, quali la mancanza di chiarezza o coerenza delle attività contemplate, l'assenza di dettaglio relativamente alle azioni proposte e una strategia insufficiente, in particolare, per i programmi relativi ai paesi terzi. I proponenti devono migliorare l'attività progettuale, con una più accurata selezione dei beneficiari, con una migliore efficacia sia sotto il profilo dei costi che degli impatti potenziali;
- rafforzamento degli audit di controllo riguardanti l'attuazione dei programmi e la regolarità delle spese, che al momento sono ancora troppo limitati.

1.3. Sistemi di Qualità Alimentare

Il finanziamento delle attività di informazione e promozione dei prodotti agricoli dell'Unione Europea può avvenire oltretutto con il Regolamento (CE) n. 3/2008, in misura ridotta, anche con la Politica Agricola Comune con i Programmi di Sviluppo Rurale (PSR) relativi ai sistemi di qualità dell'UE o nazionali.

L'ultima normativa europea che definisce e disciplina i Sistemi di Qualità Alimentare (SQA)¹² è l'articolo 16 del Regolamento (UE) n. 1305/2013 relativo al sostegno allo sviluppo rurale da parte del Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale (FEASR) e che abroga il Regolamento (CE) n. 1698/2005.

L'Unione Europea riconosce un sostegno finanziario ai Sistemi di Qualità Alimentare dei prodotti agricoli e alimentari che partecipano per la prima volta a:

a) Sistemi di Qualità Alimentare istituiti a norma dei seguenti regolamenti e disposizioni:

1. Regolamento (UE) n. 1151/2012 sui regimi di qualità (DOP, IGP e STG)
2. Regolamento (CE) n. 834/2007 relativo alla produzione biologica e all'etichettatura dei prodotti biologici;
3. Regolamento (CE) n. 110/2008 relativo alla definizione, alla designazione, alla presentazione, all'etichettatura e alla protezione delle indicazioni geografiche delle bevande spiritose;
4. Regolamento (CEE) n. 160/91 che stabilisce le regole generali relative alla definizione, alla designazione, alla presentazione dei vini aromatizzati, delle bevande aromatizzate a base di vino e dei cocktail aromatizzati di prodotti vitivinicoli;
5. Regolamento (UE) n. 1308/2013 (parte II, titolo II, capo I, sezione 2) per quanto riguarda il settore vitivinicolo.

b) Sistemi di Qualità Alimentare, compresi i sistemi di certificazione delle aziende agricole, dei prodotti agricoli, del cotone e dei prodotti alimentari, riconosciuti dagli Stati membri in quanto conformi ai seguenti criteri:

1. la specificità del prodotto finale tutelato da tali regimi deriva da obblighi tassativi che garantiscono
 - caratteristiche specifiche del prodotto,
 - particolari metodi di produzione oppure

¹¹ Commissione Europea, Details Communiqué de presse, http://europa.eu/rapid/press-release_ECA-09-40_it.htm?locale=FR

¹² Nelle normative dell'Unione europea vengono denominati "regimi di qualità alimentare".

- una qualità del prodotto finale significativamente superiore alle norme commerciali correnti in termini di sanità pubblica, salute delle piante e degli animali, benessere degli animali o tutela ambientale.
2. il regime è aperto a tutti i produttori;
 3. il regime prevede disciplinari di produzione vincolanti, il cui rispetto è verificato dalle autorità pubbliche o da un organismo di controllo indipendente;
 4. i regimi sono trasparenti e assicurano una tracciabilità completa dei prodotti.

c) Sistemi di Qualità Alimentare facoltativi di certificazione dei prodotti agricoli riconosciuti dagli Stati membri in quanto conformi agli orientamenti dell'Unione sulle migliori pratiche riguardo ai regimi facoltativi di certificazione per i prodotti agricoli e alimentari.

Il sostegno finanziario può inoltre coprire i costi derivanti dalle attività di informazione e promozione, svolte da associazioni di produttori nel mercato interno, relative ai prodotti sovvenzionati rientranti nei Sistemi di Qualità Alimentare sopra elencati nei punti a), b) e c).

Il sostegno è concesso a titolo di incentivo, sotto forma di pagamento annuale il cui importo è determinato in funzione dell'ammontare dei costi fissi¹³ derivanti dalla partecipazione ai Sistemi di Qualità Alimentare sovvenzionati, per un periodo massimo di cinque anni. Il sostegno finanziario è destinato a investimenti materiali e/o immateriali che:

- a) migliorino le prestazioni e la sostenibilità globali dell'azienda agricola;
- b) riguardino la trasformazione, la commercializzazione e/o lo sviluppo dei prodotti agricoli.

1.3.1. Sistemi di Qualità Nazionale

L'Unione Europea, al fine di introdurre una serie di misure volte ad incentivare le aziende agricole alla partecipazione ai sistemi di qualità comunitari o nazionali, ha emanato il Regolamento (CE) n. 1698/2005 relativo al sostegno allo sviluppo rurale da parte del Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale.

I sistemi di qualità comunitari o nazionali del prodotto o del metodo di produzione impiegato dei prodotti agroalimentari, rappresentano uno strumento con una duplice finalità riguardante la tutela e la valorizzazione delle produzioni agroalimentari.

L'adesione dei produttori agricoli a questi Sistemi di Qualità Alimentare, tuttavia comporta costi aggiuntivi, derivanti dall'applicazione delle norme in materia di tutela dell'ambiente, sanità pubblica, salute delle piante e degli animali, benessere degli animali e sicurezza sul lavoro e vincoli che possono anche non essere riconosciuti e remunerati dagli operatori di mercato (industria alimentare, intermediari commerciali, distribuzione e consumatori). È opportuno che gli organi comunitari, nazionali e regionali, mettano a disposizione degli operatori nei piani di sviluppo rurale delle risorse economiche per sviluppare questi sistemi.

I regimi comunitari di qualità alimentare riguardano le produzioni agroalimentari e vini con attestazione DOP e IGP e le produzioni biologiche.

Un interessante strumento, introdotto dalla normativa comunitaria sono i sistemi di qualità nazionale (SQN). In Italia, al momento sono stati riconosciuti il Sistema di Qualità Nazionale di Produzione Integrata (SQNPI) e il Sistema di Qualità Nazionale Zootecnica, ed è in fase di valutazione quello relativo al settore oleicolo.

¹³ Per "costi fissi" si intendono i costi di iscrizione e il contributo annuo di partecipazione a un sistema di qualità sovvenzionato, incluse le eventuali spese per i controlli intesi a verificare il rispetto dei disciplinari.

1.3.1.1. Sistema di Qualità Nazionale di Produzione integrata

Il Sistema di Qualità Nazionale di Produzione Integrata (SQNPI) è stato istituito all'articolo 2 della Legge n. 4 del 3 febbraio 2011 relativa alle "Disposizioni in materia di etichettatura e di qualità dei prodotti alimentari", in conformità alle normative comunitarie e al Trattato dell'Unione Europea.

Il SQNPI è "finalizzato a garantire una qualità del prodotto finale significativamente superiore alle norme commerciali correnti. Il Sistema assicura che le attività agricole e zootecniche siano esercitate in conformità alle norme della produzione integrata".

Essa, in base al comma 4 dell'articolo 2 è definito come "il sistema di produzione agroalimentare che utilizza tutti i mezzi produttivi e di difesa delle produzioni agricole dalle avversità, volti a ridurre al minimo l'uso delle sostanze chimiche di sintesi ed a razionalizzare la fertilizzazione, nel rispetto dei principi ecologici, economici e tossicologici".

Il SQNPI (Sistema di Qualità Nazionale di Produzione Integrata), si affianca ai regimi di qualità europei relativi alle produzioni DOP ed IGP ed ai prodotti biologici. Il SQNPI è lo strumento individuato dal Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali (MIPAAF), per la valorizzazione delle produzioni agroalimentari, con riduzione e armonizzazione delle discipline regionali di produzione integrata applicate dai produttori delle filiere agroalimentari.

Infatti alcune Regioni hanno istituito i cosiddetti Sistemi di qualità regionali che presuppongono la possibilità di utilizzare un marchio regionale a condizione di rispettare i disciplinari specifici predisposti dalla Regione, e di superare i controlli effettuati dall'organismo di certificazione. Tra i marchi regionali, ne sono un esempio, "Agriqualità" della Regione Toscana, "QM" della Regione Marche, "QV - Qualità Verificata" della Regione Veneto, "Qualità Trentino" della Provincia autonoma di Trento e "QC - Qualità Controllata" della Regione Emilia Romagna. La proliferazione dei sistemi di certificazione regionali può produrre da parte delle aziende un incremento di costi produttivi ed una conseguente perdita di competitività e creare confusione nel consumatore.

Le aziende agricole che adotteranno questo strumento potranno beneficiare degli aiuti comunitari previsti per lo sviluppo rurale nella futura programmazione 2014/2020.

L'Ente di Normazione Italiano (UNI), alla luce della grande diffusione del sistema agricolo di produzione integrata che cerca di coniugare la salvaguardia delle risorse ambientali e la difesa della salute e di rispondere alle esigenze dei produttori e dei consumatori, nel 2007, emise la norma tecnica UNI 11233 relativa ai "Sistemi di produzione integrata nelle filiere agroalimentari - Principi generali per la progettazione e l'attuazione nelle filiere vegetali", revisionata nel 2009.

Il MIPAAF ha emanato il 08/05/2014, il Decreto Ministeriale che disciplina il Sistema di qualità Nazionale di Produzione Integrata (SQNPI)¹⁴. Il provvedimento stabilisce che la definizione di difesa integrata è quella prevista dalla Legge n. 4/2011 che si esplicita nei disciplinari redatti a livello regionale, che dovranno essere conformi alle Linee Guida Nazionali di Produzione Integrata (LGNPI) ed approvati dall'Organismo tecnico scientifico.

Questo sistema di qualità prevede l'applicazione di piani di controllo definiti dalle Regioni e dalle Province Autonome e l'individuazione degli organismi competenti accreditati per la certificazione dei prodotti agroalimentari.

Le produzioni ottenute nell'ambito del Sistema sono contraddistinte da un marchio di proprietà del MIPAAF, denominato "marchio SQNPI" che attesta il rispetto nel processo di produzione delle norme tecniche previste dal sistema di qualità.

Il Decreto Ministeriale inoltre, introduce il regime di equivalenza tra il SQNPI ed i vigenti sistemi di qualità regionali della produzione integrata, i quali dovranno essere conformi al nuovo quadro normativo. Le aziende agricole che aderiscono a tali sistemi di qualità regionali hanno la possibilità di riportare in etichetta il marchio SQNPI eventualmente affiancato da quello regionale.

Inoltre, se le Regioni introdurranno un adeguato regime di sostegno nei Piani di Sviluppo Rurale, gli operatori agricoli potranno beneficiare di risorse economiche che li potrà ripagare dei maggiori costi sostenuti per aver aderito ad un disciplinare di produzione più restrittivo, rispetto alle norme obbligatorie di difesa integrata.

¹⁴MIPAAF, Gazzetta Ufficiale della Repubblica Italiana, Decreto consultabile al seguente indirizzo: http://www.gazzettaufficiale.it/atto/serie_generale/caricaDettaglioAtto/originario;jsessionid=J76rZOgLFm2lcxngUQRAA__ntc-as2-guri2b?atto.dataPubblicazioneGazzetta=2014-07-29&atto.codiceRedazionale=14A05975&elenco30giorni=false

Questo importante regime di qualità costituisce un ulteriore passo in avanti verso un modello di agricoltura sostenibile che tutela e valorizza le produzioni agroalimentari di alta qualità con standard di produzione più elevati rispetto alle norme ordinarie di tutela ambientale e della salute umana¹⁵. (Tabella 1.5. e riferimento Figura 1.2.)

Tabella 1.5. Regioni che hanno approvato i disciplinari per il 2014

	Disciplinari regionali 2014	
	difesa integrata	tecniche agronomiche
Calabria	X	
Campania	X	
Emilia Romagna	X	
Friuli Venezia Giulia	X	
Lombardia		X
Marche	X	X
Molise	X	
Sardegna	X	
Trento	X	
Valle d'Aosta	X	
Veneto	X	

Fonte: Rete rurale nazionale

Figura 1.2. Logo Sistema di Qualità Nazionale Produzione Integrata



1.3.1.2. Sistema di Qualità Nazionale Zootecnia

Il Ministero delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali ha riconosciuto il Sistema di Qualità Nazionale Zootecnia (SQNZ) con il Decreto Ministeriale del 4 marzo 2011. Tale sistema, come disciplinato dall'articolo 1, individua "i prodotti agricoli primari di origine zootecnica destinati all'alimentazione umana con specificità di processo e/o di prodotto, aventi caratteristiche qualitativamente superiori rispetto alle norme di commercializzazione o ai requisiti minimi stabiliti dalla normativa comunitaria e nazionale nel settore zootecnico"¹⁶.

Le filiere zootecniche interessate sono quelle per la produzione di carne bovina, suina, ovina, caprina, bufalina, equina, avicola, cunicola, latte, uova, miele, prodotti dell'acquacoltura ed elicottura.

¹⁵ INEA (2014)

¹⁶Il Sistema di Qualità Nazionale Zootecnia, relazione presentata dal Dott. Paolo Cumino, Direzione Agricoltura – settore sviluppo delle produzioni zootecniche della Regione Piemonte. La relazione è scaricabile al seguente indirizzo:

<http://www.asprocarne.com/wp-content/uploads/2011/07/II-Sistema-di-Qualit%C3%A0-Nazionale-Zootecnia.pdf>

Il SQNZ richiede per ciascuna tipologia di prodotto la predisposizione di un disciplinare di produzione, redatto secondo le Linee guida¹⁷ stilate da una apposita Commissione, nel quale dovrà essere descritta la “qualità superiore” del prodotto e/o processo, rispetto alle norme cogenti del settore.

I disciplinari di produzione, come regolamentato dall’articolo 4, devono contenere requisiti minimi riguardanti la denominazione identificativa della tipologia del prodotto riconosciuto dal sistema di qualità nazionale, i requisiti per l'alimentazione, superiori e qualificanti rispetto a quanto previsto dalle norme di legge, in grado di migliorare le caratteristiche del prodotto anche dal punto di vista del consumatore e i requisiti relativi alle condizioni di allevamento in grado di aumentare il benessere degli animali, superiori rispetto a quanto previsto dalle normative specifiche della filiera in questione.

I disciplinari possono inoltre contenere requisiti relativi ad aspetti ambientali e obblighi previsti dalle normative della specifica filiera, in merito all'etichettatura delle informazioni relative agli aspetti qualitativi o all'origine delle produzioni.

Possono presentare al Ministero proposta di riconoscimento per un disciplinare di produzione, le organizzazioni dei produttori, le associazioni, le cooperative e i consorzi purché dimostrino di essere rappresentativi di almeno il 50% della produzione nazionale relativa alla tipologia di prodotto. Anche le Regioni sono legittimate a presentare proposte purché riunite in un numero minimo di 4 soggetti, oppure in un numero inferiore purché dimostrino di essere rappresentative di almeno il 50% della produzione relativa alla tipologia di prodotto.

I disciplinari di produzione prevedono un piano di controlli, redatto da una società di certificazione pubblica o privata che dovrà essere ratificato da un’apposita commissione istituita presso il MIPAF. Inoltre nell’ottica di un contenimento dei costi per le aziende che vorranno utilizzare questo sistema di qualità alimentare, il piano di controllo dovrà essere complementare a quelli già esistenti, in modo da non prevedere duplicazioni.

Il MIPAAF istituisce l’elenco dei disciplinari rientranti nel SQNZ, approvati con un decreto, a cui possono aderire tutti i produttori legittimamente interessati, operanti nel territorio comunitario che rispettino il metodo di ottenimento previsto dal disciplinare di produzione e si sottopongono ai controlli previsti.

I prodotti conformi ad un disciplinare rientrante nel SQNZ possono essere etichettati riportando obbligatoriamente, oltre alle informazioni previste dalla normativa comunitaria e nazionale, anche la denominazione prevista dallo specifico disciplinare di produzione e l’indicazione del paese di origine e di allevamento del prodotto, ove non sia già previsto da specifica normativa.

È inoltre possibile indicare in etichetta il nome del produttore o dell’associazione di produttori, un eventuale marchio commerciale detenuto dall’organizzazione o dall’associazione, l’indicazione della regione di origine o di allevamento, purché ne sia garantita la rintracciabilità, il nome dell’organismo di controllo pubblico o privato.

Al momento sono state presentate al MIPAAF quattro domande di riconoscimento relative ai seguenti prodotti¹⁸:

- “Vitellone ai Cereali” (istanza del 9 ottobre 2012, dell’Associazione per i Sistemi di Qualità Superiore);
- “Vitello al latte e cereali” (istanza del 10 dicembre 2012 dell’Associazione per i Sistemi di Qualità Superiore);
- “Carne di Bufala Alta Qualità” (istanza del 12 luglio 2013 del Consorzio Carne di Bufala Campana);
- “Fassone Piemontese” (istanza del 12 luglio 2013, del Consorzio di Tutela Razza Piemontese)¹⁹.

¹⁷ Le Linee Guida sono state approvate con un provvedimento del Ministero delle Politiche Agricole il 25 ottobre 2011 e sono consultabili a questo indirizzo: <http://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/4886>

¹⁸ MIPAAF, disciplinari di produzione, <http://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/4882>

¹⁹ MIPAAF, Consorzio di Tutela Razza Piemontese, istanza di riconoscimento disciplinare di produzione “Fassone Piemontese”, <https://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/4882>. Il prodotto a denominazione “Fassone Piemontese” deriva da bovini maschi e femmine appartenenti esclusivamente alla Razza Piemontese, allevati in conformità al disciplinare SQN,

1.3.1.3. Sistema di Qualità Nazionale Oli extravergini di oliva

Le due organizzazioni nazionali dei produttori di olio di oliva, CNO (Consorzio Nazionale Olivicoltori) ed UNAPROL (Consorzio Oleicolo Italiano) stanno lavorando, con altri attori della filiera olivicola nazionale all'istituzione del "Sistema di Qualità Nazionale per gli oli extravergini di oliva".

Istituire questo sistema di qualità, secondo i proponenti, consentirebbe di creare un nuovo segmento di mercato degli oli extravergini di oliva, posizionato tra gli oli a Indicazione Geografica (DOP e IGP) e di extra base che potrebbe andare ad intercettare quote di mercato sia in quello nazionale che in quello estero. Il mercato degli oli a Indicazione Geografica ha un fatturato di circa il 13% in valore e del 2% in volume, con un posizionamento dei prodotti a prezzi elevati, rispetto agli oli extra di base che sono commercializzati a prezzi molto inferiori.

Se diversi *stakeholder* della filiera oleicola nazionale hanno espresso il loro apprezzamento verso questo strumento, altri come la FEDERDOP Olio ha manifestato al MIPAF forti perplessità in quanto vi sarebbe una "cannibalizzazione di mercato" tra il sistema di qualità nazionale e gli oli a denominazione di origine, creando una grande confusione tra i consumatori²⁰²¹.

1.4. OCM vino e prodotti ortofrutticoli

L'ultima linea di finanziamento delle azioni di informazione e promozione dei prodotti agricoli è realizzata con la OCM vino e prodotti ortofrutticoli.

1.4.1. OCM vino

Il mercato vitivinicolo europeo è stato interessato, specie nell'ultimo decennio, da dinamiche di instabilità, addebitabili ad una accresciuta competitività a livello internazionale delle aziende operanti nel settore; ai tradizionali Paesi produttori, quali Francia ed Italia, si sono infatti affiancati nuovi *competitors*, come USA, Cile, Argentina, Australia e Sud Africa.

Per far fronte ad uno scenario così complesso, l'Unione Europa ha adottato i Regolamenti (CE) n. 1234/2007 e 555/2008 che prevedono strumenti a sostegno delle aziende vitivinicole dell'Unione. Tra questi strumenti, risulta essere fondamentale l'attività volta al sostegno della concorrenza dei produttori europei sui mercati dei Paesi terzi. La misura dell'OCM vino sulla promozione sui mercati dei Paesi terzi si pone infatti l'obiettivo di migliorare la competitività sul mercato internazionale dei vini europei di qualità, attraverso la realizzazione di campagne informative pubblicitarie ad ampio spettro. Essa favorisce in particolare le campagne promozionali collettive attraverso la formazione di aggregazioni tra le diverse organizzazioni di settore, al fine di ottenere sinergie di rete, e riserva maggiori attenzioni alla produzione di vini a denominazione di origine ed, eventualmente, a quelli varietali.

Le campagne promozionali collettive nei Paesi terzi sostenute dal Legislatore europeo hanno ad oggetto:

- la promozione e la pubblicità della sicurezza alimentare, della qualità e del rispetto dell'ambiente, da realizzare attraverso canali di informazione, quali stampa, televisioni locali ed internet;
- la partecipazione a manifestazioni, fiere ed esposizioni di importanza internazionale;
- le campagne di informazione, riferite in particolare alle denominazioni d'origine e alle indicazioni geografiche, da attuarsi presso i punti vendita della grande distribuzione, la ristorazione, o

macellati ad un'età compresa tra 12 e 24 mesi, allevati dallo svezzamento alla macellazione con la tecnica tradizionale dell'allevamento protetto e con un'alimentazione basata prevalentemente sui cereali ad elevato contenuto energetico.

²⁰Riflessioni sullo schema di decreto ministeriale sull'istituzione del "Sistema di Qualità Nazionale Olio extra vergine di oliva ai sensi dell'art. 22 par 2 del regolamento (CE) 1974/2006 del Piano Oleicolo Nazionale, Work in progress n.1, INEA, 20 gennaio 2014.

Il documento è scaricabile al seguente link:
<http://www.inea.it/documents/10179/184646/Work%20in%20progress%201%20Schema%20DM%20istituzione%20SQN%20olio%20extra%20verGINE%20di%20oliva%20-%20Piano%20olivicolo.pdf>

²¹ S. Petrucci, (2013), Il sistema olio e le DOP, relazione presentata al Seminario "Norme e regole per la commercializzazione dell'olio di oliva", Inea, Roma.

avvalendosi di altri strumenti come le degustazioni guidate o gli incontri con operatori dei paesi terzi.

I beneficiari della misura sono state le organizzazioni professionali ed interprofessionali, le organizzazioni di produttori tra cui i Consorzi di tutela, i produttori di vino e le loro associazioni temporanee di impresa. Per evitare il frazionamento degli investimenti e privilegiare progetti di maggior impatto si è promossa l'aggregazione delle aziende ed è stato fissato per progetto/paese un costo complessivo minimo di 100.000 euro l'anno.

Tabella 1.6. Fondi a sostegno della promozione extra UE attivati dalla misura OCM vino - Italia e Regione Piemonte (in euro)

Campagna Vitivinicola					Investimenti complessivi
	2008/2009	2009/2010	2010/2011	2011/2012	
Italia	10.829.788,00	52.598.862,00	94.541.086,00	120.581.338,00	278.551.074,00
Piemonte	697.235,00	6.155.393,00	14.832.571,00	17.504.037,00	39.189.236,00
%	6,44%	11,70%	15,69%	14,52%	14,07%

Fonte: elaborazione Regione Piemonte su dati AGEA. I dati si riferiscono all'investimento contrattualizzato

A livello nazionale, nel periodo 2008-2014 la dotazione finanziaria complessiva stanziata per la misura in esame ammonta complessivamente a 376 milioni di euro circa, di cui il 50% di fondi pubblici. (Tabella 1.6.)

Per ciascuna campagna, il Ministero delle Politiche Agricole ed Alimentari riserva il 30% dei fondi per progetti con valenza nazionale, con produzioni a carattere multiregionale e il restante 70% delle risorse è gestito direttamente dalle Regioni per sostenere progetti presentati da Consorzi di tutela, imprese o associazioni temporanee di impresa, riferiti ad una produzione avente carattere regionale o riguardante singole denominazioni.

Il Ministero delle Politiche Agricole nell'ambito dell'applicazione del Regolamento (CE) n. 555/08, ha pubblicato il Decreto Ministeriale n. 4123 del 22 luglio 2010 che detta i criteri per la gestione della misura e, ogni anno, un Decreto direttoriale, relativo all'invito alla presentazione di progetti per la misura "OCM Vino - Promozione sui mercati dei Paesi terzi". Per la campagna 2014-2015 il Decreto n. 36326 del 9 maggio 2014 consente la presentazione di progetti nazionali ed orienta quella dei progetti regionali che comunque sono presenti secondo le modalità indicate nei bandi regionali. I soggetti proponenti potranno inoltre presentare progetti multiregionali (proposti da una pluralità di aziende operanti in regioni diverse e sostenuti finanziariamente in quota parte sia dal MIPAAF sia dalle Regioni) nelle sole Regioni che ne prevedono l'attivazione.

La maggior parte delle Regioni italiane ha rivisto i requisiti minimi di partecipazione previsti a livello nazionale, abbassando le soglie, in relazione alla quantità di prodotto imbottigliato e alla quota export; allo stesso tempo sono stati previsti specifici requisiti di premialità fissati da ciascuna Regione per valorizzare le eccellenze dei propri territori (vitigni autoctoni o denominazioni di origine regionali) e le realtà produttive più significative (Consorzi di tutela o aggregazioni che coinvolgono il maggior numero di imprese).

Per quanto concerne le risorse finanziarie assegnate annualmente dal MIPAAF a ciascuna Regione, quelle che hanno la dotazione più consistente sono il Veneto (11,7 milioni), la Sicilia (8,8 milioni), la Toscana (7,4 milioni), il Piemonte (7,1 milioni), l'Emilia Romagna (6,7 milioni) e la Puglia (6,5 milioni)²².

1.4.2. OCM prodotti ortofrutticoli

Il primo atto normativo dell'Unione Europea che stabiliva norme comuni e condivise fu il Regolamento (CEE) n. 159/66 che disciplinava le disposizioni complementari per l'organizzazione

²²OCM (2014), www.ocmvino.it

comune dei mercati (OCM) del settore ortofrutticolo. Uno degli elementi più rilevanti previsti dalla normativa era la nascita delle Associazioni di Produttori Ortofrutticoli (APO) che avevano la funzione di aggregare i produttori, su base volontaria, beneficiando di aiuti comunitari con la finalità di concentrare l'offerta.

I profondi mutamenti intervenuti nello scenario internazionale, con un'accresciuta competitività settoriale e la scarsa efficacia delle APO, che non riuscirono a conseguire gli obiettivi comunitari, portarono ad una revisione normativa. L'Unione Europea disciplinò l'OCM ortofrutticola con il Regolamento (CEE) n. 2200/96. Lo strumento portante dell'organizzazione comune dei mercati nel settore dei prodotti ortofrutticoli erano le Organizzazioni dei Produttori (OP). Esse avevano, in particolare, lo scopo di raggiungere i seguenti obiettivi:

- a. assicurare la programmazione della produzione e il suo adeguamento alla domanda, dal punto di vista sia quantitativo sia qualitativo;
- b. promuovere la concentrazione dell'offerta e l'immissione sul mercato della produzione degli aderenti;
- c. ridurre i costi di produzione e regolarizzare i prezzi alla produzione;
- d. promuovere pratiche colturali e tecniche di produzione e di gestione dei rifiuti che rispettino l'ambiente, in particolare per tutelare la qualità delle acque, dei suoli e del paesaggio e per preservare e/o favorire la biodiversità.

Le OP sono divenute il cardine della concentrazione dell'offerta aiutando i produttori ad affrontare efficacemente il mercato. Inoltre esse gestiscono i piani operativi, finanziati al 50% dai produttori associati e al 50% dall'Unione Europea.

Dall'entrata in vigore della normativa, il comparto ortofrutticolo ha dovuto confrontarsi, da un lato, con la grande distribuzione organizzata che grazie all'elevata quantità di prodotto commercializzata, ha imposto dei prezzi di mercato sempre più bassi, dall'altro, i *competitors* comunitari e dei paesi terzi che hanno conquistato significative quote di mercato.

Queste dinamiche di mercato hanno indotto l'Unione Europea a revisionare il quadro normativo. Emanando il Regolamento (CE) n. 1182/2007. Nell'ambito di un processo di allineamento della PAC con tutti i settori agricoli, tale regolamento è stato incorporato nel Regolamento (CE) n. 1234/2007 che disciplina l'OCM unica.

Gli obiettivi generali della nuova OCM sono:

- rafforzare l'orientamento al mercato e la competitività del settore;
- ridurre le fluttuazioni del reddito dei produttori causate da crisi di mercato;
- aumentare il consumo di frutta e di verdura nell'Unione Europea;
- sostenere gli sforzi degli agricoltori per la protezione dell'ambiente;
- semplificare e ridurre i costi amministrativi.

L'architettura del nuovo quadro normativo ha individuato tre categorie di soggetti:

1. Organizzazioni dei Produttori (OP);
2. Associazioni di Organizzazioni di Produttori (AOP);
3. Gruppo di Produttori (GP), con attività orientata all'industria di trasformazione.

La nuova OCM ha riconfermato la centralità delle organizzazioni dei produttori, quale strumento essenziale per il perseguimento degli obiettivi dell'OCM ortofrutticola. In particolare, le OP devono impiegare pratiche colturali e tecniche di produzione a basso impatto ambientale, per preservare e favorire la biodiversità, migliorare la *governance* dell'offerta ortofrutticola (maggiore concentrazione della produzione ecc.) correlandola alla domanda di mercato.

Al secondo livello aggregativo, sono state riconosciute le Associazioni di Organizzazioni dei Produttori (AOP) che sono costituite da organizzazioni di produttori. Esse, nell'ambito delle complesse dinamiche di mercato, devono implementare le strategie commerciali che migliorino anche la capacità di penetrazione nei mercati internazionali, cercando di competere con i *players* di alcuni Paesi comunitari ed emergenti.

Infine la norma riconosce anche le Organizzazioni di Produttori che coltivano uno o più prodotti destinati esclusivamente alla trasformazione.

In questi anni, l'Unione Europea, ha abbandonato i tradizionali meccanismi di protezione del mercato, avviandosi ad un maggior grado di liberismo. Per quanto riguarda il comparto

ortofrutticolo, la nuova OCM ha confermato il principio del cofinanziamento, elevando in alcuni casi il tasso di finanziamento comunitario dal 50% al 60%. Inoltre la deperibilità dei prodotti ortofrutticoli anche a causa delle mutevoli condizioni climatiche ha aumentato le risorse a disposizione delle OP da destinare ai nuovi strumenti per la prevenzione e la gestione delle crisi di mercato che potrebbero, inoltre, contribuire ad accrescere l'interesse delle OP verso i produttori che non fanno parte del sistema associativo.

Per quanto concerne il settore ortofrutticolo nazionale, molto importante è la valutazione della Strategia nazionale dell'OCM ortofrutta adottata nel periodo 2009-2013. L'obiettivo della ricerca è valutare l'efficacia, l'efficienza e l'utilità dei Programmi operativi realizzati dalle OP/AOP, in base alla Strategia nazionale dell'OCM, correlata con le risorse finanziarie in base ai Regolamenti (CE) n. 1234/2007 e (CE) n. 543/2011.

Tabella 1.7. Consistenza delle organizzazioni di produttori riconosciuti in Italia

	2008	2009	2010	2011	2014
OP	279	274	282	277	286
AOP	10	13	14	13	15
GP	18	8	4	1	0
Totale	307	295	300	291	301

Fonte MIPAAF

I dati 2008-2011 si riferiscono alla situazione al 31 dicembre di ogni anno. Essi sono stati pubblicati nella relazione di monitoraggio sulla Strategia nazionale OCM realizzata da ISMEA.

I dati 2014 si riferiscono all'elenco nazionale delle organizzazioni ortofrutticole pubblicato dal Ministero, aggiornato al 30 settembre 2014.

In Italia, nel 2014, le organizzazioni ortofrutticole, riconosciute dalla normativa vigente sono 301, di cui 286 OP e 15 AOP. A livello aggregativo, nel periodo 2008-2014 si è registrato un rafforzamento sia del numero di OP (da 279 a 286) che delle OAP (da 10 a 15), mentre vi è stato nel tempo una riduzione dei GP che si è azzerato nel 2014 (Tabella 1.7.)

Tabella 1.8. Consistenza delle OP, dei produttori aderenti e del fondo di esercizio

	Numero di OP					Numero di produttori				Fondo di esercizio definitivo (Mio€)			
	2008	2009	2010	2011	2014	2008	2009	2010	2011	2008	2009	2010	2011
Sicilia	52	51	55	45	43	10.639	8.632	5.809	5.692	17,8	18,9	21,4	20
Lazio	32	34	35	34	39	4.519	4.212	6.859	4.583	13,7	14,1	16,3	16,6
Puglia	28	28	28	31	34	2.115	2.041	1.752	2.258	12,4	13,5	15,3	12,7
Emilia-Romagna	25	26	26	25	27	37.121	18.903	26.291	26.790	121	139,6	147,8	148,2
Campania	21	22	26	26	26	2.218	2.566	2.137	2.957	18,8	21,4	24	23,8
Calabria	29	22	22	23	22	8.807	8.234	7.310	4.535	14,2	14,6	17	12,7
Lombardia	16	17	17	21	21	2.822	1.750	1.692	2.280	22,2	22,8	29	28,9
Veneto	17	17	18	21	19	4.957	4.907	7.392	4.485	17,8	20,1	21	18,7
Piemonte	6	6	6	6	7	2.969	3.352	2.737	3.280	12,7	14,6	13,2	9,6
Altre Regioni	53	51	49	45	48	36942	27.335	33.178	29.915	78,6	103,5	98,1	90
Totale	279	274	282	277	286	104.918	81.932	95.157	86.775	329,2	383,1	403,1	381,2

Fonte MIPAAF

I dati 2008-2011 si riferiscono alla situazione al 31 dicembre di ogni anno. Essi sono stati pubblicati nella relazione della Strategia nazionale OCM.

I dati 2014 si riferiscono all'elenco nazionale delle organizzazioni ortofrutticole pubblicato dal Ministero, aggiornato al 30 settembre 2014.

Per completare l'analisi, la Sicilia è stata la regione italiana che quantitativamente ha registrato il maggior numero di OP, che nel 2014 è stato di 43, seguita dal Lazio (39), Puglia (34), Emilia Romagna (27) e Campania (26) (Tabella 1.8.).

Nel report di valutazione della Strategia Nazionale dell'OCM ortofrutticola, il trend di registrazione delle OP, nell'arco temporale dal 2008 al 2011, ha visto in Sicilia una significativa riduzione del numero di OP (-12%) del numero di produttori associati (-47%). Nelle regioni Lazio, Puglia e Campania le dinamiche del numero di OP e numero di produttori è positivo, mentre in Emilia Romagna, a fronte di un aumento di OP, attestatosi nel 2011 a 27, vi è stato un sensibile calo dei produttori (-28%). In generale, nel quadriennio osservato, il numero dei produttori associato alle OP si riduce di 18.143 unità, in linea con i risultati ottenuti dal "6° Censimento Generale dell'Agricoltura" dell'ISTAT²³, secondo il quale le aziende agricole diminuiscono del 32,2%.

Per quanto concerne il fondo di esercizio a consuntivo, nel periodo considerato, sono stati erogati 1496,6 Mio €, di cui gli stanziamenti più cospicui sono stati finanziati nel 2011 con 403,1 Mio€. L'Emilia Romagna, in base ai Piani operativi approvati nella Strategia nazionale dell'OCM ha ricevuto circa il 39% delle risorse totali disponibili.

²³ ISTAT (2011)

CAPITOLO 2

Le strategie di informazione e promozione realizzate nelle regioni italiane: esperienze a confronto

1. Aspetti metodologici della ricerca

L'idea di realizzare uno studio concernente i modelli pubblici di tutela e valorizzazione dei prodotti agroalimentari è nata dalla collaborazione tra il Dipartimento di Management dell'Università degli Studi di Torino e il Settore Programmazione e Valorizzazione del Sistema Agroalimentare dell'Assessorato all'Agricoltura della Regione Piemonte. Il progetto di ricerca fu presentato al Salone Internazionale del Gusto del 2012, ai responsabili della promozione agroalimentare delle Regioni italiane.

Il gruppo di lavoro, utilizzando i consigli ottenuti da un *panel* di funzionari regionali, ha redatto un questionario (vedi Allegato 1), da sottoporre agli assessorati regionali competenti in materia di promozione, con lo scopo di fornire una panoramica dell'attività promozionale svolta dalle Regioni stesse.

Nella prima parte del questionario sono state poste una serie di domande aperte finalizzate all'individuazione:

- di un quadro sintetico inerente le normative e le politiche regionali di tutela e di valorizzazione dei prodotti agroalimentari, comprendendo anche quelle mirate ad evidenziare il legame tra agricoltura, prodotto, territorio e consumatore;
- le principali azioni che la Regione ha sviluppato nell'ambito della promozione agroalimentare, organizzate in:
 - Iniziative a regia regionale dell'Assessorato agricoltura;
 - Iniziative a regia regionale di altri Soggetti (Assessorati diversi dall'Agricoltura, Agenzie, Enti strumentali ecc.);
 - Iniziative interassessorili (Agricoltura, Turismo, Commercio ecc.);
 - Iniziative in partnership (Sistema camerale, Enti strumentali ecc.);
 - Misure di sostegno alla promozione delle aziende (es. misura 133 PSR, OCM Vino, promozione Paesi terzi);
- di sistemi di monitoraggio per la valutazione delle ricadute economiche e sociali delle iniziative promozionali finora sviluppate dalla Regione;
- della provenienza delle risorse finanziarie (comunitaria, nazionale e regionale) e dell'ammontare complessivo dei fondi stanziati in iniziative promozionali nel triennio 2010-2012.

La seconda parte del questionario è stata dedicata all'identificazione di Sistemi di Qualità Alimentare (SQA) previsti dall'ordinamento europeo (DOP, IGP, biologico), di altra origine, finalizzati comunque alla tutela e alla valorizzazione delle produzioni agroalimentari di qualità.

La somministrazione è avvenuta tramite e-mail con invio in formato elettronico del questionario ai dirigenti della promozione delle venti Regioni italiane: 7 Regioni (Piemonte, Lombardia, Liguria, Toscana, Emilia Romagna, Lazio e Basilicata) hanno subito risposto al questionario.

Al fine di stimolare la restante parte del campione, il gruppo di lavoro ha quindi inviato un questionario precompilato con le informazioni reperibili in rete, con la richiesta di integrazione delle

parti mancanti e/o correzione di eventuali errori.

A fine novembre 2013, si è giunti alla conclusione della somministrazione, ottenendo una risposta da tutte le Regioni italiane.

1.2. Struttura dell'elaborato

Il lavoro è strutturato in venti paragrafi, uno per ogni Regione. Ciascun paragrafo riporta le informazioni più significative raccolte con il questionario. In alcuni casi specifici le informazioni sono state aggiornate ed implementate dal gruppo di lavoro.

Per completare il quadro d'analisi è stata introdotta una rappresentazione dell'Economia del Gusto. Si è partiti dalla definizione di distretto del gusto, inteso come "un sistema di relazioni socio-economiche, temporaneamente stabili che scaturiscano dall'interazione tra i diversi attori-produttori di senso territoriale attraverso un meccanismo generalmente rifacentesi (...) all'intero territorio come elemento qualificativo di una determinata realtà sociale (...). Sono le comunità insediate, utilizzando fattori endogeni e ri-attivando le risorse territoriali, a produrre interazioni cooperative orientate(...). Fondamentale importanza è il ruolo del capitale sociale culturale (non più solo economico, quindi) posseduto dagli attori locali, dell'attività, strettamente connessa, delle agenzie di socializzazione (famiglia, reti amicali, istituzioni sociali, associazioni) e della quantità, ma soprattutto della qualità delle risorse patrimoniali (antropologiche, urbanistiche, ambientali, storiche culturali e paesaggistiche) territorialmente disponibili"²⁴.

La chiave di lettura fornita da questo elaborato consiste nell'insieme delle produzioni enogastronomiche di qualità che possono essere indicate unitariamente come Economia del Gusto. Le componenti individuate ed esaminate all'interno dello studio sono:

- Le produzioni agricole ed alimentari a Indicazione Geografica (DOP/IGP);
- I vini a Indicazione Geografica (DOP/IGP);
- Le bevande spiritose a Indicazione Geografica (DOP/IGP);
- I prodotti provenienti da agricoltura biologica;
- I Prodotti Agroalimentari Tradizionali (PAT).

Oltre ad aver analizzato la policy regionale e le azioni di informazione e promozione in ambito agroalimentare, la ricerca è stata completata con un censimento dei marchi collettivi comunitari e nazionali, in cui compaiono riferimenti alla territorialità regionale, registrati presso le banche dati nazionali ed europee.

Infine, in allegato al presente capitolo è disponibile il questionario sottoposto alle Regioni italiane.

²⁴ Bortoletto N.e Minardi E. (2007), I distretti del gusto: nuovi sistemi produttivi tra i *loisir*, tra deficit di politiche e i nuovi processi di sviluppo locale, http://wp.comunite.it/data/wp_no_30_2007.pdf

2. Abruzzo

2.1. Le politiche regionali di valorizzazione, tutela e promozione

Nell'ambito delle strategie di qualificazione delle produzioni agricole ed agroalimentari di qualità, la Regione Abruzzo, con la Legge Regionale n. 6 del 13/01/2012 riguardante gli "Interventi per il sostegno della qualità e della tracciabilità delle produzioni agricole" ha istituito il marchio collettivo comunitario "Qualità Controllata della Regione Abruzzo" (Regione Abruzzo, 2012).

L'ambito di applicazione di questa norma riguarda i prodotti e i servizi riportati nell'"Accordo di Nizza" (Classificazione Internazionale dei prodotti e dei servizi ai fini della registrazione dei marchi) alle classificazioni 29-30-31-32-33-43, che posseggono caratteristiche qualitative "distintive" più restrittive rispetto a quelle imposte dalla normativa vigente per prodotti della stessa categoria, oggettivamente "misurabili" e "verificabili" e gestiti attraverso un Disciplinare di Produzione²⁵.

I Disciplinari di Produzione per la concessione del marchio devono:

- definire le caratteristiche del prodotto individuate per la concessione del marchio;
- indicare al consumatore se e con quali modalità, conformi e compatibili con la disciplina comunitaria del settore, le informazioni relative all'origine del prodotto o delle materie prime e dimostrarne la correttezza;
- garantire l'identificazione e la rintracciabilità del prodotto, tenuto conto di quanto previsto dalla normativa ISO 22005;
- essere predisposti in conformità alle norme ISO di riferimento per l'elaborazione formale della documentazione dei sistemi di qualità e dei piani di controllo;
- indicare relativamente ai controlli, la possibilità o meno, per le aziende interessate, di avvalersi di organismi terzi accreditati a norme EN 45001, per alcuni o tutti i controlli, necessari per ottenere e mantenere la concessione d'uso del marchio.

Le principali finalità di tale strumento sono volte a:

- garantire ai consumatori finali le informazioni sull'origine delle materie prime;
- informare sulle caratteristiche qualitative possedute dai prodotti;
- fornire l'identità degli operatori;
- migliorare la competitività delle imprese agroalimentari.

La legge ha affidato la gestione operativa del progetto a tre soggetti principali:

- un "Comitato Tecnico", nel quale sono coinvolti i possibili *stakeholders*, individuati dalle Organizzazioni Agricole, dalle Associazioni dei Consumatori e dall'Assessorato Regionale all'Agricoltura. Il "Comitato Tecnico" è presieduto dall'Assessore all'Agricoltura o da un suo delegato;
- le imprese agricole ed agroalimentari che intendono richiedere l'uso del Marchio;
- una struttura di audit interna, composta da auditors qualificati alla Direzione Regionale Politiche agricole e di Sviluppo, autonoma nel rispetto dei requisiti previsti dalla norma EN 45001.

Con la Deliberazione n. 902 del 09/12/2013, la Regione Abruzzo ha approvato il Regolamento d'uso del marchio, stabilendo le modalità di partecipazione alla gestione del progetto dei tre attori principali (Regione Abruzzo, 2013).

La procedura prevista dal Regolamento prevede, sinteticamente, i seguenti punti:

- i. qualsiasi portatore d'interesse può proporre alla Direzione Agricoltura le caratteristiche qualitative di un prodotto/servizio che si vuole valorizzare;
- ii. la Direzione elabora la proposta, prospettando al Comitato Tecnico un Disciplinare di produzione ed un relativo piano di controllo;
- iii. il Comitato Tecnico esprime un parere motivato sulle singole proposte;
- iv. se il parere è positivo, la Direzione Agricoltura, provvede alla pubblicazione della proposta sul proprio sito istituzionale;

²⁵Nella ricerca sui marchi collettivi comunitari e nazionali nell'Economia del Gusto dell'Abruzzo, verranno illustrate tutte le categorie dell'Accordo di Nizza.

- v. trascorsi trenta giorni, in assenza di osservazioni da parte di operatori interessati, la Direzione propone alla Giunta Regionale di approvare e pubblicare sul Bollettino Ufficiale della Regione Abruzzo il Disciplinare di produzione con le relative caratteristiche qualitative che il prodotto o servizio deve possedere;
- vi. dopo la pubblicazione del disciplinare di produzione, tutti i soggetti che intendono utilizzare il Marchio devono inoltrare alla Direzione Agricoltura una richiesta di inserimento nel sistema di controllo del Marchio regionale ed una richiesta d'uso del Marchio.

A seguito dell'approvazione dei disciplinari e dei controlli relativi alla concessione del Marchio l'Assessorato Agricoltura rende pubblico, annualmente, un elenco regionale articolato in due sezioni:

- i. la prima sezione contiene l'elenco dei prodotti e dei servizi con i relativi Disciplinari di Produzione;
- ii. la seconda sezione contiene, per ogni prodotto o servizio, i dati relativi alle aziende che hanno ottenuto la licenza d'uso del Marchio collettivo.

Tutte le imprese agricole e agroalimentari singole od associate, ubicate nell'Unione Europea che richiedono la concessione del marchio:

- devono utilizzare prodotti del territorio della Regione Abruzzo;
- devono adottare i Disciplinari di Produzione pubblicati;
- dimostrare che tutte le fasi produttive sono conformi ai disciplinari;
- devono superare gli audit previsti al fine di garantire i consumatori interessati che il prodotto acquistato possieda le caratteristiche qualitative indicate nei disciplinari.

2.2. L'Economia del Gusto dell'Abruzzo

2.2.A Produzione Agroalimentare ad IG

Le produzioni agroalimentari di qualità abruzzesi, nel panorama italiano, presentano una certa debolezza sia sotto il profilo delle dinamiche produttive sia di quelle economiche. Le Indicazioni Geografiche registrate a livello europeo sono 9 di cui 6 DOP e 3 IGP (CRESA et al., 2014). Il numero di operatori è in crescita, pari a 1.015 (2013) ed il fatturato alla produzione, in base agli ultimi dati ISMEA ammonta a circa 3 milioni di euro (2011)(Tabella 2.1.)

Tabella 2.1. Le produzioni agroalimentari ad IG dell'Abruzzo

DOP	IGP
1.1 Carni fresche	
	Agnello del Centro Italia*
	Vitellone bianco dell'Appennino Centrale*
1.2 Prodotti a base di carne	
Salamini Italiani alla cacciatora*	
1.5 Oli e grassi	
Aprutino Pescarese	
Colline Teatine	
Pretuziano delle Colline Teramane	
1.6 Ortofrutticoli	
Oliva Ascolana del Piceno*	Carota dell'Altopiano del Fucino
1.8 Altri prodotti dell'allegato I	
Zafferano dell'Aquila	
* prodotto ad Indicazione Geografica a valenza multi regionale	

Fonte: Elaborazione propria su interrogazione dati Commissione Europea, DOOR - Database of Origin and Registration, 2014

Tra i prodotti di qualità ad Indicazione Geografica, quelli olivicoli rivestono un ruolo centrale nell'economia regionale con 3 DOP ("Aprutino Pescarese", "Colline Teatine" e "Pretuziano delle Colline Teramane"). La filiera olivicola delle produzioni certificate coinvolge 417 aziende agricole, con una SAU (Superficie Agricola Utilizzata) di 1.109 ettari (1% dell'intera superficie o olivicola ad Indicazione Geografica coltivata in Italia), 94 impianti di trasformazione (45 frantoi e 49 imbottigliatori) (Tabella 2.2.)²⁶.

La Regione Abruzzo nell'ambito delle attività di promozione ha avviato l'iter per il riconoscimento del Distretto Produttivo Regionale Agroalimentare dell'"Olio di oliva d'Abruzzo".

Tabella 2.2. Produzione olivicola Regione Abruzzo

Anno	Valore (mila Euro)	Quantità (mila ton)
2008	97.783,9	19,9
2009	72.279,6	16,6
2010	74.500,8	17,0
2011	83.337,9	17,5
2012	79.234,8	16,7

Fonte: Datawarehouse INEA²⁷

Il comparto zootecnico abruzzese occupa un ruolo preminente nelle produzioni di qualità multiregionali dei "Salamini Italiani alla cacciatora" (DOP), del "Vitellone bianco dell'Appennino Centrale" (IGP) e dell'"Agnello del Centro Italia" (IGP). Inoltre, i Disciplinari di Produzione del "Prosciutto di Modena" (DOP), del "Prosciutto di Parma" (DOP), del "Prosciutto San Daniele" (DOP), del "Prosciutto di Sauris" (IGP) e del "Salame d'Oca di Mortara" (IGP) prevedono che la materia prima possa provenire anche dal territorio abruzzese.

Con la Delibera n. 44 del 27/01/2014 la Giunta regionale ha istituito il Distretto Agroalimentare di Qualità "Carne d'Abruzzo".

²⁶ INEA (2014), Lo Sviluppo Rurale in Abruzzo nel 2014-2020, http://www.rica.inea.it/download/Priorita_3_16_aprile_2014.pdf

²⁷ INEA (2014), Interrogazione Datawarehouse, <http://banchedati.inea.it:8080/dwh-inea/>

Per completare il quadro delle produzioni agroalimentari di qualità, va sicuramente menzionato lo “Zafferano dell’Aquila”, riconosciuto con l’attestazione di qualità DOP Regolamento (CE) n. 205/05. La superficie impiegata è di 8-10 ettari e la produzione è di circa 100 kilogrammi. La quotazione all’ingrosso dello “zafferano in fili di produzione locale” è di 12.500-13.000 €/kg^{28,29,30,31}.

La Regione Abruzzo ha presentato al Ministero delle Politiche Agricole ed Alimentari, la domanda per la “Patata del Fucino IGP”.

2.2.B I vini ad IG

La filiera vitivinicola costituisce uno dei principali comparti agricoli regionali. L’Abruzzo è la quinta regione italiana per la produzione di vini, inclusi i mosti, con una quantità prodotta nel 2013 di 2,728 milioni di ettolitri (6% sulla produzione totale nazionale) e ha registrato un trend produttivo negativo del 11% rispetto al 2008³².

Attualmente sono registrati 17 vini a Indicazione Geografica, di cui 9 DOP (in base alla vecchia classificazione di qualità dei vini 1 DOCG e 8 DOC) e 8 IGP. Analizzando i dati di produzione del 2013 dei vini di qualità si evince che rispetto al totale nazionale, l’Abruzzo ha prodotto il 6,7% di vini DOP e il 2% di IGT. Dal raffronto con alcune importanti regioni vitivinicole nazionali, l’Abruzzo, pur avendo avuto delle dinamiche produttive e di mercato positive, ha un problema di valorizzazione delle produzioni di qualità (Tabella 2.3.)

Tabella 2.3. I vini IG dell’Abruzzo

	DOP*	IGP*
DOCG**	DOC**	IGT**
1. Montepulciano d’Abruzzo Colline Teramane	1. Abruzzo 2. Cerasuolo d’Abruzzo 3. Controguerra 4. Montepulciano d’Abruzzo 5. Ortona 6. Terre Tollesi/ Tullum 7. Trebbiano d’Abruzzo 8. Villamagna	1. Colli Aprutini 2. Colli del Sangro 3. Colline Frentane 4. Colline Pescaresi 5. Colline Teatine 6. Del Vastese/Histonium 7. Terre Aquilane/Terre de L’Aquila 8. Terre di Chieti

** Classificazione della qualità dei vini secondo il Regolamento (CE) n. 1493/99

* Classificazione della qualità dei vini secondo il Regolamento (CE) n. 491/09

Fonte: Elaborazione propria su interrogazione dati Commissione Europea, E-Bacchus, 2014

La principale DOP abruzzese è il “Montepulciano d’Abruzzo”, la cui superficie denunciata conta 9.332 ettari, con una produzione certificata che nel 2012 è stata pari a 876.968 ettolitri, rappresentando il 75% della produzione vitivinicola di qualità regionale.

Seguono il “Trebbiano d’Abruzzo” con 197.486 ettolitri e il “Cerasuolo d’Abruzzo” con 60.282 ettolitri.

Nella classifica dei vini italiani a Denominazione di Origine Protetta maggiormente prodotti, il “Montepulciano d’Abruzzo” è al secondo posto, a pari merito con il “Chianti”, dopo il “Prosecco”.

In base alla vecchia classificazione di qualità dei vini abruzzesi, la denominazione d’eccellenza è rappresentata dal “Montepulciano d’Abruzzo Colline Teramane” (DOCG) che nel 2012, ha certificato una produzione di 6.898 ettolitri³³ (Tabella 2.4.).

La Giunta regionale, approvando la Delibera n. 46 del 27/01/2014 ha istituito il “Distretto di qualità Vino d’Abruzzo”.

²⁸ Camera di commercio industria artigianato e agricoltura dell’Aquila (dicembre 2013), Listino mensile dei prezzi all’ingrosso, http://www.cciaa-aq.it/moduli/output_immagine.php?id=1104

²⁹ Fragalà F.e Pulvirenti T. (2012), Lo zafferano in Sicilia, Progetto MEDISS (MEDiterranean Innovation, Senteurs, Saveurs).

³⁰ Le regioni italiane nelle quali la coltura è più diffusa sono la Sardegna, l’Abruzzo e la Toscana, con una superficie di circa 35 ettari ed una produzione stimabile in 400 kg. I grandi produttori di zafferano sono l’Iran (superficie di 48.000 ha ed una produzione di 180.000 kg), l’India (produzione di 8-10.000 kg), Grecia (superficie di 860 ha ed una produzione di 4-6.000) e la Spagna (superficie di 400 ha ed una produzione di 1.000 kg).

³¹ Landi R. (2007), Lo zafferano: tradizione e tipicità, Camera di commercio di Firenze

³² I numeri del vino, www.inumeridelvino.it statistiche regionali (fonte ISTAT)

³³ I numeri del vino, <http://www.inumeridelvino.it/2014/11/abruzzo-produzione-di-vino-2013-dati-istat.html> (fonte ISTAT)

Tabella 2.4. Produzione dei principali vini a Denominazione d'Origine Protetta

Denominazione	% Sul totale regionale	Denunce		Resa q.li/ha	Prod. Uvs q.li	Produzione vino hl 2012
		N. Denunce prod.	Ettari relativi			
Montepulciano d'Abruzzo	75.40%	5.570	9.332	140	1.189.456	876.968
Trebbiano d'Abruzzo	16,98%	2.055	2.139	140	271.370	197.486
Cerasuolo d'Abruzzo	5.18%	520	684	140	86.081	60.282

Fonte: elaborazione propria su dati V.Q.P.R.D. d'Italia, Federdoc (2013)

2.2.C Bevande Spiritose

In base al Regolamento (CE) n. 110/2008 (e successive modifiche) relativo alla definizione, alla designazione, alla presentazione, all'etichettatura e alla protezione delle Indicazioni Geografiche delle bevande spiritose, la Regione Abruzzo non presenta alcuna Indicazione Geografica registrata.

2.2.D Agricoltura Biologica

Dagli ultimi dati pubblicati dal SINAB³⁴, il numero degli operatori del settore biologico sono 1.448 (2013), in leggera contrazione rispetto al 2008, con 1.500 aziende certificate. L'Abruzzo³⁵ è la tredicesima regione, a livello nazionale per numero di operatori (2013).

La superficie coltivata è aumentata, passando da 21.225 ettari (2008) a 26.779 ettari (2013). Le colture biologiche prevalenti, nell'ultimo anno di rilevazione (2013) sono state: colture foraggere (6.187 ettari), prati e pascoli (6.087 ettari), cereali (3.640 ettari), vite (3.385 ettari) e olivo (2.449 ettari).

In base agli ultimi dati disponibili, le aziende agricole biologiche con produzione zootecnica sono 40 (2013)¹¹.

2.2.E Prodotti Agroalimentari Tradizionali (PAT)

Altra componente dell'Economia del Gusto abruzzese sono i Prodotti Agroalimentari Tradizionali. Dall'ultimo censimento, i PAT sono 147 e l'Abruzzo è al sedicesimo posto tra le regioni italiane. I comparti più significativi sono Paste fresche e prodotti da forno (49), Prodotti vegetali naturali e trasformati (30) e Carni (24)³⁶.

³⁴ SINAB (2014), Bio in cifre 2014, http://www.sinab.it/sites/default/files/share/bio%20in%20cifre%202014_1.pdf

³⁵ Chiodo E., Perito M.A., Camaioni B., Gaito M. (2014), L'agroalimentare abruzzese tra crisi e crescita. Rapporto 2013 sul Sistema Agroalimentare Abruzzese, Franco Angeli

³⁶ MIPAAF (2014), Quattordicesima revisione dei prodotti agroalimentari tradizionali pubblicati nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana n° 141 del 20/06/2014, supplemento ordinario n. 48, <http://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeAttachment.php/L/IT/D/7%252Fa%252F0%252FD.f0ab2e9ee2902b95e1ec/P/BLOB%3AID%3D3276>

2.3. I marchi collettivi

Oltre alle importanti iniziative condotte dalla Regione Abruzzo, una possibile chiave di lettura per completare il quadro delle azioni intraprese dagli *stakeholder* abruzzesi, è il censimento dei marchi collettivi, in cui compare il riferimento al territorio abruzzese, registrati presso le banche dati dei marchi comunitari e nazionali.

Un'interessante iniziativa è stata promossa dalla Regione Abruzzo, dall'Associazione Regionale Allevatori (ARA) e dall'Accademia dell'Arrosticino d'Abruzzo (ACARB). Secondo i proponenti, vi è la necessità di salvaguardare l'arrosticino di qualità rispetto agli altri prodotti simili che si stanno sempre più diffondendo nel mercato, anche al di fuori del territorio regionale, con una perdita delle originali caratteristiche organolettiche sensoriali. I proponenti, per tutelare questo importante prodotto della cultura agropastorale abruzzese, hanno registrato il marchio "Buongusto L'Arrosticino d'Abruzzo" presso l'Ufficio Italiano Brevetti e Marchi.

Attualmente sono stati registrati 19 marchi, di cui 8 comunitari e 17 nazionali. Alcuni dei marchi registrati appartengono ai parchi abruzzesi che svolgono un ruolo molto importante non solo per la conservazione dell'ambiente, ma per la tutela e la valorizzazione delle produzioni agroalimentari di qualità realizzate all'interno dell'aree protette (Tabella 2.5.)

Tabella 2.5 I marchi collettivi registrati con riferimento all'"Abruzzo"

Denominazione	Titolare	Marchio comunitario	Marchio nazionale	Classe di Nizza
Parco Nazionale d'Abruzzo	Ente Autonomo Parco Nazionale	•	•	29 30 31
Fattorie Didattiche d'Abruzzo	Agenzia regionale per i servizi di sviluppo agricolo dell'Abruzzo (ARSSA)	•	•	29 30 31 32 33
Abruzzo Qualità Italia	Ente Regionale di Sviluppo Agricolo (E.R.S.A)	•	•	31 33
Agnello dei parchi d'Abruzzo	U.I.A.PR.O.C	•	•	29
Abruzzo Nature	Consorzio Agroalimentare parchi d'Abruzzo	•	•	29 30 31 32 33
Abruzzo Oro	Consorzio abruzzese produttori di olive	•	•	29
Il latte dei parchi d'Abruzzo C.O.R.A.L	Consorzio operativo regione Abruzzolatte		•	29
Produttori olivicoli associati-olio extra vergine di oliva d'Abruzzo	Consorzio nazionale degli olicoltori, CNO		•	29
Consorzio "Soleacqua" Abruzzo	Cons.Prod.Ass Abruzzo Citeriore Soleacqua		•	31
L'Abruzzo nel vino	Consorzio Cooperative riunite d'Abruzzo		•	29
Montepulciano d'Abruzzo	Consorzio tutela vini d'Abruzzo		•	33
Prodotto in Abruzzo	Confcommercio Provinciale L'Aquila		•	30 31 33
Covalpa Abruzzo	Associazione Co.Val.P.A Abruzzo		•	29 30 31
Buongusto - L'Agnello d'Abruzzo	A.R.A Abruzzo		•	29 31

Fonte: Elaborazione propria su interrogazione dati Ufficio Italiano Brevetti e Marchi ed European Trade Mark and Design Network (TMview), 2014

3. Basilicata

3.1. Le politiche regionali di valorizzazione, tutela e promozione

Il quadro normativo regionale, inerente le politiche per la promozione e la valorizzazione dei prodotti agroalimentari, è costituito da:

- Deliberazione Giunta Regionale n. 1052 del 27/06/2008, modificato dalla Deliberazione Giunta Regionale n. 822 del 05/05/2009 che istituisce l'Elenco regionale delle Fattorie;
- Legge Regionale n. 13 del 01/07/2008 che istituisce l'Enoteca regionale;
- Legge Regionale n. 15 del 05/02/2010 relativa alla tutela e valorizzazione dei prodotti agricoli e agroalimentari di qualità;
- Legge Regionale n. 12 del 13/07/2012 riguardante le Norme per orientare e sostenere il consumo dei prodotti agricoli di origine regionale a chilometro zero.

La Legge Regionale n. 15/2010 ha istituito un marchio ombrello dei prodotti agricoli ed agroalimentari. Tale marchio, quando verrà disciplinato con un regolamento d'uso, verrà concesso a quelle produzioni che rispettano un disciplinare di produzione con un sistema di certificazione di un organismo terzo.

Il Dipartimento Agricoltura e Sviluppo Rurale della Regione Basilicata, oramai da molti anni sta elaborando politiche finalizzate a tutelare e a promuovere il comparto olivicolo, che rappresenta una componente importante dell'economia agroalimentare lucana.

Con riferimento alla tutela delle produzioni agroalimentari di qualità, l'Assessorato all'Agricoltura della Regione Basilicata ha implementato propri sistemi di qualità.

Con la Legge Regionale n. 26 del 14/10/2008 dal titolo "Tutela delle risorse genetiche autoctone vegetali ed animali di interesse agrario" la Regione mira alla valorizzazione e alla salvaguardia degli agro-ecosistemi, delle produzioni di qualità e delle risorse animali e vegetali autoctone. A tal fine è stabilita l'istituzione del Repertorio regionale, suddiviso nella sezione animale e vegetale, gestito dal Dipartimento Agricoltura e Sviluppo Rurale³⁷.

Al fine di implementare i propri sistemi di qualità, la Regione si avvale della collaborazione dell'ALSIA (Agenzia Lucana di Sviluppo e di Innovazione in Agricoltura).

L'Agenzia ha assunto così un ruolo determinante anche come elemento di raccordo delle azioni operate nel settore primario da ciascuna delle componenti strutturali del sistema lucano dei Servizi di Sviluppo Agricolo. Attualmente l'Agenzia, si occupa delle seguenti attività:

- realizza specifiche azioni informative e formative dirette alle imprese agricole, zootecniche ed agroalimentari, e fornisce loro consulenza per l'ammodernamento, il potenziamento e lo sviluppo al fine di elevarne la produzione, valorizzare le caratteristiche qualitative dei prodotti e contenere l'uso dei pesticidi;
- eroga servizi reali e specialistici con riferimento alla tracciabilità dei prodotti, alla difesa fitosanitaria delle colture, all'ottimizzazione degli usi irrigui delle risorse idriche aziendali ed alla fertirrigazione, alla diffusione della buona pratica agricola;
- attua e partecipa a progetti di interesse regionale, interregionale, nazionale e comunitario in materia di ricerca, sperimentazione e promozione commerciale di prodotti agricoli, formazione professionale, sistemi informativi territoriali, attraverso l'acquisizione di brevetti e/o know-how di cui promuove l'adozione nei processi produttivi delle aziende agricole;
- promuove la valorizzazione dei prodotti tipici lucani, anche attraverso l'uso delle

³⁷L'articolo 1 della Legge Regionale n. 26/2008 concernente le finalità afferma: "la Regione Basilicata tutela, nell'ambito delle politiche di sviluppo, promozione e salvaguardia degli agro-ecosistemi e delle produzioni di qualità, le risorse genetiche autoctone vegetali ed animali, rispettivamente coltivate ed allevate, in pericolo di estinzione o minacciate da erosione genetica. Possono, altresì, essere oggetto di tutela a norma della presente legge le specie, razze, varietà, cultivar, ecotipi e biotipi attualmente scomparsi dal territorio regionale e conservati in orti botanici, allevamenti, istituti sperimentali, banche genetiche, campi catalogo, centri di ricerca di altre regioni o Paesi, per i quali esiste un interesse a favorirne la reintroduzione".

L'articolo 2 stabilisce: "sono considerate risorse genetiche autoctone vegetali ed animali specie, razze, varietà, popolazioni, cultivar, ecotipi, biotipi e cloni allevati o coltivati che siano originari del territorio regionale ovvero che siano stati introdotti nel territorio regionale da almeno cinquanta anni e che, integratisi nell'agro-ecosistema della Regione, abbiano assunto caratteristiche specifiche tali da suscitare interesse ai fini della loro tutela".

L'articolo 3 sancisce: "al fine di consentire la tutela del patrimonio genetico, è istituito il Repertorio regionale, in seguito denominato Repertorio, suddiviso in sezione animale e sezione vegetale, nel quale sono iscritte specie, razze, varietà, popolazioni, cultivar, ecotipi, biotipi e cloni di interesse regionale di cui all'articolo 2. Il Repertorio è gestito dal Dipartimento Agricoltura, Sviluppo Rurale e Economia Montana, di seguito denominato Gestore".

biotecnologie introdotte nella fase di processo, e assicura l'assistenza tecnica alle imprese ed il supporto dei modelli organizzativi che adottano i sistemi di certificazione di qualità all'interno dei processi produttivi in agricoltura.

Le iniziative promozionali finora implementate dall'Assessorato all'Agricoltura sono state sostenute con risorse finanziarie esclusivamente regionali e, relativamente al triennio 2010-2012 hanno raggiunto complessivamente 1,2 milioni di euro e possono essere così ripartite (Tabella 3.1.):

Tabella 3.1. Investimenti in promozione della Regione Basilicata

Anno	Euro
2010	400.000
2011	400.000
2012	400.000

Fonte: elaborazione propria da dati ottenuti dalla Regione Basilicata

Nel triennio 2010-2012, le risorse finanziarie di natura esclusivamente regionale impiegate nei sistemi di qualità sono state complessivamente pari a 300.000 euro (Tabella 3.2.)

Tabella 3.2. Investimenti nei sistemi di qualità

Anno	Euro
2010	100.000
2011	100.000
2012	100.000

Fonte: elaborazione propria su dati ottenuti dalla Regione Basilicata

La Regione Basilicata, nell'ambito della promozione e della valorizzazione dei prodotti agroalimentari, ha partecipato alle seguenti mostre, fiere e manifestazioni:

- “*Olivarum*”, concorso olivicolo giunto alla XIII Edizione svoltasi nel mese di giugno 2014 a Matera, che ha premiato il miglior olio extravergine di oliva prodotto e imbottigliato in Basilicata;
- “*Sana*” di Bologna, Salone internazionale del biologico e del naturale, che si è svolto dall'8 all'11 settembre 2012 a Bologna. La Basilicata era presente con un proprio stand istituzionale;
- “*Le piazze del Bio. Mangia Sano mangia Lucano*”, la manifestazione è stata realizzata per la promozione delle produzioni agroalimentari biologiche;
- “*Real Italian Wine*” di Londra, 16 aziende vitivinicole lucane hanno preso parte il 3 ottobre 2012 all'evento, raggruppate nella collettiva organizzata dal Dipartimento regionale Agricoltura;
- “*Girolio d'Italia*”, la quindicesima tappa di “Girolio d'Italia”, che ha sancito l'entrata nel circuito delle “Città dell'olio” della Città dei Sassi, si è svolta a Matera. In occasione di tale evento, la Regione ha organizzato Convegni e seminari su Olio extravergine e allestito stand di promozione e vendita delle produzioni agroalimentari tipiche;
- “20° edizione della Fruit Logistica di Berlino”, al Salone internazionale del marketing di Berlino la Basilicata ha presentato una selezione di frutta e di ortaggi coltivati con metodo biologico grazie allo stand istituzionale organizzato dal Dipartimento regionale Agricoltura;
- “*Biolife di Bolzano*”, la Basilicata ha preso parte all'annuale edizione dedicata alla promozione del biologico certificato, ritenendo che la manifestazione sia un'importante vetrina per gli imprenditori lucani;
- “*Vinitaly*” 2013, lo stand lucano organizzato dal Dipartimento regionale Agricoltura ha visto la partecipazione di 26 aziende vitivinicole regionali provenienti da tutta la regione.

3.2. L'Economia del Gusto della Basilicata

3.2.A Produzione Agroalimentare ad IG

Il patrimonio delle produzioni agroalimentari di qualità della Basilicata è composto da 10 prodotti ad Indicazione Geografica (IG) di cui 6 DOP e 4 IGP. Il numero degli operatori coinvolti è di 115 (2013)³⁸ ed il fatturato alla produzione, in base agli ultimi dati ISMEA, è stato di 2 milioni di euro (2011). I prodotti DOP/IGP della Basilicata sono produzioni di nicchia, contraddistinti da un forte legame territoriale ed accumulati da una dimensione produttiva limitata. I canali di commercializzazione sono soprattutto punti di vendita specializzati e di vendita diretta, mentre sono quasi assenti i rapporti con la grande distribuzione organizzata^{39,40,41}. (Tabella 3.3.)

Il comparto oleico lucano rappresenta uno dei settori produttivi regionali più rilevanti nell'economia regionale non solo per il volume d'affari ed il numero di addetti e di superfici occupate, ma anche per le implicazioni in termini ambientali-paesaggistici. La superficie coltivata è passata dai 23.000 ettari degli anni ottanta, ai 27.000 di oggi, con circa 6.000 tonnellate di olio prodotto da 51.000 aziende, per lo più di piccole dimensioni, e 154 frantoi. La Basilicata si attesta tra le prime dieci Regioni italiane produttrici di olio di oliva⁴².

L'olio lucano ha ottenuto l'attestazione comunitaria DOP con la denominazione "Vulture" (aprile 2012), che potenzialmente potrebbe coinvolgere quasi 5.000 ettari.

Tabella 3.3. Le produzioni agroalimentari ad IG della Basilicata

DOP	IGP
1.3 Formaggi	
Caciocavallo Silano*	Canestrato di Moliterno
Pecorino di Filiano	
1.5 Oli e grassi	
Vulture	
1.6 Ortofrutticoli	
Fagioli Bianchi di Rotonda	Fagiolo di Sarconi
Melanzana Rossa di Rotonda	Peperone di Senise
2.4 Prodotti di panetteria, pasticceria, confetteria e biscotteria	
Pane di Matera	

* prodotto ad Indicazione Geografica a valenza multi regionale

Fonte: Elaborazione propria su interrogazione dati Commissione Europea, DOOR - Database of Origin and Registration, 2014

I comparti orticolo e lattiero-caseario di qualità esprimono alcuni prodotti di pregio con attestazione comunitaria che hanno potenzialità di crescita ancora non completamente espresse. Un'interessante iniziativa è stata avviata a supporto del "Pecorino di Filiano" (DOP). Questo prodotto, come tante attestazioni comunitarie italiane, presenta alcuni problemi di gestione tra i vari attori della filiera. La Regione Basilicata con l'approvazione della Delibera della Giunta Regionale n. 50 del 25/01/2012 ha avviato il Progetto Integrato di Filiera (PIF) territoriale "Filiera del Pecorino di Filiano DOP" che ha l'obiettivo di migliorare l'efficienza del sistema di raccolta del latte e del conferimento ai caseifici aderenti.

³⁸ ISTAT (2013), Rilevazione sui prodotti agroalimentari di qualità DOP, IGP e STG, http://www.istat.it/it/files/2014/09/Report_DOPIGP.pdf?title=Prodotti+di+qualit%C3%A0+Dop%2C+Igp%2C+Stg+-+18%2Fset%2F2014+-+Testo+integrale.pdf

³⁹ PSR Basilicata, Programma di sviluppo rurale della Regione Basilicata per il periodo 2014-2020, <http://www.basilicatapsr.it/politica-agricola-comune--2014-2020>

⁴⁰ PSR Basilicata Il settore agricolo e agroalimentare della Basilicata. Analisi delle principali filiere agricole regionali, Inea – sede regionale della Basilicata, versione del 18 aprile 2014.

⁴¹ D'Oronzio M.A e Verrascina M. (2012), Agrobiodiversità e produzioni di qualità in Basilicata, Inea

⁴² PSR Basilicata (2014), Dipartimento Agricoltura Informa, <http://www.basilicatapsr.it/item/456-28-e-29-giugno-2014-eventi-per-la-valorizzazione-della-filiera-olivicola-lucana-tra-passata-e-futura-programmazione>

3.2.B I vini ad IG

Il settore vitivinicolo di qualità lucano, seppur quantitativamente contenuto, ad oggi possiede 6 vini a denominazione, di cui 5 DOP (in base alla vecchia classificazione dei vini 1 DOCG e 4 DOC) e 1 IGP. (Tabella 3.4.)

Tabella 3.4. I vini IG della Basilicata

DOCG**	DOP*	DOC**	IGT**
1. Aglianico del Vulture Superiore	1. Aglianico delle Vulture 2. Grottino di Roccanova 3. Matera 4. Terre dell'Alta Val d'Agri		1. Basilicata

** Classificazione della qualità dei vini secondo il Regolamento (CE) n. 1493/99

* Classificazione della qualità dei vini secondo il Regolamento (CE) n. 491/09

Fonte: Elaborazione propria su interrogazione dati Commissione Europea, E-Bacchus, 2014

Dagli ultimi dati pubblicati dall'ISTAT, nel 2013 la produzione di vino complessiva è stata pari a 178.000 ettolitri, di cui 38.000 ettolitri di vino DOP (21%), 28.000 ettolitri di vino IGP (16%) e 112.000 ettolitri di vino comune (63%).

In questi ultimi anni, il numero delle aziende e delle superfici vitate iscritte agli Albi dei vigneti DOP sono aumentate, anche grazie ad un rafforzamento dei vini DOP esistenti, come l'“Aglianico del Vulture” che rappresenta il vino lucano più importante. La produzione di vini ad Indicazione Geografica è passata dal 23% (12% DOP e 11% IGP) del 2005 al 37% (21% DOP e 16% IGP) del 2013⁴³. (Tabella 3.5.)

Tabella 3.5. Produzione dei principali vini a Denominazione d'Origine Protetta

Denominazione	% Sul totale regionale	Denunce		Resa q.li/ha	Prod. Uvs q.li*	Produzione vino hl 2012
		N. Denunce prod.	Ettari relativi			
Aglianico del Vulture	76.96%	207	1.075	100	59.048	19.219
Matera (greco, moro, primitivo, rosso)	11,97%	8	65	100	4.599	2.989
Aglianico del Vulture superiore	5.34%	16	38	65	2.284	1.334

Fonte: elaborazione propria su dati V.Q.P.R.D. d'Italia, Federdoc (2013)

3.2.C Bevande Spiritose

In base al Regolamento (CE) n. 110/2008 (e successive modifiche) relativo alla definizione, alla designazione, alla presentazione, all'etichettatura e alla protezione delle Indicazioni Geografiche delle bevande spiritose, la Regione Basilicata non presenta alcuna Indicazione Geografica registrata.

3.2.D Agricoltura Biologica

L'agricoltura biologica lucana ha avuto una forte espansione fino al 2008, divenendo una delle prime regioni italiane. In controtendenza rispetto ai trend nazionali, negli anni successivi si è assistito ad una forte riduzione degli operatori certificati e delle superfici. Dalle ultime statistiche pubblicate dal SINAB, il numero degli operatori è passato da 4.155 (2008) a 1.166 (2013) e la superficie da 107.151 ettari (2008) a 48.233 ettari (2013). Le aziende agricole biologiche con produzione zootecnica, in base agli ultimi dati disponibili, sono 197 (-60% rispetto al 2009).

La motivazione principale di questa “anomalia” è la fine dell'impegno quinquennale della Regione, sottoscritto nel 2001 dagli operatori lucani, nell'ambito della misura 3.1 “Agricoltura biologica” del Piano di Sviluppo Rurale 2000-2006^{44,45}.

⁴³ I numeri del vino, <http://www.inumeridelvino.it/2014/08/basilicata-produzione-vino-istat-2013.html#more-14825>, (fonte ISTAT)

⁴⁴ SINAB (2014) Bio in cifre 2014, http://www.sinab.it/sites/default/files/share/bio%20in%20cifre%202014_1.pdf

⁴⁵ MIPAAF, Piano di Sviluppo Rurale 2000-2006, <http://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeAttachment.php/L/IT/D/6%252Fa%252Fd%252FD.d1f0eabfb7c237cd96f7/P/BLOB%3AID%3D3186>. Basilicata PSR 2000-2006: “L'autorità responsabile e competente per la gestione del Piano di Sviluppo Rurale è la Regione Basilicata. Il ruolo di attuazione, coordinamento, indirizzo, controllo e vigilanza del PSR è affidato al Dipartimento Agricoltura e

3.2.E Prodotti Agroalimentari Tradizionali (PAT)

In base all'ultimo censimento, i Prodotti Agroalimentari Tradizionali lucani sono 90⁴⁶. Le specialità che presentano il maggior peso nel paniere lucano sono le Paste fresche e i prodotti da forno (31), i Prodotti ortofrutticoli (24), la Carne e trasformati (15) ed i Formaggi (13).

3.3. I marchi collettivi

Per completare l'analisi, si fornisce un quadro dei marchi collettivi registrati a livello nazionale o comunitario con il termine "Basilicata" o "Lucano".

Le organizzazioni pubbliche o private, con l'intento di promuovere il comparto agroalimentare regionale, hanno attivato 4 marchi, tutti riconosciuti a livello comunitario: 3 sono stati i marchi collettivi implementati, riguardanti esclusivamente il settore zootecnico: "Agnello Appulo – Lucano", "Carne Podolica Basilicata" e "Orizzonti Lucani". (Tabella 3.6.)

Tabella 3.6. I marchi collettivi registrati con riferimento alla "Basilicata" o "Lucano"

Denominazione	Titolare	Marchio comunitario	Marchio nazionale	Classe di Nizza
Parco Nazionale del Pollino	Comunità Montana Val Sarmento	•	•	29 30 31 32 33
Agnello Appulo – Lucano	Consorzio CO.P.A.L. Le terre del gusto	•	•	29
Carne Podolica Basilicata	Associazione per la tutela e la valorizzazione del sistema podolico lucano	•		29
Orizzonti Lucani	Associazione provinciale allevatori	•	•	29 30 31

Fonte: Elaborazione propria su interrogazione dati Ufficio Italiano Brevetti e Marchi ed European Trade Mark and Design Network (TMview), 2014

Sviluppo Rurale che avrà la responsabilità del coordinamento per l'applicazione del piano per assicurare sia un monitoraggio continuo sull'andamento della spesa nell'ambito di tutte le specifiche misure, sia un riferimento amministrativo unico. Le funzioni di organismo pagatore saranno assunte dall'AGEA (cui subentrerà l'ARBEA – Agenzia Regione Basilicata Erogazioni in Agricoltura) sino ad avvenuto riconoscimento dell'organismo pagatore regionale. La regione è organismo responsabile delle fasi procedurali fino all'autorizzazione del pagamento, alla quale è delegato ai sensi del Reg. (CE) 1663/95."

⁴⁶ MIPAAF (2014), Quattordicesima revisione dei prodotti agroalimentari tradizionali, <http://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeAttachment.php/L/IT/D/7%252Fa%252F0%252FD.f0ab2e9ee2902b95e1ec/P/BLOB%3AID%3D3276>

4. Calabria

4.1. Le politiche regionali di valorizzazione, tutela e promozione

Dalle informazioni raccolte sui siti istituzionali, si evince che le strategie di promozione sono state fortemente incentrate sulla partecipazione ad eventi B2B, soprattutto in ambito internazionale. Fra le manifestazioni a cui le aziende calabresi hanno partecipato, sotto la regia regionale, vi sono: “*Food Hospitality World 2014*” di Bangalore (India), “*Fruit Logistica 2014*” di Berlino, “*Expo Italia 2013*” di Bruxelles, “*Summer Fancy Food Show - Washington D.C.*”, “*SIAL CHINA*” di Shanghai. La Regione Calabria e Unioncamere Calabria hanno coinvolto alcune aziende agroalimentari calabresi (con una collettiva regionale) a partecipare all’ANUGA di Colonia, che rappresenta la più importante fiera a livello mondiale nel settore del *food and beverage*.

Inoltre, la Regione Calabria ha informato le aziende agroalimentari sulla possibilità di partecipare, nell’autunno 2014, all’“*Italian Fair*”, organizzato dall’ICE presso *Takashimaya*, un’importante catena distributiva giapponese. A livello nazionale, la Regione ha organizzato la partecipazione al “*Vinitaly*” di Verona. La Regione Calabria non ha al momento previsto alcun sistema di qualificazione per la tutela e la valorizzazione delle produzioni agroalimentari di qualità.

4.2 . L’Economia del Gusto della Calabria

4.2.A Produzione Agroalimentare ad IG

Dagli ultimi dati presentati da Unioncamere Calabria, il settore agroalimentare di qualità ha avuto una dinamica positiva⁴⁷. Il patrimonio delle produzioni di qualità calabresi è composto da 14 prodotti ad Indicazione Geografica (IG) di cui 10 DOP e 4 IGP. La Calabria presenta una certa debolezza nel panorama italiano sia in termini di fatturato che di numero di operatori. In particolare il fatturato regionale alla produzione, in base agli ultimi dati ISMEA, si è attestato a 9 milioni di euro (2011) e il numero di operatori è di 553 (2013)⁴⁸. (Tabella 4.1.)

Tabella 4.1. Le produzioni agroalimentari ad IG della Calabria

DOP	IGP
1.2 Prodotti a base di carne	
Capocollo di Calabria Pancetta di Calabria Salsiccia di Calabria Soppressata di Calabria	
1.3 Formaggi	
Caciocavallo Silano*	
1.5 Oli e grassi	
Alto Crotonese Bruzio Lametia	
1.6 Ortofrutticoli e cereali	
Fichi di Cosenza	Cipolla Rossa Tropea Calabria Clementine di Calabria Limone di Rocca Imperiale Patata della Sila
1.8 Altri prodotti dell’allegato I	
Liquirizia di Calabria	
3.2 Oli essenziali	
Bergamotto di Reggio Calabria	

* prodotto ad Indicazione Geografica con valenza multi regionale

Fonte: Elaborazione propria su interrogazione dati Commissione Europea, DOOR - Database of Origin and Registration, 2014

⁴⁷Unioncamere (2014) , Rapporto Unioncamere Calabria, www.uc-cal.camcom.gov.it/uploaded/Rapporto_Calabria.pdf

⁴⁸ ISTAT (2013), Rilevazione sui prodotti agroalimentari di qualità DOP, IGP e STG, http://www.istat.it/it/files/2014/09/Report_DOPIGP.pdf?title=Prodotti+di+qualit%C3%A0+Dop%2C+Igp%2C+Stg+-+18%2Fset%2F2014+-+Testo+integrale.pdf

4.2.B I vini ad IG

Dagli ultimi dati disponibili dall'ISTAT, nel 2013, la produzione vitivinicola complessiva si è attestata a 370.000 ettolitri, in calo rispetto alla produzione del 2008 che era pari a 445.000 ettolitri.

Tabella 4.2. I vini IG della Calabria

DOCG**	DOP*	DOC**	IGP*
	1. Bivongi		1. Arghillà
	2. Cirò		2. Calabria
	3. Greco di Bianco		3. Costa Viola
	4. Lamezia		4. Lipuda
	5. Melissa		5. Locride
	6. S. Anna di Isola Capo Rizzuto		6. Palizzi
	7. Savuto		7. Pellaro
	8. Scavigna		8. Scilla
	9. Terre di Cosenza		9. Valdamato
			10. Val di Neto

** Classificazione della qualità dei vini secondo il Regolamento CE n. 1493/99

* Classificazione della qualità dei vini secondo il Regolamento CE n. 491/09

Fonte: Elaborazione propria su interrogazione dati Commissione Europea, E-Bacchus, 2014

Attualmente il paniere vitivinicolo di qualità è composto da 19 vini a Indicazione Geografica, di cui 9 DOP e 10 IGP. In questi ultimi dieci anni, la Regione Calabria è riuscita a sviluppare una politica vitivinicola fortemente rivolta verso le produzioni di qualità: i vini ad Indicazione Geografica sono passati dal 17% del fatturato vitivinicolo regionale nel 2005, al 45% nel 2013. (Tabelle 4.2. e 4.3.)

Tabella 4.3. Produzione dei principali vini a Denominazione d'Origine Protetta

Denominazione	% Sul totale regionale	Denunce		Resa q.li/ha	Prod. Uvs q.li*	Produzione vino hl 2012
		N. Denunce prod.	Ettari relativi			
Cirò	82,36%	279	423	115	51.021	35.075
Savuto	6,61%	6	37	110	4.050	2.813
Melissa	5,26%	15	28	120	3.200	2.240

Fonte: elaborazione propria su dati V.Q.P.R.D. d'Italia, Federdoc (2013).

4.2.C Bevande Spiritose

In base al Regolamento (CE) n. 110/2008 (e successive modifiche) relativo alla definizione, alla designazione, alla presentazione, all'etichettatura e alla protezione delle Indicazioni Geografiche delle bevande spiritose, la Regione Calabria non presenta alcuna Indicazione Geografica registrata.

4.2.D Agricoltura Biologica

La Calabria, grazie ad una attenta regia regionale, è riuscita a mettere in campo, in questi anni, delle efficaci politiche di sviluppo del regime di qualità dell'agricoltura biologica, riuscendo a conseguire il secondo posto a livello nazionale tra le imprese certificate ed il quarto per superfici coltivate⁴⁹. Il numero degli operatori è passato da 6.640 (2008) a 7.168 (2013), con un incremento di circa 8%, mentre le superfici da 83.237 ettari (2008) a 138.312 ettari (2013) (+66%). Nel 2013 le principali culture biologiche sono l'olivo (51.385 ettari), prati e pascoli (19.739 ettari), culture foraggere (16.734 ettari) e cereali (10.514 ettari). In base agli ultimi dati disponibili, le aziende agricole biologiche con produzione zootecnica, sono triplicate dal 2009, raggiungendo le 307 unità.

4.2.E Prodotti Agroalimentari Tradizionali (PAT)

I Prodotti Agroalimentari Tradizionali indicati dalla Regione Calabria e riportati nell'elenco

⁴⁹ SINAB (2014), Bio in cifre 2014, http://www.sinab.it/sites/default/files/share/bio%20in%20cifre%202014_1.pdf

nazionale, a giugno 2012, ammontano a 269. Il paniere dei PAT è principalmente composto da Paste fresche e prodotti da forno (85) e da Prodotti ortofrutticoli (75)⁵⁰. Rilevanti sono anche le categorie di Carni fresche (28) e dei Formaggi (24).

4.3. I marchi collettivi

Per completare il quadro di analisi, è stata compiuta una ricerca sui marchi collettivi comunitari e nazionali, registrati da organizzazioni pubbliche e private. Attualmente sono stati registrati 33 marchi collettivi, di cui solo 6 nella banca dati comunitaria. (Tabella 4.4.)

Tabella 4.4. I marchi collettivi registrati con riferimento alla "Calabria"

Denominazione	Titolare	Marchio comunitario	Marchio nazionale	Classe di Nizza
Capocollo di Calabria	MIPAAF	•	•	29
Pancetta di Calabria	MIPAAF		•	29
Salsiccia di Calabria	MIPAAF		•	29
Soppressata di Calabria	MIPAAF		•	29
Clè Clementina di Calabria	Regione Calabria	•	•	31
Enoteca Regionale della Calabria	Enoteca Regionale "Casa dei vini di Calabria"		•	33
Tradizioni Reggine	Camera di Commercio di Reggio Calabria		•	29 30 31 32 33
Pane di Cerchiara a lievito madre	Comune di Cerchiara di Calabria		•	30
Fattorie di Calabria	Consorzio Associazioni latte calabresi	•	•	29
Calabria Più	Consorzio Associazioni latte calabresi	•		29
Fiordilatte di Calabria	Consorzio Associazioni latte calabresi	•		29
Croce di Magara - prodotti di Calabria	Consorzio Associazioni latte calabresi		•	29
Cotec Consorzio Olivicolo Terre di Calabria	Consorzio Olivicolo Terre di Calabria	•	•	29
Olio extra vergine di oliva Giardini di Calabria	Consorzio Nazionale degli Ovicoltori C.N.O.		•	29
Consorzio dei Mastri Casari Calabresi	Consorzio dei Mastri Casari Calabresi		•	29
Old Calabria	Fondazione Napoli Novantanove		•	29
Consorzio lattiero caseario "Provola Silana"	Consorzio lattiero caseario "Provola Silana"		•	29
Consorzio di tutela dei salumi di Calabria DOP	Consorzio di tutela dei salumi di Calabria DOP		•	29
Maiale nero di Calabria	Consorzio per il nero di Calabria		•	29 31
Olio Principe di Calabria	Consorzio Olivicolo nel territorio Lamentino		•	29
Consorzio produttori ACRESI	Consorzio produttori ACRESI		•	29
Olio extra vergine di oliva dell'Arberia-Calab	O.P. Ass. l'Olivicola Cosentina S. COOP.ARL		•	29
C.I.O.C. Consorzio interprovinciale olivicolo Calabria	Consorzio interprovinciale olivicolo Calabria		•	29

⁵⁰ MIPAAF (2014), Quattordicesima revisione dei prodotti agroalimentari tradizionali, <http://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeAttachment.php/L/IT/D/7%252Fa%252F0%252FD.f0ab2e9ee2902b95e1ec/P/BLOB%3AID%3D3276>

Nero di Calabria	Consorzio Nero di Calabria	•	29
Consorzio dei vini Calabria CITRA	Consorzio dei vini Calabria CITRA	•	33
Suino nero di Calabria	Consorzio filiera carni Calabria - Le fattorie amiche	•	29
Liquirizia di Calabria	Consorzio per la tutela e la promozione delle piante officinali e loro derivati in Calabria	•	30 31
I.G.P Cipolla Rossa di Calabria	Comitato promotore IGP Cipolla Rossa di Calabria	•	31
CIA - Nelle campagne per sapere, gustare e comprare	Confederazione Italiana Agricoltori Calabria	•	29
Associazione "Accademia della pizza italiana" AA.P.I.	Associazione Accademia della pizza italiana	•	29 30 32 33
Associazione interprovinciale allevatori Catanzaro	Associazione interprovinciale allevatori di Catanzaro e Crotone	•	30
Olio di Calabria IGP	O.P. Ass. l'Olivicola Cosentina S. COOP.ARL	•	29
Calabria - sott'olio	O.P. Ass. l'Olivicola Cosentina S. COOP.ARL	•	29

Fonte: Elaborazione propria su interrogazione dati Ufficio Italiano Brevetti e Marchi ed European Trade Mark and Design Network (TMview), 2014

5. Campania

5.1. Le politiche regionali di valorizzazione, tutela e promozione

Nell'ambito della pubblicità agro-alimentare la Regione Campania opera in diverse direzioni. Istituisce il marchio "MQS – Marchio di Qualità Sanitaria Ambientale", a Legge Regionale n. 5/2013 che, alla luce delle emergenze ambientali e sanitarie avvenute in questi ultimi anni nel territorio campano, si pone di "certificare i territori" in cui si realizzano le produzioni agroalimentari di qualità attraverso un monitoraggio ambientale della qualità dell'aria, dei suoli e dell'acqua correlandoli con aspetti epidemiologici relativi alla salute della popolazione.

Le aziende produttrici di tali alimenti potranno scegliere di sottoporsi ai controlli, demandati agli organi autorizzati (ad esempio A.S.L., Dipartimenti di prevenzione) su base volontaria.

"Sapori di Campania", è un'interessante iniziativa volta alla valorizzazione delle produzioni di qualità campane. La Regione Campania ha registrato il marchio collettivo, così come indicato all'articolo 1 del Regolamento d'uso. Il marchio è finalizzato a⁵¹:

- a) ottenere ed assicurare un elevato livello qualitativo per i prodotti agricoli ed alimentari;
- b) istituire un efficace sistema di controllo per i prodotti delle imprese aderenti al marchio collettivo;
- c) portare a conoscenza dei consumatori, attraverso azioni informative e pubblicitarie, i criteri e le caratteristiche concorrenti all'ottenimento dell'elevato livello qualitativo;
- d) migliorare le condizioni di commercializzazione delle produzioni agro-alimentari delle imprese aderenti al marchio, anche promuovendo e sostenendo sistemi di vendita diretta e di filiera corta.

La Regione Campania, ai fini della corretta individuazione dei criteri e delle caratteristiche concorrenti all'ottenimento dell'elevato livello qualitativo dei prodotti, approva specifici disciplinari per ogni categoria di prodotto.

Il marchio collettivo di qualità "Sapore di Campania" può essere concesso in uso a tutti i produttori dell'Unione Europea per i prodotti e i servizi agricoli ed alimentari che, conformemente al diritto comunitario, godono di particolare tutela nell'Unione Europea e rispondono a determinati requisiti qualitativi.

Le categorie di prodotto previste dall'articolo 5 del Regolamento del Marchio sono:

- prodotti agricoli e trasformati che partecipano ai Sistemi di Qualità Alimentare ai sensi del Regolamento (CE) n. 1698 del Consiglio del 20/09/2005, e successive modifiche e Versione 03/2011 integrazioni, in quanto ottenuti secondo gli specifici disciplinari delle produzioni "Sapore di Campania", approvati con atto monocratico dirigenziale del Settore SIRCA previa validazione ai sensi del successivo articolo 6;
- prodotti ottenuti con metodo di produzione biologica riconosciuti ai sensi dei Regolamenti (CE) n. 834 del Consiglio del 28/06/2007 e n. 889 del Consiglio del 18/09/2008 e successive modifiche ed integrazioni;
- prodotti contrassegnati dalla Denominazione di Origine Protetta (DOP) ed Indicazione Geografica Protetta (IGP), ottenuti sul territorio della Regione Campania;
- prodotti contrassegnati dalla Specialità Tradizionale Garantita (STG);
- vini di qualità ai sensi del Regolamento (CE) n. 1493 del Consiglio del 17/05/1999 e n. 479 del Consiglio del 29/04/2008 e successive modifiche ed integrazioni, ottenuti sul territorio della Regione Campania.

I Disciplinari di Produzione potranno essere proposti alla Regione Campania da produttori singoli e/o associati, Enti di ricerca ed Enti locali interessati. Il disciplinare proposto deve prevedere criteri e norme più rigorosi e specifici di quelli generali istituiti dalla legislazione comunitaria o nazionale, e contenere:

- la descrizione dei criteri di qualità previsti per le varie categorie di prodotti;
- la descrizione del ciclo produttivo, con l'individuazione dei punti critici dei processi e le

⁵¹ Assessorato Agricoltura Regione Campania (2011), Regolamento d'uso del marchio collettivo "Sapore di Campania", http://www.saporedicampania.it/pdf/regolamento_marzo_2011.pdf

conseguenti e specifiche attività di controllo necessarie;

- le modalità specifiche, ove necessario, di applicazione del marchio collettivo.

Le imprese che aderiscono al marchio “Sapore di Campania”, dovranno rispettare il Regolamento d’uso del marchio ed attuare un piano di autocontrollo, avvalendosi eventualmente dei servizi di assistenza tecnica dell’Assessorato all’Agricoltura della Regione Campania e successivamente ricevere la visita ispettiva per la certificazione, da parte di un Organismo di Controllo, che operi in conformità alle norme EN 45001, scelto dalla Regione Campania.

L’ente regionale ha istituito l’“Elenco Regionale degli Operatori Sapore di Campania” (EROSC). Tutte le aziende che vorranno aderire al sistema di qualità alimentare “Sapore di Campania” dovranno essere inserite nel sistema di controllo e avere la licenza d’uso del marchio.

I Disciplinari di Produzione approvati dalla Regione Campania riguardano i seguenti prodotti:

- birra artigianale,
- carne di bovino podolico,
- carne di bufalo,
- miele,
- prodotti delle colture erbacee ed arboree,
- pane casereccio,
- carne di suino,
- coniglio semibrado,
- coniglio ischitano semibrado.

Inoltre, sono in elaborazione, i disciplinari per la mozzarella, la scamorza, la provola, il fiordilatte, il provolone, la ricotta, la ricotta di fuscella, le alici, il nasello, la carne di vitellone, l’olio extravergine e il prosciutto.

In base alla ripartizione provinciale, sono 282 le aziende che si fregiano del marchio “Sapore di Campania”: Avellino (33), Benevento (32), Caserta (24), Napoli (153) e Salerno (40). Nella Tabella 5.1, il numero delle aziende è suddiviso per tipologia produttiva e per provincia⁵².

Tabella 5.1. Aziende aderenti al marchio per tipologia produttiva e per provincia

	Avellino	Benevento	Caserta	Napoli	Salerno	Totale
Carni fresche	5	0	3	11	0	19
Prodotti di pasticceria	4	0	6	0	1	11
Frutta e ortaggi	5	0	3	39	9	56
Formaggi	7	1	4	8	6	26
Latte fresco	0	0	2	0	0	2
Pasta fresca	0	0	1	2	0	3
Salumi	1	0	2	6	2	11
Vendita al dettaglio	0	0	0	17	0	17
Uova	4	0	0	13	0	17
Liquori ed infusi	1	0	0	15	0	16
Conserven e marmellate	7	0	3	18	4	32
Miele	3	2	1	9	2	17
Olio extravergine di oliva	8	0	7	17	12	44
Pane, biscotti e taralli	3	0	0	6	1	10
Prodotti ittici	2	0	0	3	1	6
Ristorazione	4	1	4	48	1	58
Vino	10	2	4	31	2	49
Birra	0	0	0	0	1	1
Totale	64	6	40	243	42	395

Fonte: elaborazione propria su base dati saporidicampania.it

⁵² I dati totali relativi al numero di aziende in Campania e alla ripartizione per tipologia produttiva, differiscono, in quanto alcune aziende hanno richiesto l’utilizzo del marchio per più tipologie.

5.2. L'Economia del Gusto della Campania

5.2.A Produzione Agroalimentare ad IG

La prima componente dell'Economia del Gusto di qualità campana è quella delle produzioni agroalimentari, composta da 22 prodotti ad Indicazione Geografica (IG) di cui 13 DOP e 9 IGP. Il fatturato alla produzione, in base agli ultimi dati ISMEA, è stato di 277 milioni di euro (2011) ed un numero di operatori pari a 3.233 (2013)⁵³. (Tabella 5.2.)

Tra i prodotti ad attestazione comunitaria, la "Mozzarella di bufala campana DOP" rappresenta non soltanto il più importante prodotto del paniere campano, ma anche del centro-sud Italia. Il 92% della produzione avviene nel territorio campano (58% tra le province di Caserta e Napoli ed il 34% a Salerno), il 7% nel basso Lazio e l'1% tra Foggia e Venafro.

Nel 2011 il mercato ha raggiunto la produzione massima di 37,5 milioni di chilogrammi, con un fatturato alla produzione passato da 306 Mio€ (2010) a circa 320 Mio€ (2011) e il fatturato al consumo di circa 500 Mio€⁵⁴. Nella classifica dei fatturati alla produzione e al consumo la "Mozzarella di bufala campana DOP" è al quinto posto (Qualivita Ismea 2012).

La produzione è commercializzata soprattutto nel mercato italiano, un quarto della produzione è esportata in Francia, Germania, Stati Uniti, Gran Bretagna, Svizzera e Giappone.

Le aziende della filiera hanno dovuto affrontare numerose emergenze sanitarie (la brucellosi, la diossina, gli sversamenti di sostanze, lo scandalo della "Terra dei fuochi") che hanno portato in alcuni periodi, a sensibili riduzioni dei consumi nel mercato nazionale e anche in quelli esteri. Per fronteggiare queste emergenze, gli organi di controllo hanno avviato un'intensa attività di *screening* su tutti gli operatori della filiera e la Regione Campania ha approvato, con la Delibera n. 110/2013, il sistema di tracciabilità della filiera bufalina basato sulla raccolta di informazioni genetiche delle singole razze bufaline⁵⁵.

Tra i prodotti di qualità campani, va inoltre menzionata la "Pasta di Gragnano IGP", la cui reputazione e notorietà, lega il nome della pasta, da oltre 500 anni, alla città di Gragnano. Dai dati disponibili dal Consorzio di Tutela, al 30 settembre 2014, la produzione ha raggiunto i 3 milioni di tonnellate di pasta, ovvero il 5% del totale nazionale della forza lavoro del settore, 6 milioni di consumatori. La pasta viene commercializzata in 42 nazioni⁵⁶.

⁵³ ISTAT (2013), Rilevazione sui prodotti agroalimentari di qualità DOP, IGP e STG, http://www.istat.it/it/files/2014/09/Report_DOPIGP.pdf?title=Prodotti+di+qualit%C3%A0+Dop%2C+Igp%2C+Stg+-+18%2Fset%2F2014+-+Testo+integrale.pdf

⁵⁴ Consorzio di Tutela Mozzarella di Bufala Campana, <http://www.mozzarelladop.it>

⁵⁵ Regione Campania (2013), "Sistema di tracciabilità della filiera bufalina", <http://www.beta.regione.campania.it/assets/documents/delibera-tracciabilita-filiera-bufalina.pdf>

⁵⁶ Consorzio Gragnano Città della Pasta, <http://www.consorziogragnanocittadellapasta.it/>

Tabella 5.2. Le produzioni agroalimentari ad IG della Campania

DOP	IGP
1.1 Carni fresche	
Vitellone Bianco dell'Appennino Centrale*	
1.3 Formaggi	
Caciocavallo Silano*	
Mozzarella di Bufala Campana*	
Provolone del Monaco	
1.4 Altri prodotti di origine animale	
Ricotta di Bufala Campana*	
1.5 Oli e grassi	
Cilento	
Colline Salernitane	
Irpinia - Colline dell'Ufita	
Penisola Sorrentina	
Terre Aurunche	
1.6 Ortofrutticoli e cereali	
Cipollotto Nocerino	Carciofo di Paestum
Fico Bianco del Cilento	Castagna di Montella
Pomodoro del Piennolo del Vesuvio	Limone Costa di Amalfi
Pomodoro San Marzano dell'Agro Sarnese Nocerino	Limone di Sorrento
	Marrone di Roccadaspide
	Melanurca Campana
	Nocciola di Giffoni
2.7 Pasta alimentare	
Pasta di Gragnano	

* prodotto ad Indicazione Geografica con valenza multi regionale

Fonte: Elaborazione propria su interrogazione dati Commissione Europea, DOOR - Database of Origin and Registration, 2014

Nel patrimonio agroalimentare campano è possibile annoverare inoltre la "Pizza Napoletana STG", registrata con il Regolamento (UE) n. 97/2010.

5.2.B I vini ad IG

Nel 2013 la produzione complessiva di vino secondo i dati ISTAT è stata di 1,644 milioni di ettolitri (-3% rispetto al 2008), di cui il 72% di vino comune (1,178 milioni di ettolitri) e il 28% di vini di qualità. Attualmente il patrimonio delle Indicazioni Geografiche vitivinicole riconosciute a livello comunitario è composto da 29 vini, di cui 19 DOP (in base alla vecchia classificazione dei vini 4 DOCG e 15 DOC), con una produzione pari a 279.000 ettolitri (17% della produzione totale regionale) e 10 IGP, con una produzione di 187.000 ettolitri (11% della produzione totale regionale). (Tabella 5.3.)

Analizzando le serie storiche di questi ultimi dieci anni della produzione di vino, le politiche vitivinicole non sono riuscite ad elevare la quota di vini a Indicazione Geografica⁵⁷.

⁵⁷ I numeri del vino (2014), <http://www.inumeridelvino.it/2014/08/campania-produzione-di-vino-e-superfici-vitate-aggiornamento-2013.html#more-14717>, (fonte ISTAT)

Tabella 5.3. I vini IG della Campania

DOP*		IGP*
DOCG**	DOC**	IGT**
1. Aglianico del Taburno	1. Aversa	1. Benevento/ Beneventano
2. Fiano di Avellino	2. Campi Flegrei	2. Campania
3. Greco di Tufo	3. Capri	3. Catalanesca del Monte Somma
4. Taurasi	4. Casavecchia di Pontelatone	4. Colli di Salerno
	5. Castel San Lorenzo	5. Dugenta
	6. Cilento	6. Epomeo
	7. Costa d'Amalfi	7. Paestum
	8. Falanghina del Sannio	8. Pompeiano
	9. Falerno del Massico	9. Roccamonfina
	10. Galluccio	10. Terre del Volturno
	11. Irpinia	
	12. Ischia	
	13. Penisola Sorrentina	
	14. Sannio	
	15. Vesuvio	

**Classificazione della qualità dei vini secondo il Regolamento (CE) n. 1493/99

*Classificazione della qualità dei vini secondo il Regolamento (CE) n. 491/09

Fonte: Elaborazione propria su interrogazione dati Commissione Europea, E-Bacchus, 2014

Come si evince dalla Tabella 5.4., la produzione vitivinicola principale in Campania è il “Sannio”, seguito dalla “Falanghina del Sannio”. Due vini che coprono più del 50% dell'intero comparto campano.

Tabella 5.4. Produzione dei principali vini a Denominazione d'Origine Protetta

Denominazione	% Sul totale regionale	Denunce		Resa q.li/ha	Prod. Uvs q.li	Produzione vino hl 2012
		N° denunce prod.	Ettari relativi			
Sannio	28.79%	-	-	135	108.072	75.651
Falanghina del Sannio	26.14%	-	-	120	98.133	68.693
Greco di tufo	11.85%	-	-	70	44.479	31.135
Fiano di avellino	7.18%	-	-	70	26.961	18.873
Taurasi	5.83%	-	-	65	21.903	15.332
Irpinia	5.02%	-	-	110	18.847	13.193

Fonte: elaborazione propria su dati V.Q.P.R.D. d'Italia, Federdoc (2013).

5.2.C Bevande Spiritose

Piccolo tassello del patrimonio dei prodotti di eccellenza campani sono il “Liquore di limone di Sorrento” e il “Liquore di limone della Costa d'Amalfi” ad Indicazioni Geografiche, secondo il Regolamento (CE) n. 110/2008.

5.2.D Agricoltura Biologica

La quarta componente dell'Economia del Gusto di qualità campana è l'agricoltura biologica. Dagli ultimi dati disponibili dal SINAB, nel 2013 il numero di operatori certificati è stato di 1.923 (2013) rispetto ai 1.721 (2008)(+11%). La superficie è passata da 17.515 ettari (2008) a 28.673 ettari (2013) (+63%)⁵⁸. Le principali colture biologiche sono concentrate nell'olivo (8.965 ettari), frutta (7.683 ettari) e frutta in guscio (2.941 ettari). Le aziende agricole biologiche con produzione zootecnica, in base agli ultimi dati disponibili, sono pari a 57 unità.

La politica assortimentale dei prodotti realizzati con metodo biologico in Campania è fortemente aumentata e diversificata: accanto alle produzioni “classiche” della trasformazione agroindustriale

⁵⁸ SINAB (2014), Bio in cifre 2014, http://www.sinab.it/sites/default/files/share/bio%20in%20cifre%202014_1.pdf

quali olio (di oliva e di semi), paste alimentari, vini, succhi di frutta, derivati del pomodoro, si sono affiancate altre produzioni come surgelati, ortaggi della IV gamma e pizze surgelate⁵⁹.

5.2.E Prodotti Agroalimentari Tradizionali (PAT)

Dall'ultimo censimento, pubblicato dal MIPAAF, la Campania si colloca al secondo posto con 429 PAT, dietro alla Toscana con 463. I comparti maggiormente rappresentati sono Prodotti vegetali naturali e trasformati (190), Paste fresche (99), Carni (47) e Formaggi (45)⁶⁰.

5.3. I marchi collettivi

Nell'ambito delle politiche di promozione, oltre ai marchi collettivi registrati dalla Regione Campania, "Le strade del vino della Campania", "Patata Felix" e "Sapore di Campania", altre organizzazioni produttive hanno sviluppato strategie di comunicazione orientate all'utilizzo di marchi collettivi comunitari e nazionali. Attualmente sono registrati 14 marchi di cui 9 a livello europeo. (Tabella 5.5.)

Tabella 5.5. I marchi collettivi comunitari e nazionali registrati con il termine "Campania"

Denominazione	Titolare	Marchio comunitario	Marchio nazionale	Classe di Nizza
Le strade del vino della Campania	Regione Campania	•	•	29 30 31 32 33
Patata Felix	Regione Campania	•	•	29 31
Regione Campania Fattorie Didattiche	Regione Campania		•	43
Sapore di Campania	Regione Campania	•		29 30 31 32 33
Parco metropolitano delle colline di Napoli	Ente parco metropolitano delle colline di Napoli	•	•	29 30 31 32 33 43
Il Grand Gourmet della Tradizione Millenaria della Campania	Ente Provinciale per il Turismo di Salerno		•	29 30 31 32 33
Valsannio Felix	Valsannio Azienda Speciale della Camera di commercio di Benevento	•		33
Consorzio Tutela dell'Olio DOP Cilento Campania Italia	Consorzio per la Tutela e la valorizzazione dell'olio extra vergine di oliva DOP Cilento	•	•	29
Mozzarella di Bufala Campana	Consorzio per la tutela del formaggio Mozzarella di Bufala Campana	•	•	29
Sapori e Tradizione dell'Arte Bianca in Campania	Consorzio A.P.L.P.N. Formazione e Sviluppo	•	•	30 31
Campania Mare	Campania Mare Consorzio Turistico		•	43
Campania Made In-Le Eccellenze della nostra regione	Associazione Campania Made In		•	43
La Tipicheria	Associazione di volontariato "Geofi Los Atella"		•	43
Carne Bovina produttori campani	Associazione Interprovinciale carni bovine	•	•	29

Fonte: Elaborazione propria su interrogazione dati Ufficio Italiano Brevetti e Marchi ed European Trade Mark and Design Network (TMview), 2014

⁵⁹ Regione Campania, Assessorato Agricoltura (2014), <http://www.agricoltura.regione.campania.it/bio/agrobio.html>

⁶⁰Supplemento ordinario alla "Gazzetta Ufficiale n. 141 del 20 giugno 2014, http://www.agricoltura.regione.campania.it/comunicati/pdf/DM_05-06-14.pdf

6. Emilia-Romagna

6.1. Le politiche regionali di valorizzazione, tutela e promozione

Le iniziative che la Regione Emilia-Romagna ha implementato in materia di promozione e valorizzazione dei prodotti agroalimentari sono principalmente a regia dell'Assessorato all'Agricoltura, in collaborazione con il sistema camerale regionale, i principali consorzi di tutela e valorizzazione e l'Enoteca regionale dell'Emilia-Romagna.

Il quadro normativo regionale, inerente le politiche per la promozione e valorizzazione dei prodotti agroalimentari, può essere così schematizzato:

- Legge Regionale n. 16/95, norma quadro per la valorizzazione delle produzioni agroalimentari di qualità, i criteri applicativi sono contenuti nella Delibera di Giunta n. 3865 del 31/10/1995, aggiornati dalla Delibera n. 1940 del 17/09/2008;
- Legge Regionale n. 46/93, quadro normativo per i contributi per la promozione dei prodotti enologici regionali, riguardante la determinazione dei criteri e delle modalità per la concessione dei contributi all'associazione "Enoteca Regionale Emilia-Romagna" e la Delibera di Giunta n. 1405 del 18/07/2008;
- Legge Regionale n. 29/2002 riguardante le "Norme per l'orientamento dei consumi, per l'educazione alimentare e per la qualificazione dei servizi di ristorazione collettiva";
- Legge Regionale n. 23/2000 che regola gli itinerari turistici enogastronomici dell'Emilia-Romagna "Strade dei vini e dei sapori";
- Legge Regionale n. 4/2009, che disciplina il comparto degli agriturismi, mentre i criteri attuativi sono disciplinati dalla Delibera di Giunta n. 1693 del 02/11/2009, modificata dalla Delibera n. 987 del 11/07/2011;
- Legge Regionale n. 4/2009, Titolo II e Delibera di Giunta n. 314 del 8/02/2010 disciplinano le fattorie didattiche.

La Regione Emilia-Romagna nell'ambito di tutte le iniziative promozionali ha messo a punto sistemi di monitoraggio per valutare le ricadute economiche e sociali.

Per quanto concerne la partecipazione delle imprese alle iniziative promozionali, vi è la prassi di somministrare un questionario alla fine di ogni iniziativa: la compilazione è obbligatoria, pena esclusione dalle successive iniziative.

Le iniziative promozionali in materia di prodotti agroalimentari sono equamente sostenute con risorse finanziarie di natura nazionale e regionale, come dimostra la Tabella 6.1.

Tabella 6.1. Suddivisione delle risorse finanziarie

Origine	%	Osservazioni
Comunitaria	-	La Regione ha recentemente partecipato ad un bando ed è in attesa di sapere se sarà selezionata tra i vincitori
Nazionale	50	Trasferimenti statali
Regionale	50	Risorse regionali

Fonte: elaborazione propria da dati ottenuti dalla Regione Emilia-Romagna

L'ammontare complessivo dei finanziamenti destinati ad iniziative di promozione dei prodotti agroalimentari, nel corso del triennio 2010-2012 è desumibile dalla Tabella 6.2.

Tabella 6.2. Finanziamenti della promozione alimentare

Anno	Euro	Osservazioni
2010	2.100.000	Escluso OCM e 133
2011	252.000	Escluso OCM e 133
2012	287.000	Escluso OCM e 133

Fonte: elaborazione propria da dati ottenuti dalla Regione Emilia-Romagna

Le iniziative promozionali finora sviluppate dalla Regione prevedono la valorizzazione dei sistemi di qualità, infatti la Legge Regionale n. 16/95 prevede la promozione delle sole produzioni agroalimentari a qualità regolamentata.

I sistemi di qualità sviluppati dalla Regione sono sostenuti con risorse finanziarie di natura esclusivamente regionale.

Tra le principali iniziative attuate dalla Regione Emilia-Romagna vi è l'istituzione, con Legge Regionale n. 28/99, del sistema di qualità alimentare per le produzioni integrate QC (Qualità Controllata)⁶¹. Come qualsiasi sistema di qualità alimentare, il marchio certificativo QC:

- prevede Disciplinari di Produzione vincolanti, il cui rispetto è verificato da un organismo di controllo indipendente, secondo le norme applicabili della serie EN 45000;
- è aperto a tutti i produttori;
- è trasparente e assicura una tracciabilità completa dei prodotti;
- risponde agli sbocchi di mercato attuali o prevedibili;
- la qualità del prodotto finale dovrà essere significativamente superiore alle norme di commercializzazione corrente in termini di tutela ambientale.

Il marchio QC, attraverso il disciplinare di produzione, regola tutto il processo produttivo: dal metodo di coltivazione (tecnica agronomica, difesa fitosanitaria, diserbo, irrigazione, concimazione) a quello di allevamento.

La garanzia poi si estende alle fasi successive, ovvero alle operazioni di conservazione e trasformazione della materia prima, fino alla vendita del prodotto, al fine di diminuire l'impatto ambientale dei processi produttivi e tutelare la salute dei consumatori⁶².

La Regione ha approvato i Disciplinari di Produzione integrata per^{63,64}:

- produzioni vegetali (orticole, frutticole, erbacee, leguminose, ecc.);
- carne di bovini di razza romagnola e di razza limousine;
- carne ovina di agnellone e castrato;
- carne di coniglio;
- uovo da consumo fresco;
- miele;
- olio extravergine di oliva;
- prodotti ittici (pesci, molluschi e crostacei; prodotto ittico di valle);
- prodotti ottenuti dalla trasformazione dei cereali (farina, semola, pane, grissini e tigelle).

I soggetti elencati nell'articolo 3, della Legge Regionale n. 28/99, ossia produttori agricoli, loro associazioni o consorzi e, a particolari condizioni, le imprese di trasformazione e commercializzazione del settore agroalimentare, possono richiedere l'utilizzazione del marchio presentando una apposita domanda alla Regione.

Il sistema di qualità alimentare QC prevede un'attività di controllo misto, in cui da un lato ci sono le procedure di autocontrollo, dall'altro quella effettuata dalla società di certificazione riconosciuta dalla Regione Emilia-Romagna.

La valorizzazione di tali produzioni attraverso il marchio collettivo QC (Qualità Controllata), nel corso del 2013, ha coinvolto 139 concessionari singoli o associati ubicati nel territorio regionale, ad eccezione di due aziende (una in provincia di Cremona per prodotti orticoli e l'altra a Bolzano per prodotti frutticoli)^{65,66}. (Tabella 6.3.)

⁶¹ La produzione integrata utilizza tutti i mezzi produttivi e di difesa delle produzioni agricole dalle avversità, volti a ridurre al minimo l'uso delle sostanze chimiche di sintesi e a razionalizzare la fertilizzazione, nel rispetto dei principi ecologici, economici e tossicologici.

⁶² Regione Emilia-Romagna (2014), Guida per l'utilizzo del marchio QC Qualità Controllata, <http://agricoltura.regione.emilia-romagna.it/produzioni-agroalimentari/doc/normativa/qualita-controllata-qc/guida-per-l-utilizzo-del-marchio-qualita-controllata-qc/view>

⁶³ Regione Emilia Romagna, Disciplinari di Produzione, <http://agricoltura.regione.emilia-romagna.it/produzioni-agroalimentari/temi/qualita/marchio-qc>

⁶⁴ Regione Emilia-Romagna (2014), <http://agricoltura.regione.emilia-romagna.it/produzioni-agroalimentari/doc/disciplinari/sintesi-dei-disciplinari-di-produzione-integrata-2014>

⁶⁵ Ventura A. (2013), Il marchio QC dell'Emilia Romagna, Convegno "Filieri di Qualità. Esperienze a confronto", http://84.38.50.190/agricoltura/Portals/1/doc/Tipicita2013/06_Alberto_Ventura.pdf

⁶⁶ Fanfani R.e Pieri R. (2013), Il sistema agroalimentare dell'Emilia-Romagna. Rapporto 2013, Maggioli Editore

Tabella 6.3. I concessionari del marchio QC per categorie di Disciplinari di Produzione 2013

Categorie di prodotti	Aziende
Produzioni trasformate	65
Produzioni vegetali	50
Produzione cerealicole	18
Miele	2
Uovo da consumo fresco	2
Carne di agnellone e castrato	1
Prodotti ittici	1

Fonte: elaborazione propria su dati Regione Emilia-Romagna

Il settore delle produzioni trasformate è quello che alle fine del 2013 ha raccolto il maggior numero di adesioni al sistema di qualità alimentare QC con 4 produttori di farina e 61 panificatori, con una produzione di pane stimabile attorno alle 220 tonnellate.

Il comparto delle produzioni vegetali, pur avendo un numero di concessionari inferiori rispetto a quello delle produzioni trasformate, rappresenta sia in valore che in volume uno dei comparti agricoli portanti dell'economia regionale e nazionale. Attualmente sono 50 le aziende che si possono fregiare del marchio QC, operanti sia nella fase di produzione sia in quella di trasformazione. La produzione orticola certificata realizzata è stata di 2,8 milioni di quintali, pari al 13,7% della produzione complessiva delle aziende concessionarie, mentre quella frutticola è stata di 2,7 milioni di quintali, con un'incidenza del 14,5%.

Le aziende che hanno utilizzato il marchio QC in ambito cerealicolo sono 18, mentre per le altre categorie il peso è marginale, ad esclusione dei settori delle carni di bovini di razza romagnola e di razza limousine, carne di coniglio e olio extravergine di oliva, in cui nessun produttore ha richiesto il marchio.

I risultati conseguiti da questo sistema di qualità alimentare sono molto interessanti sia in ambito B2B sia B2C. Nel mercato B2B alcuni *players* della Grande Distribuzione Organizzata hanno utilizzato questo strumento nella valutazione dei fornitori, mentre nel mercato B2C, con il passare degli anni sta aumentando la riconoscibilità dei consumatori del marchio QC, soprattutto nei canali di vendita diretta.

Con l'approvazione del Decreto Ministeriale n. 91 del 24/06/2014⁶⁷, è stato introdotto il regime di equivalenza tra il Sistema di Qualità Nazionale di Produzione Integrata ed i vigenti Sistemi di Qualità Alimentare regionali della produzione integrata, fra cui il marchio QC, i quali dovranno essere conformi al nuovo quadro normativo. Le aziende agricole che aderiscono a tali sistemi di qualità regionali hanno la possibilità di riportare in etichetta il marchio SQNPI⁶⁸, eventualmente affiancato da quello regionale.

⁶⁷ Gazzetta Ufficiale dello Stato italiano, Entrata in vigore del provvedimento: 25/6/2014. Decreto-Legge convertito con modificazioni dalla L. 11 agosto 2014, n. 116 (in S.O. n. 72, relativo alla G.U. 20/8/2014, n. 192), <http://www.gazzettaufficiale.it/eli/id/2014/06/24/14G00105/sg>

⁶⁸ Il Sistema di Qualità Nazionale di Produzione Integrata (SQNPI) è stato istituito all'articolo 2 della Legge n. 4 del 3 febbraio 2011 relativa alle "Disposizioni in materia di etichettatura e di qualità dei prodotti alimentari".

6.2. L'Economia del Gusto dell'Emilia-Romagna

6.2.A Produzione Agroalimentare ad IG

Il sistema agroalimentare in Emilia-Romagna si caratterizza per la rilevanza di numerose produzioni. Il settore ortofrutticolo rappresenta il comparto più importante, seguito dal cerealicolo, dal lattiero-caseario, dall'avicolo e dal suinicolo.

Una componente molto importante del sistema agroalimentare regionale riguarda le produzioni agroalimentari di qualità. Attualmente sono 39 i prodotti ad Indicazione Geografica (IG) di cui 19 DOP e 20 IGP. L'Emilia-Romagna concentra quasi la metà del fatturato nazionale alla produzione ed è la prima regione a livello italiano con 2.860 Mio€ (2011, dati ISMEA). Il numero degli operatori, coinvolti nelle filiere delle produzioni agroalimentari di qualità è pari 6.785 ISTAT, (2013)⁶⁹. (Tabella 6.4.)

Analizzando in dettaglio i dati, si evince che:

- il numero dei produttori è cresciuto nel biennio di rilevazione, attestandosi, nel 2013, a 5.388 unità;
- il numero di allevamenti censito è di 4.588 (2013), la superficie è in leggera crescita, pari a 6.115 ettari (2013);
- il numero di trasformatori è aumentato a 1.502 (2013), con 2.167 impianti di produzione.

I comparti più significativi in termini di numerosità di prodotti e di fatturato sono i formaggi ed i prodotti a base di carne.

Nel *ranking* delle attestazioni comunitarie italiane, il prodotto più rappresentativo è il “Grana Padano DOP” che pur essendo un'Indicazione Geografica multiregionale, nel periodo 2006-2013, ha incrementato del 10% la produzione, attestandosi nell'ultimo anno di rilevazione a 173.917 tonnellate⁷⁰. Il fatturato alla produzione è più che raddoppiato, passando da 846 Mio€ (2005) a 1.790 Mio€(2012) (ISMEA).

Altro prodotto di importanza internazionale è il “Parmigiano Reggiano DOP”, la cui produzione si è attestata, nel 2013 a 132.189 tonnellate, (+13% rispetto al 2006) con un fatturato alla produzione in aumento pari a 1.315 Mio€ (2012).

Il “Prosciutto di Parma DOP” ha registrato un rafforzamento del fatturato alla produzione, passato da 747 Mio€ (2005) a 981 Mio€ (2012), con un incremento del 31%.

Tra le produzioni agroalimentari di eccellenza si segnala l'“Aceto Balsamico di Modena IGP” (con fatturato alla produzione, nel 2012, di 261 Mio€) e la “Mortadella di Bologna IGP” (salume multiregionale, con un fatturato, nel 2012, di 222 Mio€)⁷¹ (ISMEA).

La Regione Emilia-Romagna ha presentato al Ministero delle Politiche Agricole ed Alimentari, la domanda per i seguenti prodotti: “Piadina Romagnola IGP”, “Salama di Sugo IGP” e “Aaglio Bianco Piacentino IGP”.

⁶⁹ ISTAT (2013), Rilevazione sui prodotti agroalimentari di qualità DOP, IGP e STG, http://www.istat.it/it/files/2014/09/Report_DOPIGP.pdf?title=Prodotti+di+qualit%C3%A0+Dop%2C+Igp%2C+Stg+-+18%2Fset%2F2014++Testo+integrale.pdf

⁷⁰ CLAL (2014), www.clal.it

⁷¹ ISMEA (2013), 11° Rapporto 2013 sulle produzioni agroalimentari italiane, Qualivita e ISMEA.

Tabella 6.4. Le produzioni agroalimentari ad IG dell'Emilia-Romagna

DOP	IGP
1.1 Carni fresche	
	Agnello del Centro Italia*
	Vitellone Bianco dell'Appennino Centrale*
1.2 Prodotti a base di carne	
Coppa Piacentina	Coppa di Parma*
Culatello di Zibello	Cotechino Modena*
Pancetta Piacentina	Mortadella Bologna*
Prosciutto di Modena*	Salame Cremona*
Prosciutto di Parma	Salame Felino
Salame Piacentino	Zampone Modena*
Salamini Italiani alla cacciatora*	
1.3 Formaggi	
Casciotta d'Urbino*	
Formaggio di Fossa di Sagliano*	
Grana Padano*	
Parmigiano Reggiano*	
Provolone Valpadana*	
Squacquerone di Romagna	
1.4 Altri prodotti Allegato I	
Aceto Balsamico Tradizionale di Modena	Aceto Balsamico di Modena
Aceto Balsamico Tradizionale di Reggio Emilia	
1.5 Oli e grassi	
Brisighella	
Colline di Romagna	
1.6 Ortofrutticoli e cereali	
	Amarene Brusche di Modena
	Asparago verde di Altedo
	Ciliegia di Vignola
	Fungo di Borgotaro*
Aglio di Voghiera	Marrone di Castel del Rio
Patata di Bologna	Melone Mantovano
	Pera dell'Emilia-Romagna
	Pesca e Nettarina di Romagna
	Riso del Delta del Po*
	Scalognone di Romagna
2.4 Prodotti di panetteria, pasticceria, confetteria o biscotteria	
	Coppia Ferrarese

* prodotto ad Indicazione Geografica con valenza multi regionale

Fonte: Elaborazione propria su interrogazione dati Commissione Europea, DOOR - Database of Origin and Registration, 2014

6.2.B I vini ad IG

Dagli ultimi dati pubblicati dall'ISTAT (2013), la vendemmia 2013 è stata da record, con una produzione di vino, inclusi i mosti, pari a 7,396 milioni di ettolitri (+17% rispetto al 2008), di cui quasi il 60% di vini di qualità ad Indicazione Geografica.

L'Emilia-Romagna è la seconda regione italiana a livello produttivo, con il 15% dei vini prodotti inclusi i mosti, preceduta solo dal Veneto. Attualmente sono registrati a livello comunitario 29 vini IG, di cui 20 DOP (in base alla vecchia classificazione dei vini 2 DOCG e 18 DOC) e 9 IGP. (Tabella 6.5.)

Tabella 6.5. I vini IG dell'Emilia-Romagna

DOP*		IGP*
DOCG**	DOC**	IGT**
1. Colli Bolognesi Classico Pignoletto	1. Bosco Eliceo	1. Bianco di Castelfranco Emilia
2. Romagna Albana	2. Colli Bolognesi	2. Emilia/ dell'Emilia
	3. Colli d'Imola	3. Forlì
	4. Colli di Faenza	4. Fortana del Tanaro
	5. Colli di Parma	5. Ravenna
	6. Colli di Rimini	6. Rubicone
	7. Colli di Scandiano e di Canossa	7. Sillaro/ Bianco del Sillaro
	8. Colli Piacentini	8. Terre di Valeja
	9. Colli Romagna centrale	9. Val Tidone
	10. Gutturmo	
	11. Lambrusco di Sorbara	
	12. Lambrusco Grasparossa di Castelvetro	
	13. Lambrusco Salamino di Santa Croce	
	14. Modena/ di Modena	
	15. Ortrugo dei Colli Piacentini/Ortrugo-Colli Piacentini	
	16. Reggiano	
	17. Reno	
	18. Romagna	

** Classificazione della qualità dei vini secondo il Regolamento CE n. 1493/99

* Classificazione della qualità dei vini secondo il Regolamento CE n. 491/09

Fonte: Elaborazione propria su interrogazione dati Commissione Europea, E-Bacchus, 2014

Dall'analisi della serie storica dei dati della produzione vitivinicola regionale, emerge per quanto riguarda i vini di qualità una perdita di competitività dei vini DOP, il cui peso è passato dal 22,9% (2005) al 20,5% (2013), con una produzione di vino nell'ultima vendemmia pari a 1,517 milioni di ettolitri. I vini IGP della Regione, nel periodo esaminato, hanno avuto una dinamica produttiva sostanzialmente stabile. (Tabella 6.6.)

Tabella 6.6. Produzione dei principali vini a Denominazione d'Origine Protetta

Denominazione	% Sul totale regionale	Denunce		Resa q.li/ha	Prod. Uvs q.li	Produzione vino hl 2012
		N. Denunce prod.	Ettari relativi			
Romagna	23.82%	2423	4.600	140	460.030	305.373
Lambrusco Salamino di S. Croce	14.52%	636	2.532	190	265.893	186.125
Reggiano	10.50%	800	1.072	180	192.903	134.658
Lambrusco di Sorbara	10.05%	552	1.937	180	184.050	128.835
Lambrusco Grasparossa di Castelvetro	8.22%	733	1.333	180	154.632	105.419
Colli piacentini	7.16%	728	1.658	130	147.175	91.825
Modena o di Modena	5.94%	680	1.017	230	108.856	76.199

Fonte: elaborazione propria su dati V.Q.P.R.D. d'Italia, Federdoc (2013)

Nel 2012 la principale DOP regionale, in base ai dati di Federdoc, è il vino "Romagna" (305.373 ettolitri), seguita dal "Lambrusco Salamino di S. Croce" (186.125 ettolitri), "Reggiano" (134.658 ettolitri), "Lambrusco di Sorbara" (128.835 ettolitri) e "Lambrusco Grasparossa di Castelvetro" (105.419 ettolitri).

6.2.C Bevande Spiritose

Tra le produzioni di eccellenza ad Indicazione Geografica, va inserito il “Nocino di Modena”, in base al Regolamento (CE) n. 110/2008 che consente di registrare Indicazioni Geografiche per le bevande spiritose.

6.2.D Agricoltura Biologica

La quarta componente dell'Economia del Gusto di qualità regionale è l'agricoltura biologica. Dai dati, pubblicati dal SINAB, il settore ha mostrato un certo dinamismo e vitalità sia per le aziende certificate che per le superfici coltivate. Infatti il numero degli operatori è passato da 3.525 (2008) a 3.718 (2013) (+5%), mentre le superfici da 62.241 ettari (2008) a 80.924 ettari (2013) (+30%)⁷².

Le colture più importanti sono quelle foraggere (36.148 ettari), i prati e pascoli (19.279 ettari) e i cereali (12.575 ettari). Nel settore della zootecnia biologica, l'Emilia-Romagna è la quarta regione italiana per numero di aziende agricole. Nel 2013 sono state censite 661 unità (+16% rispetto al 2009). Le aziende di acquacoltura biologica sono quattro.

6.2.E Prodotti Agroalimentari Tradizionali (PAT)

Per quanto riguarda i Prodotti Agroalimentari Tradizionali sono stati inseriti in elenco 356 prodotti. Il paniere è composto da Paste fresche e prodotti da forno (156), Prodotti della gastronomia (61), Prodotti ortofrutticoli (55) e Carni e trasformati (47)⁷³.

6.3. I marchi collettivi

Per completare il quadro informativo, è stata compiuta una ricerca sui marchi collettivi registrati, con la finalità di individuare, oltre alla Regione, anche altre organizzazioni economiche territoriali che hanno, in questi anni, sviluppato strategie di promozione del patrimonio enogastronomico di qualità regionale. Attualmente sono 10 i marchi registrati, di cui 7 a livello europeo.

Tabella 6.7. I marchi collettivi registrati con riferimento all'“Emilia-Romagna”

Denominazione	Titolare	Marchio comunitario	Marchio Nazionale	Classe di Nizza
Pera dell'Emilia-Romagna	MIPAAF	•	•	31
Enoteca regionale Emilia-Romagna	Enoteca regionale Emilia-Romagna	•	•	33 43
Pera dell'Emilia-Romagna IGP	Consorzio della Pera dell'Emilia-Romagna IGP		•	31
ESAVE	Ente per gli Studi e l'Assistenza Viticola ed Enologica	•	•	31 33
Patata tipica di Bologna Emilia-Romagna Italy	Consorzio per la Patata Tipica di Bologna	•	•	31
Patata tipica di Bologna Emilia-Romagna Italy	Consorzio per la Valorizzazione dei prodotti ortofrutticoli	•		29 31
Patata tipica di Bologna con selenium	Consorzio per la Patata Tipica di Bologna		•	31
Anguilla Marinata Tradizionale delle Valli di Comacchio	Consorzio del Parco Regionale del Delta del Po	•	•	29
Parco Regionale del Delta del Po Emilia-Romagna	Consorzio del Parco Regionale del Delta del Po	•	•	29 30 31 32 33
Parco Delta del Po Emilia-Romagna -Prodotti di Qualità	Consorzio del Parco Regionale del Delta del Po		•	29 30 31 32 33

Fonte: Elaborazione propria su interrogazione dati Ufficio Italiano Brevetti e Marchi ed European Trade Mark and Design Network (TMview), 2014

⁷² SINAB (2014), Bio in cifre 2014, http://www.sinab.it/sites/default/files/share/bio%20in%20cifre%202014_1.pdf

⁷³ MIPAAF (2014), Quattordicesima revisione dei prodotti agroalimentari tradizionali, <http://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeAttachment.php/L/IT/D/7%252Fa%252F0%252FD.f0ab2e9ee2902b95e1ec/P/BL0B%3AID%3D3276>

7. Friuli Venezia Giulia

7.1. Le politiche regionali di valorizzazione, tutela e promozione

Tra le iniziative più rilevanti messe in campo dalla Regione Friuli Venezia Giulia vi è l'adozione del sistema di qualità alimentare regionale "AQuA – Agricoltura Ambiente Qualità", istituito in base alla Legge Regionale n. 21/2002 relativa alle "Norme per la valorizzazione dei prodotti agricoli ed alimentari di qualità"⁷⁴.

La Regione, con questo strumento, intende promuovere la produzione, la commercializzazione e la valorizzazione dei prodotti agricoli, zootecnici, ittici, silvo-pastorali, nonché le produzioni ottenute utilizzando le metodologie riconducibili alle misure agro-ambientali attuate secondo le disposizioni vigenti in materia di agricoltura ecocompatibile.

I prodotti che potranno fregiarsi del marchio dovranno avere caratteristiche qualitative distintive rispetto agli omologhi della stessa categoria.

La norma regionale prevede che sia demandato all'Ente Regionale (ERSA) la promozione e l'organizzazione delle attività necessarie alla gestione e al rilascio del marchio medesimo.

L'ERSA inoltre con propria deliberazione, approvata dalla Giunta regionale, individua i tipi di prodotto da ammettere al Marchio e approva i relativi Disciplinari di Produzione, nonché le modifiche degli stessi, nei quali sono previsti i metodi di ottenimento del prodotto necessari per diminuire l'impatto ambientale dei processi produttivi e tutelare la salute del consumatore.

I Disciplinari di Produzione, elaborati per categoria di prodotto, fresco o trasformato, devono comprendere almeno i seguenti elementi:

- descrizione dei requisiti del prodotto, con l'indicazione delle principali specifiche di tipo fisico, chimico, microbiologico e organolettico;
- descrizione delle fasi e delle tecniche di produzione, trasformazione e conservazione necessarie per l'ottenimento delle caratteristiche qualitative del prodotto;
- criteri di identificazione e rintracciabilità, dalle materie prime al prodotto finale.

Questo sistema di qualità regionale ha raggiunto la piena operatività solo in questi ultimi anni, in quanto nel regolamento d'uso del marchio, oltre alla qualità, disciplinava anche l'origine dei prodotti, andando così in contrasto con la normativa dei regimi di qualità delle produzioni DOP e IGP. La Regione Friuli Venezia Giulia ha apportato le necessarie modifiche delle norme regionali, che sono state approvate dall'Unione Europea.

Nel 2012 è stato approvato il disciplinare di produzione dell'"asparago bianco"⁷⁵ mentre nel 2014 sono stati approvati quelli della "trota iridea e del salmerino"⁷⁶, della "mela"⁷⁷, delle "carni suine"⁷⁸ e del "latte crudo vaccino e derivati"⁷⁹

⁷⁴ Agenzia Regionale per lo Sviluppo Rurale (2012), Regolamento d'uso del marchio collettivo, http://www.ersa.fvg.it/divulgativa/i-prodotti-a-qu-a/marchio-aqua-documentazione/normativa-di-riferimento_marchio-aqua/Marchio%20AQUA%20-%20Regolamento%20duso%20-%2027.09.2012.pdf/

⁷⁵ Agenzia Regionale per lo Sviluppo Rurale (2012), Disciplinare tecnico di produzione Asparago Bianco, <http://www.ersa.fvg.it/divulgativa/i-prodotti-a-qu-a/marchio-aqua-documentazione/disciplinari%20tecnici/asparago-bianco/Disciplinare%20asparago%20bianco.pdf/>

⁷⁶ Agenzia Regionale per lo Sviluppo Rurale (2012), Disciplinare tecnico di produzione Trota Iridea e Salmerino, http://www.ersa.fvg.it/divulgativa/i-prodotti-a-qu-a/marchio-aqua-documentazione/disciplinari%20tecnici/trota-iridea-e-salmerino/Trota%20e%20salmerino_BUR.pdf

⁷⁷ Agenzia Regionale per lo Sviluppo Rurale (2012), Disciplinare tecnico di produzione della Mela, http://www.ersa.fvg.it/divulgativa/i-prodotti-a-qu-a/marchio-aqua-documentazione/disciplinari%20tecnici/mela/Mela%20e%20derivati_BUR.pdf

⁷⁸ Agenzia Regionale per lo Sviluppo Rurale (2012), Disciplinare tecnico di produzione Carni Suine, http://www.ersa.fvg.it/divulgativa/i-prodotti-a-qu-a/marchio-aqua-documentazione/disciplinari%20tecnici/carni-suine/Disciplinare%20tecnico%20prodotto%20_carne%20suina_.pdf

⁷⁹ Agenzia Regionale per lo Sviluppo Rurale (2012), Disciplinare tecnico di produzione Latte crudo vaccino e derivati, http://www.ersa.fvg.it/divulgativa/i-prodotti-a-qu-a/marchio-aqua-documentazione/disciplinari%20tecnici/latte-crudo-vaccino-e-derivati/latte%20crudo%20vaccino%20e%20derivati_BUR.pdf.pdf

7.2. L'Economia del Gusto del Friuli Venezia Giulia

7.2.A Produzione Agroalimentare ad IG

Il Friuli Venezia Giulia ha un paniere di prodotti con regime di qualità DOP e IGP estremamente esiguo. Attualmente sono solo sei le produzioni agroalimentari ad Indicazione Geografica (IG) di cui 5 DOP e 1 IGP. Il fatturato alla produzione è stato pari a 332 Mio€ ISMEA (2011) ed il numero di operatori coinvolti è di 866 ISTAT (2013)^{80,81}. (Tabella 7.1.)

Tabella 7.1. Le produzioni agroalimentari ad IG del Friuli Venezia Giulia

DOP	IGP
1.2 Prodotti a base di carne	
Prosciutto San Daniele	Prosciutto di Sauris
Salamini Italiani alla Cacciatora*	
1.3 Formaggi	
Montasio*	
1.5 Oli e grassi	
Tergeste	
1.6 Ortofrutticoli e cereali	
Brovada	

* prodotto ad Indicazione Geografica con valenza multi regionale

Fonte: Elaborazione propria su interrogazione dati Commissione Europea, DOOR - Database of Origin and Registration, 2014

Tra i sei prodotti con l'attestazione comunitaria, va menzionato il "Prosciutto San Daniele DOP", salume riconosciuto sia dal mercato domestico sia da quello estero⁸². La produzione certificata è passata da 25.557 tonnellate (2010) a 27.454 tonnellate ISMEA (2012). Il fatturato alla produzione è passato da 242 (2008) a 312 (2012) milioni di euro. Al Consorzio del "Prosciutto di San Daniele DOP" oggi aderiscono 31 produttori di prosciutto, tutti situati nel comune di San Daniele del Friuli (UD). Il comparto produttivo conta 4.290 allevamenti e 71 macelli tutti ubicati nelle dieci Regioni italiane previste dal Disciplinare.

La Regione Friuli Venezia Giulia ha avviato l'iter per il riconoscimento comunitario dei seguenti prodotti: "Mela friulana DOP", "Succo di mela del Friuli DOP", "Formaggio Asino IGP", "Putizza", "Sardina del golfo di Trieste" e "Prosciutto cotto di Trieste"⁸³.

7.2.B I vini ad IG

La produzione di vino inclusi i mosti, è stabile, con un livello produttivo di 1,073 milioni di ettolitri (2013), di cui circa un 40% di vini a Indicazione Geografica. Il patrimonio vitivinicolo di qualità del Friuli Venezia Giulia è composto da 17 vini IG, di cui 14 DOP (in base alla vecchia classificazione dei vini 4 DOCG e 10 DOC) e 3 IGP. (Tabella 7.2.)

⁸⁰ ISTAT (2013), Rilevazione sui prodotti agroalimentari di qualità DOP, IGP e STG, http://www.istat.it/files/2014/09/Report_DOPIGP.pdf?title=Prodotti+di+qualit%C3%A0+Dop%2C+Igp%2C+Stg++18%2Fset%2F2014+-+Testo+integrale.pdf

⁸¹Un quadro dell'economia agroalimentare friulana è consultabile in alcuni documenti del Programma PSR 2014.2020, approvato dalla Giunta regionale con la Delibera n. 1243/2014, <http://www.conaf.it/sites/default/files/Testo%20integrale%20della%20Delibera%20n%201243-2014.pdf>

⁸² Alcune informazioni relative al "Prosciutto Crudo San Daniele DOP" sono consultabili al seguente indirizzo <http://www.prosciuttosandaniele.it>. Il Consorzio è stato costituito nel 1961 da alcuni cittadini di San Daniele e da tutti i produttori del Prosciutto di San Daniele dell'epoca con lo scopo di tutelare il nome Prosciutto di San Daniele e di stabilire delle regole che fossero obbligatorie ed uguali per tutti i produttori. Le norme riguardavano gli elementi essenziali della produzione del prosciutto: la provenienza dei maiali; il luogo della stagionatura; le fasi della lavorazione; la durata minima della stagionatura; le caratteristiche organolettiche. Dopo una prima fase a carattere volontario, il Parlamento italiano ha promulgato la Legge n. 507/1970, relativa alla tutela delle denominazioni di origine e tipica del "prosciutto di San Daniele" e ha anche stabilito le regole di produzione, recependo le norme con cui i produttori si erano autoregolati fin dalla costituzione del Consorzio. Con questa norma, il "Prosciutto di San Daniele fu tutelato dalle Denominazione di Origine Controllata (DOC). Successivamente, fu promulgata la Legge n. 30/1990 che ha rafforzato la tutela del San Daniele, con l'innalzamento del livello dei criteri di qualità e l'ampliamento dei controlli oltre ad una nuova attribuzione di ruoli e prerogative al Consorzio. Nel 1996 ai sensi del Regolamento (CEE) n. 2081/92 (oggi abrogato e sostituito dal Reg. CE n. 1151/2012) con il Reg. CE 1107 l'Unione Europea iscrive il prosciutto di San Daniele tra i prodotti europei su cui estende la tutela e la protezione comunitaria: il prosciutto di San Daniele diventa DOP Denominazione di Origine Protetta.

⁸³ Regione Friuli Venezia Giulia, marchi di qualità, il quadro normativo, <http://www.regione.fvg.it/rafvfg/cms/RAFVG/economia-imprese/agricoltura-foreste/FOGLIA32/>

Tabella 7.2. I vini IG del Friuli Venezia Giulia

DOP*		IGP*
DOCG**	DOC**	IGT**
1. Colli Orientali del Friuli Picolit	1. Carso/Carso-Kras	1. Alto Livenza
2. Lison	2. Collio Goriziano/Collio	2. delle Venezie
3. Ramandolo	3. Friuli Annia	3. Venezia Giulia
4. Rosazzo	4. Friuli Aquileia	
	5. Friuli Colli Orientali	
	6. Friuli Grave	
	7. Friuli Isonzo/Isonzo del Friuli	
	8. Friuli Latisana	
	9. Lison- Pramaggiore	
	10. Prosecco	

** Classificazione della qualità dei vini secondo il Regolamento (CE) n. 1493/99

* Classificazione della qualità dei vini secondo il Regolamento (CE) n. 491/09

Fonte: Elaborazione propria su interrogazione dati Commissione Europea, E-Bacchus, 2014

Tra le produzioni di qualità friulane, ad eccezione del “Prosecco DOP” (attestazione comunitaria multi regionale, con una produzione regionale, nel 2012, di 72.000 ettolitri) che registra una dinamica produttiva in crescita, gli altri vini di qualità hanno segnalato una riduzione in termini di produzione. A livello produttivo, la maggiore DOP regionale, nel 2012 è stata il “Friuli Grave” (160.000 ettolitri), seguita da “Colli Orientali del Friuli” (77.000 ettolitri) e dal “Collio” (60.000 ettolitri)⁸⁴. (Tabella 7.3.)

Tabella 7.3. Produzione dei principali vini a Denominazione d’Origine Protetta⁸⁵

Denominazione	% Sul totale regionale	Denunce		Resa q.li/ha	Prod. Uvs q.li	Produzione vino hl 2012
		N. Denunce prod.	Ettari relativi			
Prosecco	81%	10.744	14.285	180	2.571.045	1.798.032**
Friuli Grave	7,25%	1.096	2.879	120	292.541	160.875
Colli Orientali del Friuli	3,47%	229	907	120	71.219	48.891
Collio	2,68%	318	1234	110	85.919	59.568

Fonte: elaborazione dati propria su dati Federdoc 2013 ** Dato produttivo aggregato Regioni Friuli V.G. e Veneto

7.2.C Bevande Spiritose

Un altro comparto del *beverage*, che riveste per tradizione una certa importanza nell’economia friulana è quello delle bevande spiritose. Attualmente sono quattro i prodotti ad Indicazione Geografica: “Grappa friulana/Grappa del Friuli”, “Williams friulano/Williams del Friuli”, “Sliwovitz del Friuli-Venezia Giulia” e “Kirsch Friulano/Kirschwasser Friulano”, registrati secondo il Regolamento (CE) n. 110/2008⁸⁶.

7.2.D Agricoltura Biologica

L’agricoltura biologica friulana ha un peso relativamente limitato sia nel contesto dell’economia agroalimentare friulana sia nel settore dell’agricoltura biologica italiana⁸⁷. Il numero degli operatori certificati, nel 2013, è stato pari a 417 (+55% rispetto al 2008) e la superficie è di 3.730 ettari (+ 5% rispetto al 2008).

Le principali colture sono prati e pascoli, vite, cereali e colture industriali. Le aziende agricole

⁸⁴ I numeri del vino (2014), <http://www.inumeridelvino.it/2014/04/friuli-venezias-giulia-produzione-di-vini-doc-e-docg-aggiornamento-2012.html>, fonte (ISTAT)

⁸⁵ Federdoc (2013), <http://www.federdoc.com/pdf/vinitaly2014-web.pdf>

⁸⁶ La scheda tecnica del “Brandy Italiano” e della “Grappa”, in base a quanto previsto dalla normativa vigente, indicano il territorio di produzione quello nazionale.

⁸⁷ SINAB (2014), Bio in cifre 2014, http://www.sinab.it/sites/default/files/share/bio%20in%20cifre%202014_1.pdf

biologiche con produzione zootecnica, in base agli ultimi dati disponibili, sono pari a 44 unità ed è presente nel territorio regionale un'azienda di acquacoltura biologica.

7.2.E Prodotti Agroalimentari Tradizionali (PAT)

Per quanto riguarda i Prodotti Agroalimentari Tradizionali sono state censiti 156 alimenti. Il paniere è composto principalmente da Carni (45) e Prodotti ortofrutticoli (36)^{88,89}.

7.3. I marchi collettivi

Oltre alle politiche di tutela e promozione del patrimonio enogastronomico friulano, condotte dalla Regione grazie agli aiuti comunitari, altre organizzazioni produttive hanno sviluppato delle strategie comunicazionali orientate all'utilizzo di marchi collettivi. Nella ricerca che è stata effettuata sono stati censiti 7 marchi collettivi, di cui 5 registrati a livello comunitario. (Tabella 7.4.)

Tabella 7.4. I marchi collettivi registrati con riferimento al "Friuli Venezia Giulia"

Denominazione	Titolare	Marchio comunitario	Marchio nazionale	Classe di Nizza
Friuli Venezia Giulia	Regione Autonoma Friuli Venezia Giulia		•	43
Prodotto nella Regione Friuli-Venezia Giulia	Ente Regionale per la Promozione e Sviluppo dell'Agricoltura	•	•	29 30 31 32 33
Friuli Venezia Giulia -Via dei Sapori	Friuli Venezia Giulia-Via dei Sapori-Consorzio di ristoratori	•		29 30 31 33 43
Asparago Bianco del Friuli Venezia Giulia	Associaz. Per la valorizzazione del asparago bianco del Friuli Venezia Giulia	•	•	29 31 43
Friuli di Gusto	Confcooperative Associazione Cooperative Friulane	•	•	29 30 31 32 33
Malga Montasio	Associazione Allevatori del Friuli Venezia Giulia	•	•	29 43
Gruppo Allevatori Custodi del Friuli Venezia Giulia	Associazione Allevatori del Friuli Venezia Giulia		•	29 31

Fonte: Elaborazione propria su interrogazione dati Ufficio Italiano Brevetti e Marchi ed European Trade Mark and Design Network (TMview), 2014

⁸⁸ MIPAAF (2014), Quattordicesima revisione dei prodotti agroalimentari tradizionali, <http://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeAttachment.php/L/IT/D/7%252Fa%252F0%252FD.f0ab2e9ee2902b95e1ec/P/BLOB%3AID%3D3276>

⁸⁹ Regione Friuli Venezia Giulia (2014), Deliberazioni adottate dalla Giunta regionale, http://www.regione.fvg.it/asp/delibere/layout2008_2.asp?pag=1&num=1243&tx_dataDel=04.07.2014&key=&uf=&btnCerca=vai

8. Lazio

8.1. Le politiche regionali di valorizzazione, tutela e promozione

Le politiche per la promozione e la valorizzazione dei prodotti agroalimentari, sono costituite da:

- Legge Regionale n. 2 del 06/02/2003, articolo 83 (Interventi per la valorizzazione e la promozione dei prodotti agricoli);
- Legge Regionale n. 21 del 03/08/2001, Disciplina delle strade del vino, dell'olio d'oliva e dei prodotti agroalimentari tipici e tradizionali;
- Delibere della Giunta Regionale annuali, che approvano i Piani di promozione dei prodotti agroalimentari;
- Programma Regionale di Comunicazione ed Educazione Alimentare "Sapere i sapori".

Le principali azioni sviluppate dall'Assessorato all'agricoltura della Regione Lazio⁹⁰ riguardano:

- valorizzazione delle produzioni enogastronomiche laziali che utilizzano i regimi di qualità comunitari (DOP, IGP e biologico);
- commercializzazione delle produzioni agroalimentari locali, nei vari canali distributivi, in particolare, nel mercato regionale. Tra le iniziative più efficaci vi è quella "Lazio Qualità Spese Bene", promossa nel 2009, dall'Assessorato all'Agricoltura, dall'ARSIAL e da Unicoop Tirreno che ha permesso di commercializzare, in oltre 150 punti di vendita Coop in Toscana, Lazio, Campania ed Umbria, circa 1.500 referenze di 121 imprese agroalimentari laziali⁹¹;
- partecipazione a manifestazioni espositive internazionali, nazionali e regionali, sia in ambito B2B sia B2C (Vinitaly, Cibus, Salone del Gusto ecc), per accrescere il livello di competitività delle aziende;
- sviluppo di reti di imprese agroalimentari che favoriscano l'imprenditoria giovanile e femminile con l'implementazione di misure agro-ambientali e Sistemi di Qualità Alimentare certificata, in particolare, nell'ambito della tracciabilità di prodotto;
- promozione delle Strade del vino e dell'olio, nonché altri percorsi enogastronomici regionali.

Le iniziative messe in campo dalla Regione Lazio sono gestite in parte dall'Assessorato Agricoltura, in parte con altri Soggetti (Assessorati diversi dall'Agricoltura, Agenzie, Enti Strumentali ecc.) e anche in partnership con le aziende che utilizzano misure di sostegno alla promozione (misura 133 del PSR, OCM Vino promozione sui mercati dei Paesi Terzi).

In base ai dati forniti dalla Regione Lazio, l'ammontare complessivo dei finanziamenti destinati ad iniziative di promozione dei prodotti agroalimentari, relativo al triennio 2010-2012, è stato così ripartito: (Tabella 8.1.)

Tabella 8.1. Finanziamenti per informazione e promozione

Anno	Euro
2010	2.100.000
2011	252.000
2012	287.000

Fonte: elaborazione propria su dati ottenuti dalla Regione Lazio

Un interessante progetto di promozione di produzioni agroalimentari di qualità in area protetta, denominato "Natura in campo – I prodotti dei parchi" è stata realizzato dall'Agenzia Regionale Parchi.

Il progetto agisce attraverso due principali linee di intervento:

⁹⁰Le attività promozionali finora sviluppate dalla Regione sono state affiancate da sistemi di monitoraggio finalizzati a valutarne le ricadute economiche e sociali. Il principale sistema di monitoraggio adottato consiste nel somministrare questionari alle aziende laziali, aderenti alle iniziative promozionali nazionali ed internazionali promosse dall'Assessorato, al fine di ottenere una panoramica il più possibile esaustiva dei punti di forza e debolezza delle iniziative sviluppate ed ottenere eventuali critiche e consigli.

⁹¹ Regione Lazio (2013), Lazio qualità spese bene, www.arsialweb.it/cms/images/stories/com Lazio2.doc

- i. attivazione delle fattorie educative rivolte a visitatori, interessati a partecipare direttamente a tutte le fasi del processo produttivo nelle aziende agricole;
- ii. valorizzazione delle categorie di prodotto rientranti nell'elenco sopra riportato, attraverso:
 - censimento delle produzioni agroalimentari di qualità in area protetta e la realizzazione dell'Atlante dei prodotti dei Parchi del Lazio;
 - adozione del marchio collettivo "Natura in Campo - I prodotti dei Parchi" per i prodotti dei parchi in base al disciplinare approvato dalla Giunta Regionale del Lazio nel 2004 e revisionato nel 2010, che stabilisce requisiti e modalità di concessione ed utilizzazione del marchio stesso e che prevede, tra l'altro, l'applicazione di un dispositivo di controllo di conformità per le aziende interessate;
 - svolgimento di attività promozionali, fra cui l'apertura di una rete di punti di vendita nelle aree protette, partecipazione a manifestazioni fieristiche, gestione del sito web, sviluppo di nuovi canali di commercializzazione (filiera corta, gruppi di acquisto ecc).

Gli obiettivi di questa esperienza riguardano⁹²:

- promozione di forme di collaborazione tra gli enti gestori delle Aree Naturali Protette, compresi i Siti di Interesse Comunitari (SIC) e Zone di Protezione Speciale (ZPS) ed i produttori che operano nelle aree stesse o limitrofe secondo criteri di sostenibilità ambientale;
- incentivazione, la qualificazione e la commercializzazione delle produzioni agroalimentari realizzate con metodi sostenibili, contribuendo alla conservazione della biodiversità delle Aree Naturali Protette;
- promozione dell'imprenditoria e l'occupazione nelle Aree Naturali Protette, favorendo la conoscenza delle produzioni locali presso i consumatori;
- incentivazione di sistemi di tracciabilità e rintracciabilità a tutela dei produttori e dei consumatori;
- costituzione di associazioni/consorzi tra produttori/trasformatori per migliorare la diffusione delle iniziative di promozione del marchio "Natura in campo – I prodotti dei parchi".

Questo marchio è concesso alle produzioni agroalimentari conformi al disciplinare d'uso del marchio collettivo e alle normative comunitarie, nazionali e regionali in materia di sanità, sicurezza ed ambiente. Inoltre, esso non può, in nessun caso, costituire marchio principale relativo alla provenienza e all'origine dei prodotti, bensì marchio aggiuntivo avente esclusivamente fini di promozione e valorizzazione di prodotti rispondenti ai criteri fissati dal disciplinare.

Il marchio deve essere utilizzato congiuntamente al nome dell'Area Naturale Protetta o della SIC o ZPS. I soggetti che possono richiedere l'uso del marchio devono svolgere la propria attività (coltivazione, allevamento, impianto di trasformazione/confezionamento) all'interno delle aree indicate.

Le categorie di prodotto a cui concedere l'uso del marchio deve soddisfare obbligatoriamente almeno uno dei seguenti requisiti:

- prodotti biologici certificati o in conversione;
- prodotti tradizionali censiti nell'elenco dei Prodotti Agroalimentari Tradizionali Regionali;
- prodotti ottenuti da varietà o razze iscritte al Registro Volontario Regionale delle risorse genetiche autoctone di interesse agrario a rischio di erosione (Legge Regionale n. 15/00);
- prodotti biodinamici;
- prodotti certificati secondo lo standard Globalgap;
- prodotti da aziende con certificazioni ambientali ISO 14001 o EMAS o che producono almeno il 30% di energia da fonte rinnovabile.

Dall'elenco sono esclusi i prodotti alimentari e i vini a Indicazione Geografica (DOP e IGP).

Il disciplinare d'uso indica i requisiti necessari per l'ottenimento del marchio. Le aziende devono dimostrare di attuare pratiche di salvaguardia ambientale tali da consentire il raggiungimento di un

⁹² Regione Lazio, Disciplinare per la concessione d'uso del marchio collettivo "NATURA IN CAMPO – I prodotti dei parchi", allegato 1, www.naturaincampo.it/naturaincampo/elementi/disciplinare_Natura_in_campo.pdf

valore di almeno a 3 punti, come sommatoria dei punteggi dei requisiti sotto riportati nella Tabella 8.2.

Tabella 8.2. Disciplinare d'uso del marchio

Requisiti	Descrittori	Punti
1 Certificazioni	1.1 Biologica	3
	1.2 Biodinamica	3
	1.3 Ambientale (ISO 14001 e EMAS)	3
	1.4 Ecolabel	2
	1.5 Qualità (ISO 9001)	2
	1.6 Globalgap	2
2 Energia e rinnovabili	2.1. Almeno il 30% di energia da fonte rinnovabile	3
	2.2. Almeno il 20% di energia da fonte rinnovabile	2
	2.3. Utilizzo di macchinari a basso consumo di energia	0,5
	2.4. Efficienza energetica delle lampadine (almeno il 50% di tutte le lampadine deve essere di classe A)	0,5
3 Tecniche agricole	3.1 Concimazioni del terreno: (almeno il 50% delle sostanze organiche e pratiche di sovescio)	1
	3.2 Utilizzo di fitofarmaci che non devono essere classificati come "molto tossici", "tossici" e "nocivi"	1
	3.3 Utilizzo di diserbanti non di sintesi	1,5
	3.4 Controllo delle patologie: utilizzo della lotta guidata	1
	3.5 Impiego di macchinari agricoli alimentati a combustibili ecologici	1
4 Sostenibilità della produzione	4.1 Utilizzo delle materie prime ottenute all'interno delle Aree Naturali Protette, compresi SIC e ZPS	3
	4.2 Utilizzo di varietà o razze iscritte nel Registro Volontario Regionale	3
	4.3 Utilizzo di materie prime proveniente da una distanza massima di 70 km dall'Area Naturale Protette, compresi SIC e ZPS per almeno il 50% in peso del prodotto	1,5
	4.4 Utilizzo di prodotti ausiliari che rispondano a criteri di tutela ambientale	1
	4.5 Installazione di dispositivi per il risparmio idrico	0,5
	4.6 Recupero dell'acqua piovana	1,5
	4.7 L'azienda realizza l'autoproduzione di compost dagli scarti di lavorazione	1

Il disciplinare di concessione del marchio prevede anche un piano di controllo che sarà eseguito dall'Agenzia Regionale Parchi.

Attualmente beneficiano del marchio le seguenti aziende⁹³:

- 7 in provincia di Frosinone ("Parco Nazionale Abruzzo, Lazio e Molise", "Riserva Naturale Regionale Lago di Conterno", "Parco Naturale Regionale Monti Simbruini");
- 15 in provincia di Latina ("Parco Nazionale del Circeo", "Parco Naturale Statale Isole di Ventotene e S. Stefano", "Parco Naturale Regionale Monti Aurunci", "Ente Parco Riviera di Ulisse");
- 6 in provincia di Rieti ("Monumento Naturale Gole del Farfa", "Riserva Naturale Regionale Laghi Lungo e Ripasottile", "Riserva Naturale Regionale Montagne della Duchessa");
- 33 in provincia di Roma ("Parco Naturale Regionale Bracciano-Martignano", "Parco Naturale Regionale Castelli Romani", "Riserva Naturale Regionale Insugherata", "Riserva Naturale Regionale Macchiatonda", "Riserva Naturale Regionale Marcigliana", "Parco Naturale

⁹³ Natura in Campo (2009), pubblicazione "Natura in Campo" Atlante dei prodotti tipici e tradizionali dei Parchi del Lazio, <http://www.naturaincampo.it/naturaincampo/home~nomepagina-pubblicazioni+id-25.htm>

Regionale Monti Lucretili”);

- 9 in provincia di Viterbo (“Riserva Naturale Regionale Monte Rufeno”).

Nelle Aree Naturali Protette comprese SIC e ZPS laziali sono stati censiti 601 prodotti (oltre ai prodotti biologici e ai PAT sono presenti anche i prodotti agroalimentari e vini ad DOP e IGP), di cui 294 (51% biologici e il 49% PAT) si fregiano del marchio “Natura in campo – I prodotti dei parchi”.

Il progetto “Natura in campo – I prodotti dei parchi” abbina il valore naturalistico delle risorse naturali di ciascuna area protetta con un percorso di valorizzazione economica delle produzioni alimentari, alla realizzazione di un *network* di promozione dei territori e delle identità locali tra le 17 aree coinvolte.

Un'altra interessante iniziativa della Regione Lazio, in collaborazione con ARSIAL e l'Istituto Zooprofilattico del Lazio e della Toscana sono le “Case dell'Agricoltura”. La prima è stata inaugurata a Latina il 25 luglio 2014 e con l'obiettivo di aprirne altre in tutte le province laziali. Le “Case dell'agricoltura” rappresentano una “porta di accesso unica per i cittadini, le associazioni e gli operatori di settore per fornire in maniera rapida, sicura ed efficace molteplici servizi ed informazioni”⁹⁴.

La Regione Lazio con la Delibera della Giunta Regionale n. 536 del 05/08/2014 ha approvato l'elenco di iniziative promozionali per il 2015:

- “*Fruit Logistica*” Berlino, 4-6 febbraio;
- “*Biofach*” Norimberga, 11-14 febbraio;
- “*Vinitaly*”, Verona, 22-25 marzo;
- “*Tuttofood*”, Milano, 3-6 maggio;
- “*Vinoexpo*”, Bordeaux, 14-18 giugno;
- “*Anuga*”, Colonia, 10-14 ottobre;
- “*Fruit attraction*”, Madrid, 21-23 ottobre.

⁹⁴ Regione Lazio, Case dell'Agricoltura, <http://www.agricoltura.regione.lazio.it/agriweb/casa-agricoltura/>

8.2. L'Economia del Gusto del Lazio

8.2.A Produzione Agroalimentare ad IG

Il Lazio possiede un ragguardevole patrimonio gastronomico di qualità composto da 27 prodotti agroalimentari ad Indicazione Geografica (IG) di cui 15 DOP e 12 IGP. Il fatturato alla produzione è stato pari a 42 milioni di euro, ISMEA (2011) ed il numero di operatori coinvolti è di 2.601 (2013)^{95,96,97}. (Tabella 8.3.)

Tabella 8.3. Le produzioni agroalimentari ad IG del Lazio

DOP	IGP
1.1 Carni fresche	
	Abbacchio Romano Agnello del Centro Italia* Vitellone bianco dell'Appennino Centrale *
1.2 Prodotti a base di carne	
Salamini Italiani alla Cacciatora*	Mortadella Bologna* Porchetta d'ArICCia Prosciutto Amatriciano
1.3 Formaggi	
Mozzarella di Bufala Campana* Pecorino di Picinisco Pecorino Romano* Pecorino Toscano*	
1.4 Altri prodotti di origine animale	
Ricotta di Bufala Campana* Ricotta Romana	
1.5 Oli e grassi	
Canino Colline Pontine Sabina Tuscia	
1.6 Ortofrutticoli e cereali	
Castagna di Vallerano Fagiolo Cannelino di Atina Nocciola Romana Peperone di Pontecorvo	Carciofo Romanesco del Lazio Kiwi Latina Patata dell'Alto Viterbese Peperone Pontecorvo Sedano Bianco di Sperlonga
2.4 Prodotti di panetteria, pasticceria, confetteria e biscotteria	
	Pane casereccio di Genzano

* prodotto ad Indicazione Geografica con valenza multi regionale

Fonte: Elaborazione propria su interrogazione dati Commissione Europea, DOOR - Database of Origin and Registration, 2014

L'economia agroalimentare di qualità laziale, nonostante abbia numerose attestazioni comunitarie, non è ancora riuscita sviluppare appieno le potenzialità economiche dei prodotti ad Indicazione Geografica. A livello quantitativo, le filiere più rappresentative sono quelle dei prodotti ortofrutticoli, delle carni fresche, dei prodotti a base di carne e dei formaggi.

8.2.B I vini ad IG

Nel 2013, la produzione di vino complessiva si è attestata a 1,571 milioni di ettolitri (-13% rispetto al 2008), con una strutturale diminuzione produttiva che dura oramai da alcuni anni. Il paniere dei vini a Indicazione Geografica è composto da 36 vini, di cui 30 DOP (in base alla vecchia

⁹⁵ Regione Lazio, Programma di Sviluppo Rurale 2014-2020, http://www.agricoltura.regione.lazio.it/agriweb/dettaglio_wordpress.php?id=focuson

⁹⁶ Unioncamere Lazio e Luiss (2013), Osservazione sull'internazionalizzazione del Lazio, Analisi di Settore, L'industria Agroalimentare nel Lazio, file:///C:/Documents%20and%20Settings/Administrator/Documenti/Downloads/OIL%20Agroalimentare%20Lazio%202013.pdf

⁹⁷ ISTAT (2013), Rilevazione sui prodotti agroalimentari di qualità DOP, IGP e STG, http://www.istat.it/it/files/2014/09/Report_DOPIGP.pdf?title=Prodotti+di+qualit%C3%A0+Dop%2C+Igp%2C+Stg+-+18%2Fset%2F2014+-+Testo+integrale.pdf

classificazione dei vini 3 DOCG e 23 DOC) e 6 IGP. La politica vitivinicola regionale è stata fortemente orientata verso la produzioni di vini di qualità. Infatti, in base alle ultime statistiche disponibili (2012), la produzione vitivinicola DOP ha raggiunto il 53%, con un consolidamento della posizione, quella IGP il 19%, mentre i vini da tavola hanno un peso pari al 28%. (Tabella 8.4.)

Tabella 8.4. I vini IG del Lazio

DOP*		IGP*
DOCG**	DOC**	IGT**
1. Cannellino di Frascati	1. Aleatico di Gradoli	1. Anagni
2. Cesanese del Piglio/ Piglio	2. Aprilia	2. Civitella d'Agliano
3. Frascati Superiore	3. Atina	3. Colli Cimini
	4. Bianco Capena	4. Costa Etrusco Romana
	5. Castelli Romani	5. Frusinate / del Frusinate
	6. Cerveteri	6. Lazio
	7. Cesanese di Affile/ Affile	
	8. Cesanese di Olevano Romano/ Olevano Romano	
	9. Circeo	
	10. Colli Albani	
	11. Colli della Sabina	
	12. Colli Etruschi Viterbesi/Tuscia	
	13. Colli Lanuvini	
	14. Cori	
	15. Est!Est!!Est!!! di Montefiascone	
	16. Frascati	
	17. Genazzano	
	18. Marino	
	19. Montecompatri Colonna/ Montecompatri/ Colonna	
	20. Nettuno	
	21. Orvieto	
	22. Roma	
	23. Tarquinia	
	24. Terracina/ Moscato di Terracina	
	25. Velletri	
	26. Vignanello	
	27. Zagarolo	

** Classificazione della qualità dei vini secondo il Regolamento (CE) n. 1493/99

* Classificazione della qualità dei vini secondo il Regolamento (CE) n. 491/09

Fonte: Elaborazione propria su interrogazione dati Commissione Europea, E-Bacchus, 2014

Le tre principali DOP regionali sono “Castelli Romani” (155.854 ettolitri), “Frascati” (68.688 ettolitri) e “Marino” (54.144 ettolitri), rappresentando complessivamente quasi il 70% della produzione vitivinicola regionale. (Tabella 8.5.)

Tabella 8.5. Produzione dei principali vini a Denominazione d'Origine Protetta⁹⁸

Denominazione	% Sul totale regionale	Denunce		Resa q.li/ha	Prod. Uvs q.li	Produzione vino hl 2012
		N° denunce prod.	Ettari relativi			
Castelli romani	31,6%	435	1.589	165	216.091	155.854
Frascati	13,9%	472	839	140	98.105	68.688
Marino	11%	139	564	150	77.349	54.144

Fonte: elaborazione propria su dati V.Q.P.R.D. d'Italia, Federdoc (2013)

⁹⁸ Federdoc (2013), <http://www.federdoc.com/pdf/vinitaly2014-web.pdf>

8.2.C Bevande Spiritose

In base al Regolamento (CE) N. 110/2008 del (e successive modifiche) relativo alla definizione, alla designazione, alla presentazione, all'etichettatura e alla protezione delle Indicazioni Geografiche delle bevande spiritose, la Regione Lazio non presenta alcuna Indicazione Geografica registrata.

8.2.D Agricoltura Biologica

Un altro tassello importante dell'Economia del Gusto laziale è l'agricoltura biologica⁹⁹. La dinamica del comparto è positiva sia per il numero degli operatori certificati, passato da 2.909 (2008) a 3.220 (2013) (+ 24%) sia per la superficie coltivata, pari a 101.680 ettari (2013) (+47% rispetto al 2008). Le principali colture sono quelle foraggere, prati e pascoli, cereali. Le aziende agricole biologiche con produzione zootecnica, in base agli ultimi dati disponibili, sono 805 (+ 20% rispetto al 2009).

8.2.E Prodotti Agroalimentari Tradizionali (PAT)

I Prodotti Agroalimentari Tradizionali sono 386. Le categorie più significative sono le Paste fresche e prodotti da forno (158), Prodotti ortofruttilicoli (92), Carni (52) e Formaggi (40)¹⁰⁰.

8.3. I marchi collettivi

Oltre alla *policy* di tutela e di valorizzazione del patrimonio enogastronomico sviluppate dalla Regione, alcune organizzazioni hanno elaborato strategie promozionali orientate all'utilizzo di marchi, in cui è presente un riferimento al territorio laziale. Dall'analisi, attualmente sono stati registrati 19 marchi collettivi, di cui 15 nella banca dati comunitaria. (Tabella 8.6.)

Tabella 8.6. I marchi collettivi registrati con riferimento al "Lazio"

Denominazione	Titolare	Marchio comunitario	Marchio nazionale	Classe di Nizza
Carciofo Romanesco del Lazio	MIPAAF	•	•	29
Natura in Campo I prodotti dei parchi del Lazio	Agenzia Regionale Parchi	•	•	29 30 31 32 33
Colossella	ARSIAL		•	29
Parco Nazionale d'Abruzzo, Lazio e Molise	Ente Parco Nazionale d'Abruzzo, Lazio e Molise	•	•	29 30 31 43
Freschezza e Qualità	Federazione Provinciale Coltivatori Diretti	•	•	29 31
Carciofo Romanesco del Lazio I.G.P	Consorzio per la Tutela del Carciofo Romanesco	•	•	31
C.V.L Consorzio Vini Lazio	Consorzio Laziale Vini Soc. Coop. R.L.	•	•	33
Agnello del Lazio	U.I.A.PR.O.C		•	29
Sapori Sociali	Lega COOP. Lazio	•	•	29 30 31 32 33 43
Associazione Italiana Sommelier Roma e Lazio-Club Laboratorio per la degustazione dei grandi vini del mondo	Fondazione Italiana Sommelier-Centro Internazionale per la cultura del vino e dell'olio		•	33 43

⁹⁹ SINAB (2014), Bio in cifre 2014, http://www.sinab.it/sites/default/files/share/bio%20in%20cifre%202014_1.pdf

¹⁰⁰ MIPAAF (2014), Quattordicesima revisione dei prodotti agroalimentari tradizionali, <http://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeAttachment.php/L/IT/D/7%252Fa%252F0%252FD.f0ab2e9ee2902b95e1ec/P/BL0B%3AID%3D3276>

Uliveti del Lazio	Associazione "Le Vigne del Lazio"	•		29
Miele fatto con i fiori della nostra terra	Associazione Regionale Produttori Miele ApiLazio	•	•	30
Apilazio Associazione Regionale Produttori Miele	Associazione Regionale Produttori Miele ApiLazio	•	•	30
Chardonnay del Lazio	Consorzio Laziale Vini Soc. Coop. R.L.	•	•	30
Le Vigne del Lazio	Associazione "Le Vigne del Lazio"	•	•	33
Giubi Aster Lazio 2000	Confederazione Italiani Agricoltori	•	•	29 30 31
Kiwila del Lazio	Consorzio dell'Actinidia Laziale	•	•	29 39 31 32
Cooperativa Zootecnica di Servizio del Lazio A R.L.	Cooperativa Zootecnica di Servizio del Lazio	•	•	29 31

Fonte: Elaborazione propria su interrogazione dati Ufficio Italiano Brevetti e Marchi ed European Trade Mark and Design Network (TMview), 2014

9. Liguria

9.1. Le politiche regionali di valorizzazione, tutela e promozione

Gli interventi di promozione e valorizzazione dei prodotti agroalimentari, effettuati dalla Regione Liguria, trovano riferimento nel seguente quadro normativo:

- Legge Regionale n. 22/2004, che disciplina i servizi di sviluppo agricolo e gli interventi di animazione per lo sviluppo rurale;
- Legge Regionale n. 36/1999, relativa agli interventi per la valorizzazione e la promozione dell'agricoltura di qualità in ambito agroalimentare e floricolo;
- Legge Regionale n. 50/2009, riguardante le disposizioni regionali per la modernizzazione del settore pesca e acquacoltura;
- Legge Regionale n. 13/2007, che disciplina gli itinerari dei gusti e dei profumi di Liguria, delle enoteche regionali, nonché interventi a favore della ricettività diffusa, modificata dalla Legge Regionale n. 19/2012 per gli interventi a favore degli itinerari enogastronomica;
- Legge Regionale n. 36/2000, riguardante norme in materia di Associazioni Allevatori;
- Legge Regionale n. 19/2012, relativa alla valorizzazione dei prodotti agricoli provenienti da filiera corta;
- Programma triennale del Distretto agricolo florovivaistico del Ponente 2011/2013, in attuazione della Legge Regionale n. 42/2001.

Nell'ambito delle iniziative regionali, va anche segnalato il Decreto Dirigenziale n. 1415 del 22/05/2014 che ha aggiornato i Disciplinari di Produzione integrata relativi alle colture floricole e ornamentali, ortive, fruttifere, olivo, seminativi e foraggere e vite¹⁰¹.

La Regione Liguria elabora ogni anno il Piano Regionale¹⁰² delle azioni finalizzate alla promozione e alla valorizzazione delle produzioni agroalimentari. Nel Piano Regionale 2013 sono state previste cinque categorie di azioni:

- eventi fieristici: partecipazione ad alcuni dei principali eventi fieristici, a livello nazionale ed internazionale. Le manifestazioni di settore, nonostante un'evidente flessione, continuano ad essere un'importante vetrina promozionale a livello sia nazionale sia internazionale, grazie al forte richiamo esercitato sui mass media, sugli operatori del settore e sui consumatori;
- eventi regionali: manifestazioni, che si svolgono sul territorio ligure, organizzate dalla Regione e dal Sistema camerale oppure promosse dagli Enti territoriali. Negli ultimi anni tali eventi di eccellenza, aventi l'obiettivo di promuovere le produzioni liguri tipiche e di qualità, hanno riscontrato un notevole successo tra il pubblico;
- attività informative e di comunicazione: comprendono le campagne e le azioni informative sia in Italia sia all'estero attraverso i media ed i punti vendita, il materiale promozionale e divulgativo (*brochures*, supporti audiovisivi ecc.), l'aggiornamento del portale regionale dell'agricoltura e le azioni informative e divulgative a supporto del Programma regionale di Sviluppo Rurale;
- altre iniziative di valorizzazione e promozione: *workshop* ed *educational* (al fine di promuovere gli incontri tra imprese ed operatori del settore), visite di aggiornamento professionale (in particolare per le imprese, tecnici ed operatori del settore floricolo), azioni

¹⁰¹Agri Liguria Net, Disciplinari agroambientali, <http://www.agriliguri.net/it/impresa/marchi-e-disciplinari/disciplinari-di-produzione/disciplinari-agroambientali.html>

¹⁰²Il Piano Regionale viene elaborato sulla base dei seguenti principi:

- individuare le azioni che rispondono maggiormente alle esigenze del mondo produttivo, con una ricaduta diretta per le imprese ovvero che permettono di raggiungere in maniera incisiva il consumatore, gli operatori economici e l'opinione pubblica in generale;
- migliorare e potenziare le iniziative di informazione e comunicazione, individuando gli strumenti più idonei ed efficaci in base al settore/prodotto da valorizzare;
- coinvolgere le Camere di Commercio ed il mondo produttivo con le proprie rappresentanze (Organizzazioni agricole e della pesca, Distretto floricolo, Consorzi di tutela, Consulta del Biologico, associazioni di produttori, etc.), condividendo l'organizzazione della singola iniziativa promozionale, anche attraverso l'attivazione di specifici tavoli di coordinamento;
- coordinare e integrare, anche con azioni/eventi comuni, le attività promozionale in materia di turismo e di internazionalizzazione, promosse e finanziate dall'Assessorato al Turismo e dall'Assessorato allo Sviluppo Economico, anche tramite l'Agenzia regionale "In Liguria" e "Liguria International", al fine di rafforzare la presenza e il ruolo delle produzioni floricole ed agroalimentari ovvero per la valorizzazione congiunta delle eccellenze liguri, agricole, turistiche e dell'artigianato.

di valorizzazione in occasione di particolari manifestazioni, eventi, ricorrenze e festività, azioni di educazione e comunicazione alimentare rivolte al mondo scolastico e al consumatore;

- v. iniziative di filiera corta: azioni atte a promuovere la filiera corta (ad esempio ristorazione, mense scolastiche, gruppi di acquisto locale), iniziative di supporto agli Itinerari enogastronomici, azioni di promozione e di valorizzazione delle Vetrine regionali.

Ciascuna delle categorie di azioni elencate sarà attivata in maniera diversificata a seconda del settore merceologico cui è rivolta:

- azioni riguardanti il settore floricolo:
 - “*Internationale Plantzen Messe*” (Essen - Germania), che rappresenta la più importante manifestazione floricola a livello internazionale ed è tra le principali iniziative individuate come prioritarie dal Distretto floricolo;
 - manifestazioni floricole, con particolare riferimento alle manifestazioni “*Flowers e Hortech*” (Kiev, Ucraina dal 9/11 aprile) e “*Four Oaks Trade Show*” (3/4 settembre in Cheshire, Inghilterra);
- azioni riguardanti il settore vitivinicolo:
 - “*Vinitaly*” (Verona), la principale manifestazione italiana a carattere internazionale dedicata al vino;
 - “*Vinidamare*” (Camogli), uno degli appuntamenti di punta per il settore vitivinicolo ligure, promosso annualmente dall’Associazione Italiana Sommelier;
 - “*Liguria da Bere*” (La Spezia), una “manifestazioni di rete” che la Regione Liguria ha promosso a livello regionale d’intesa con Unioncamere Liguria e la Camera di Commercio di La Spezia, con il coinvolgimento degli Enti territoriali e delle OPPAA, per far conoscere, promuovere e valorizzare i vini della Liguria;
- azioni riguardanti le produzioni certificate DOP:
 - campagne di informazione e comunicazione mediante le quali si intende proseguire l’azione informativa a favore dell’olio extravergine d’oliva DOP Riviera dei Fiori e del Basilico genovese DOP, realizzata nei precedenti Piani d’intesa con i rispettivi Consorzi di tutela, utilizzando i tradizionali canali di comunicazione come spazi pubblicitari, quotidiani e riviste di settore, radio e TV;
 - “*Olioliva*” (Imperia) il più importante evento ligure dedicato all’olio d’oliva. È promosso dalla Camera di Commercio di Imperia, con il coinvolgimento del Comune di Imperia e dell’associazione “Città dell’Olio”;
- azioni riguardanti il settore agroalimentare e ittico:
 - “*Agricoltura in Piazza*”, un evento unico dal punto di vista promozionale, per il mondo agricolo e ittico regionale, che ha visto la partecipazione degli attori “istituzionali” delle principali filiere produttive liguri;
 - “*Salone dell’Agroalimentare*” (Finale Ligure), si conferma la più importante manifestazione per conoscere e degustare le produzioni agricole ed enogastronomiche tipiche e di qualità della Liguria;
 - “azioni per l’agricoltura biologica”, d’intesa con la Consulta del Biologico, si tratta di specifiche azioni di informazione, di valorizzazione e di promozione delle produzioni biologiche regionali, compresa l’eventuale partecipazioni a manifestazioni nazionali e internazionali;
 - “azioni per lo sviluppo della filiera corta”, organizzate d’intesa con il sistema camerale e con le rappresentanze del mondo agricolo, sono specifiche azioni di informazione e valorizzazione della filiera corta in attuazione della Legge Regionale n. 19/2012;
 - “azioni per la pesca e l’acquacoltura”, ovvero attività miranti a promuovere i prodotti tipici della pesca ligure ed i prodotti dell’acquacoltura¹⁰³;

¹⁰³Particolare rilievo viene attribuito alle iniziative svolte d’intesa con le Organizzazioni di categoria:

- l’organizzazione di specifiche iniziative ed eventi di promozione in occasione dell’evento internazionale “*Slow Fish*”, promosso da Slow Food e in programma a Genova dal 10 al 13 maggio 2013;
- la partecipazione alle manifestazioni e agli eventi regionali, promosse per l’agroalimentare;
- l’eventuale adesione alle manifestazioni di settore, locali (es. “*Mytiliade*” di Lerici, “*Sale e Pesce*” di Andora) e nazionali;
- la realizzazione di eventi specifici promozionali e informativi rivolti al consumatore e al mondo scolastico nell’ambito di specifici progetti comunitari (es. progetto fiscale).

azioni riguardanti il cosiddetto “turismo verde”:

- “Fattorie didattiche aperte”, iniziativa promossa con le organizzazioni di categoria e con la direzione scolastica regionale, che ha riscosso un enorme successo grazie all’elevata adesione delle fattorie didattiche e per il numero di visitatori;
- manifestazioni nazionali, dedicate alle aziende agrituristiche e al turismo rurale, quali “Agriturismo in Fiera” (Milano) ed altre fiere come “Agritour” di Arezzo e la “Borsa Italiana del Turismo” di Milano.

Per le azioni più importanti realizzate sono previsti tavoli di coordinamento, a cui partecipano gli Enti finanziatori e le Organizzazioni Professionali Agricole (OOPPAA), durante i quali si compie una valutazione dell’evento (costi sostenuti, adesione delle aziende, partecipazione di pubblico e operatori economici) per evidenziare i punti di criticità e di successo e in particolare l’interesse e la ricaduta per il comparto, elementi utili per confermare il finanziamento l’anno successivo.

Con il Piano 2013 si è introdotto un sistema di monitoraggio, a consuntivo, con un questionario ai soggetti promotori/attuatori delle iniziative.

Le iniziative promozionali, finalizzate a valorizzare le produzioni agroalimentari di qualità, sono sostenute grazie a risorse finanziarie aventi natura prevalentemente regionale. (Tabella 9.1)

Tabella 9.1. Ripartizione risorse finanziarie

Origine	%	Osservazioni
Comunitaria	15	Variabile in base al numero di progetti approvati
Nazionale	5	-
Regionale	80	-

Fonte: elaborazione propria da dati ottenuti dalla Regione Liguria

L’ammontare complessivo dei finanziamenti destinati a iniziative di promozione dei prodotti agroalimentari nel corso degli ultimi tre anni è stato pari ad 1 milione di euro. (Tabella 9.2.)

Tabella 9.2. Ammontare risorse destinate a promozione ed informazione

Anno	Euro	Osservazioni
2010	500.000	Impegno per il Piano 2011
2011	350.000	Impegno per il Piano 2012
2012	150.000	Impegno per il Piano 2013

Fonte: elaborazione propria da dati ottenuti dalla Regione Liguria

9.2 L'Economia del Gusto della Liguria

9.2.A Produzione Agroalimentare ad IG

Il primo tassello dell'Economia del Gusto di qualità ligure sono le produzioni agroalimentari con attestazione comunitaria. Attualmente sono solo 3, di cui 2 DOP e 1 IGP, con un fatturato di 5 milioni di euro ISMEA (2001) ed un numero di operatori pari a 1.450¹⁰⁴. (Tabella 9.3.

Il prodotto più importante dell'agricoltura ligure è il basilico. La sua coltivazione, ormai secolare, è diffusa in tutto il territorio regionale e negli ultimi anni sta godendo di una grande popolarità. Nel 2005, si è concluso l'iter comunitario dell'attestazione "Basilico Genovese DOP", avvenuta con il Regolamento (CE) n. 1623/2005.

La Regione, per tutelare il pesto, tradizionale condimento della gastronomia ligure, ha predisposto il disciplinare del "Pesto Genovese", di cui il "Basilico Genovese DOP" è un ingrediente essenziale¹⁰⁵. Il "Consorzio del Pesto Genovese", nell'ambito delle iniziative di tutela e promozione, starebbe valutando se proteggere la ricetta di questo importante condimento con il regime di qualità STG¹⁰⁶. La Regione Liguria ha inoltre presentato al Ministero delle Politiche Agricole ed Alimentari, la domanda per la "Focaccia di Recco col formaggio IGP".

Tabella 9.3. Le produzioni agroalimentari ad IG della Liguria

DOP	IGP
1.5 Oli e grassi	
Riviera Ligure	
1.6 Ortofrutticoli e cereali	
Basilico Genovese	
1.7 Pesci molluschi crostacei e prodotti derivati	
Acciughe sotto sale del Mar Ligure	

Fonte: Elaborazione propria su interrogazione dati Commissione Europea, DOOR - Database of Origin and Registration, 2014

9.2.B I vini ad IG

La seconda componente dell'Economia del Gusto ligure è il settore vitivinicolo. La produzione vitivinicola è stata pari a 46.000 ettolitri nel 2013, in continuo calo rispetto ai 169.000 ettolitri del 2000¹⁰⁷. Dalla lettura delle statistiche vitivinicole regionali, emerge un aspetto interessante riguardante l'orientamento delle politiche vitivinicole verso la produzione di vini di qualità. Attualmente, la Liguria ha 12 vini a Indicazione Geografica, di cui 8 DOP e 4 IGP. La produzione di vini DOP è passata dal 37% del 2005 al 76% del 2012, mentre è più che raddoppiata la percentuale dei vini IGP, attestata nell'ultimo anno disponibile, al 13%, mentre si è fortemente ridimensionata la quota dei vini comuni, passati dal 58% del 2005, al 11% del 2012. (Tabella 9.4.)

¹⁰⁴ ISTAT (2013), Rilevazione sui prodotti agroalimentari di qualità DOP, IGP e STG, http://www.istat.it/it/files/2014/09/Report_DOPIGP.pdf?title=Prodotti+di+qualit%C3%A0+Dop%2C+Igp%2C+Stg+-+18%2Fset%2F2014+-+Testo+integrale.pdf

¹⁰⁵La denominazione "Pesto Genovese", è riservata al prodotto ottenuto dalla lavorazione del "Basilico Genovese DOP" o in subordine del Basilico ligure, in quantità non inferiore al 25%, olio extravergine di oliva nazionale, formaggio grattugiato del tipo "Parmigiano Reggiano DOP" o "Grana Padano DOP" o scelto tra i pecorini DOP, aglio, pinoli, noci (facoltativo) e sale marino. L'articolo 6 del disciplinare di produzione disciplina le caratteristiche organolettiche, chimiche e fisiche che il "Pesto Genovese" deve possedere all'atto dell'immissione al consumo. Inoltre sono previsti dei controlli da parte di un organismo di controllo. Il disciplinare è consultabile al seguente indirizzo: <http://www.agriligurianet.it/it/impresa/marchi-e-disciplinari/disciplinari-di-produzione/disciplinare-pesto-genovese.html>

¹⁰⁶Il parco del basilico di Genova di Pra, www.parco-basilico.it/newsinhome/ilconsorziodelpesogenoveseversolaSTG/tabid/676/default.aspx

¹⁰⁷I numeri del vino, www.inumeridelvino.it

Tabella 9.4. I vini IG della Liguria

	DOP*	IGP*
	DOCG**	IGT**
	1. Cinque terre/ Cinque Terre Sciacchetrà	1. Colline del Genovasato
	2. Colli di Luni	2. Colline Savonesi
	3. Colline di Levante	3. Liguria di Levante
	4. Golfo del Tigullio- Portofino/ Portofino	4. Terrazze dell'imperiese
	5. Pornassio/ Ormeasco di Pornassio	
	6. Riviera Ligure di Ponente	
	7. Rossese di Dolceacqua/ Dolceacqua	
	8. Val Polcèvera	

** Classificazione della qualità dei vini secondo il Regolamento (CE) n. 1493/99

* Classificazione della qualità dei vini secondo il Regolamento (CE) n. 491/09

Fonte: Elaborazione propria su interrogazione dati Commissione Europea, E-Bacchus, 2014

La DOP ligure principale è "Riviera Ligure di Ponente", con una produzione di circa 11.000 ettolitri, seguita da "Colli di Luni" (7.900 ettolitri). (Tabella 9.5.)

Tabella 9.5. Produzione dei principali vini a Denominazione d'Origine Protetta¹⁰⁸

Denominazione	% Sul totale regionale	Denunce		Resa q.li/ha	Prod. Uvs q.li	Produzione vino hl 2012
		N° denunce prod.	Ettari relativi			
Riviera ligure di Ponente	40.9%	302	239,13	110	15.903	11.130
Colli di Luni	28.9%	196	120,25	110	10.385	7.872
Cinque Terre	8%	85	59,90	90	3.233	2.174

Fonte: elaborazione propria su dati V.Q.P.R.D. d'Italia, Federdoc (2013).

9.2.C Bevande Spiritose

In base al Regolamento (CE) n. 110/2008 (e successive modifiche) relativo alla definizione, alla designazione, alla presentazione, all'etichettatura e alla protezione delle Indicazioni Geografiche delle bevande spiritose, la Regione Liguria non presenta alcuna Indicazione Geografica registrata.

9.2.D Agricoltura Biologica

Il settore dell'agricoltura biologica ha una limitata rilevanza nell'economia agroalimentare di qualità ligure. Il numero degli operatori certificati, nel 2013, è stato pari a 385 (-5% rispetto al 2008) ed una superficie coltivata di 3.090 ettari (-22% rispetto al 2008). La maggior parte della superficie è utilizzata per prati e pascoli e solo 190 ettari ad olivo. Il numero delle aziende agricole biologiche con produzione zootecnica è diminuito, attestandosi, nell'ultimo anno di rilevazione a 99¹⁰⁹.

9.2.E Prodotti Agroalimentari Tradizionali (PAT)

L'ultimo tassello dell'Economia del Gusto è rappresentato dai Prodotti Agroalimentari Tradizionali. Nell'ultimo censimento, la Regione ha censito 295 prodotti tradizionali¹¹⁰. Il paniere dei PAT è composto principalmente da Prodotti ortofrutticoli (101), Paste fresche e prodotti da forno (76) e Prodotti della gastronomia (42). Nell'elenco dei prodotti agroalimentari tradizionali è stato inserito tra i condimenti, il pesto (alla genovese).

¹⁰⁸ Federdoc (2013), <http://www.federdoc.com/pdf/vinitaly2014-web.pdf>

¹⁰⁹ SINAB (2014), Bio in cifre 2014, http://www.sinab.it/sites/default/files/share/bio%20in%20cifre%202014_1.pdf

¹¹⁰ MIPAAF (2014), Quattordicesima revisione dei prodotti agroalimentari tradizionali, <http://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeAttachment.php/L/IT/D/7%252Fa%252F0%252FD.f0ab2e9ee2902b95e1ec/P/BLOE%3AID%3D3276>

9.3. I marchi collettivi

Per completare l'analisi, è stata effettuata una ricerca per censire i marchi collettivi comunitari e nazionali, nella cui denominazione sono riportati dei riferimenti al territorio regionale. Attualmente sono stati registrati 10 marchi collettivi, di cui 8 nella banca dati comunitaria. (Tabella 9.6.)

Tabella 9.6. I marchi collettivi registrati con riferimento alla "Liguria"

Denominazione	Titolare	Marchio comunitario	Marchio nazionale	Classe di Nizza
Liguria Qualità	Regione Liguria	•	•	29 30 31 32 33 43
Itinerari di Liguria	Regione Liguria		•	43
Le Perle della Liguria	Comune di Apricale	•	•	29 30 31 33 43
Made in Liguria	Camera di Commercio di Genova	•	•	29 30 31 32 33
Cioccolato Liguria Club	ASCOM Confcommercio	•	•	30
From Riviera dei Fiori-Alimentazione Mediterranea	Azienda di Promozione Turistica Riviera dei Fiori	•	•	29 30 31 33 43
From Riviera dei Fiori-Fiori e Piante	Azienda di Promozione Turistica Riviera dei Fiori	•	•	31
Consorzio per la tutela dell'olio extravergine d'oliva D.O.P Riviera Ligure	Consorzio per la tutela dell'olio extravergine d'oliva D.O.P" Riviera Ligure"	•	•	29
Olio DOP Riviera Ligure	Consorzio per la tutela dell'olio extravergine d'oliva D.O.P" Riviera Ligure"		•	29
Consorzio Produttori Liguri Pesto	Consorzio Produttori Liguri Pesto alla Genovese	•	•	30
Consorzio del Pesto Genovese	Consorzio del Pesto Genovese	•	•	30
Buon Olio	Confederazione Italiana Agricoltori La Spezia	•	•	31
Consorzio per la Valorizzazione dei Prodotti Tipici Liguri	Consorzio per la Valorizzazione dei Prodotti Tipici Liguri	•		29 30 31 33

Fonte: Elaborazione propria su interrogazione dati Ufficio Italiano Brevetti e Marchi ed European Trade Mark and Design Network (TMview), 2014

10. Lombardia

10.1. Le politiche regionali di valorizzazione, tutela e promozione

La normativa regionale di riferimento è la Legge Regionale n. 31/2008 riguardante il “Testo Unico delle leggi regionali in materia di agricoltura, foreste, pesca e sviluppo rurale”, modificata dalla Legge Regionale n. 28/2011. In particolare si segnalano i seguenti quattro articoli:

- Articolo 9: Sostegno al sistema agricoltura biologico;
- Articolo 10: Politiche di qualità;
- Articolo 12: Promozioni delle produzioni e del patrimonio enogastronomico lombardo, comprendente anche i Percorsi enogastronomici;
- Articolo 12 bis: Enotecche regionali.

Inoltre il quadro normativo regionale è completato da:

- DRG n. 2575/2000 relativa al riconoscimento dei Percorsi enogastronomici (Strade dei vini e dei sapori);
- DRG n.10598/2002 sull'accreditamento delle Fattorie didattiche;
- Delibera della Giunta Regionale n. 3633/2012 sul riconoscimento delle Enotecche regionali.

L'attività di promozione e valorizzazione viene realizzata tramite l'approvazione da parte della Giunta regionale di un “Programma annuale di iniziative regionali per la promozione dei prodotti agroalimentari lombardi”, in armonia con le strategie politiche programmatiche delineate dal Programma Rurale di Sviluppo 2007/2013 e dagli obiettivi di *governance* della Giunta Regionale.

Tale programma di attività si affianca agli interventi a bando (contributi) previsti dalla:

- Misura 133 “Attività di informazione e promozione dei prodotti agroalimentari di qualità”;
- Misura 313 “Incentivazione attività turistiche” del Piano di Sviluppo Rurale;
- Misura “Promozione vino nei mercati terzi” dell'OCM Vino;
- Piano di Educazione Alimentare.

Il “Programma di iniziative regionali” è finalizzato a valorizzare e promuovere la conoscenza delle produzioni tipiche e di qualità, in particolare quelle che adottano i regimi di qualità comunitari (prodotti con attestazioni DOP, IGP e produzioni biologiche) e sostenerne la competitività e la commercializzazione, in Italia e all'estero, attraverso azioni dirette, affidamento a Enti strumentali del Sistema Regionale o attraverso il sostegno a soggetti terzi, promotori di iniziative e progettualità di particolare interesse.

Le principali iniziative che la Regione Lombardia ha sviluppato nell'ambito della promozione e valorizzazione dei prodotti agroalimentari si possono schematicamente suddividere in:

- iniziative a regia regionale dell'Assessorato Agricoltura, l'attività di promozione e valorizzazione viene realizzata tramite l'approvazione di un “Programma annuale di iniziative regionali” attuato prevalentemente tramite affidamento all'Ente regionale per i servizi all'Agricoltura e alle Foreste (ERSAF)¹¹¹ (per la parte realizzazione materiali e partecipazione a fiere ed eventi in Italia), e progetti inseriti nell'Accordo di Programma con il Sistema Camerale Lombardo per lo sviluppo economico e la competitività (progetti di attrattività del territorio e di promozione all'estero);
- iniziative a regia regionale di altri Soggetti (Assessorati diversi dall'Agricoltura, Agenzie, Enti strumentali ecc.): tramite l'approvazione di uno specifico Programma Operativo “Promozione” viene affidata ad ERSAF la realizzazione dei materiali e degli strumenti di comunicazione (sito buonalombardia.it e App) e la partecipazione a fiere ed eventi (“Taste of Milano”, il “Salone del Gusto” di Torino e la “Fiera Internazionale del Bovino da Latte” di Cremona);
- iniziative interassessorili (Agricoltura, Turismo, Commercio ecc.) non vi sono specifici progetti interassessorili, ma collaborazioni con la:
 - Direzione Generale Turismo per la partecipazione ad alcune manifestazioni (ad es. “Vinitaly” e “BIT”¹¹²);

¹¹¹ L'ERSAF è un ente del Sistema Regionale della Lombardia che supporta la Giunta Regionale nella realizzazione degli obiettivi di governo contenuti nel PRS (Programma Regionale di Sviluppo) in un'ottica di trasversalità, multifunzionalità ed integrazione ed offre servizi tecnici e certificati al settore agricolo e forestale pubblico e privato, affianca la Direzione generale Agricoltura nello svolgimento delle attività operative.

¹¹² La Borsa Internazionale del Turismo, nota anche con l'acronimo BIT, è una manifestazione internazionale tesa a radunare operatori

- Direzione Generale Commercio per azioni verso la distribuzione;
- Direzione Generale Industria per l'internazionalizzazione (voucher per partecipazione a fiere e missioni);
- Direzione Generale Presidenza per attività di internazionalizzazione;
- iniziative in partnership (Sistema camerale, Enti strumentali ecc.): come deciso nell'Accordo di Programma con il Sistema Camerale Lombardo per lo sviluppo economico e la competitività viene realizzata la partecipazione a "Vinitaly", con specifici progetti di promozione (ad esempio negli ultimi anni una promozione nella grande distribuzione in collaborazione con i Consorzi di Tutela) e con il programma di promozione all'estero che viene poi attuato da PROMOS (Agenzia per l'internazionalizzazione della CCIAA di Milano). Alcune iniziative vengono inoltre realizzate in collaborazione con le organizzazioni professionali agricole o con i consorzi di tutela;
- misure di sostegno alla promozione delle aziende: come, ad esempio, la misura 133 del PSR, OCM Vino Promozione sui mercati dei Paesi terzi.

Gli interlocutori principali nell'attuazione delle attività sono: l'ERSAF (Ente Regionale per i Servizi dell'Agricoltura e delle Foreste), Unioncamere Lombardia, ASCOVILO (Associazione dei Consorzi di Tutela Vini della Lombardia)¹¹³, Consorzi di Tutela, Associazioni di impresa e di prodotto e Federazione Regionale delle Strade dei Vini e dei Sapori.

La Regione Lombardia non prevede ancora un sistema codificato di monitoraggio finalizzato a valutare le ricadute economiche e sociali delle iniziative promozionali sviluppate, ma procede alla raccolta di indicatori significativi riferiti alle principali attività svolte (numero di volantini o brochures realizzati e distribuiti, numero di eventi organizzati e numero di partecipanti, numero di progetti finanziati e percentuale di risorse utilizzate ecc.).

Le iniziative promozionali sono sostenute con risorse finanziarie, prevalentemente comunitarie, come si può osservare dalla seguente Tabella 10.1.

Tabella 10.1. Ripartizione risorse finanziarie

Origine	%	Osservazioni
Comunitaria	65	Il finanziamento comunitario della misura PSR 133 è pari al 44,72% e quello dell'OCM Vino Promozione Paesi Terzi è il 100%
Nazionale	11	/
Regionale	24	/

Fonte: elaborazione propria da dati ottenuti dalla Regione Lombardia

L'ammontare complessivo dei finanziamenti, destinati ad iniziative di promozione dei prodotti agroalimentari è stato pari a 9,874 milioni di euro (2010-2012). (Tabella 10.2.)

Tabella 10.2. Ammontare risorse destinate a promozione ed informazione

Anno	Euro	Osservazioni
2010	374.000*	Di cui 2.697 riferiti alle misure 133 e OCM Vino Promozione mercati terzi. A questi vanno aggiunti 181 del Sistema camerale in Accordo di Programma
2011	4.136.000*	Di cui 2.535 riferiti alle misure 133 e OCM Vino Promozione mercati terzi. A questi vanno aggiunti 500 del Sistema camerale in AdP
2012	5.364.000*	Di cui 4.120 riferiti alle misure 133 e OCM Vino Promozione mercati terzi. A questi vanno aggiunti 300 del Sistema camerale in AdP

*Gli importi comprendono: le iniziative regionali di promozione, le iniziative regionali di educazione alimentare finalizzate alla promozione (Fattorie didattiche), la misura PSR 133, la misura OCM Vino Promozione Paesi Terzi.

Fonte: elaborazione propria da dati ottenuti dalla Regione Lombardia

turistici, agenti di viaggio, aziende e ditte di promozione turistica o comunque legate all'indotto di settore, al fine di lanciare ad un osservatorio qualificato l'offerta turistica di singole realtà di tutto il mondo. Si svolge a Milano ma ha risonanza mondiale.

¹¹³ASCOVILO è un'associazione che riunisce tutti i consorzi di tutela per i vini prodotti sul territorio regionale. È stata costituita nel luglio 1977 per promuovere al meglio e valorizzare il territorio a denominazione di origine della Lombardia vitivinicola in coordinamento con i consorzi di tutela.

Il "Programma di Iniziative Regionali" è finalizzato a valorizzare e promuovere la conoscenza delle produzioni di qualità che adottano sistemi di qualità comunitari (prodotti agroalimentari e vini DOP e IGP), prodotti biologici nei confronti dei consumatori, delle scuole e degli operatori (ristorazione e distribuzione).

Sulla base degli obiettivi citati, le attività promozionali si articolano in tre categorie:

- i. manifestazioni e fiere: con riferimento al 2013, tra le principali è possibile elencare: "Agrinatura"¹¹⁴, "Taste of Milano"¹¹⁵, "MIPAM (Mostra animali e prodotti di montagna)"¹¹⁶, Fiera di S. Alessandro¹¹⁷, "Fiera di Puegnago sul Garda"¹¹⁸, "Mostra agricola zootecnica di Tradate"¹¹⁹, "Manifestazione Zootecnica Valsassinese"¹²⁰, "Fiera Millenaria"¹²¹, "Sagra del salame d'oca di Mortara"¹²², "Mostra della Zootecnia e dell'Agricoltura di Lentate sul Seveso"¹²³, "Rassegna gastronomica lodigiana"¹²⁴, "Mostra del Bitto e dei prodotti della Montagna"¹²⁵, "Salone del gusto"¹²⁶, "Fiera Internazionale del Bovino da Latte"¹²⁷, "Golosaria"¹²⁸, "Premio Lombardia Agricoltura"¹²⁹;
- ii. eventi, seminari, laboratori del gusto, materiali e strumenti di comunicazione: la Regione Lombardia promuove la realizzazione di eventi e seminari aventi ad oggetto tematiche di interesse per il settore lombardo ed i suoi operatori, al fine di promuovere il territorio lombardo ed i suoi prodotti agroalimentari. Tali iniziative prevedono sinergie con altri soggetti istituzionali come:
 - associazioni professionali, quali ONAV (Organizzazione Nazionale Assaggiatori di Vino), ONAF (Organizzazione Nazionale Assaggiatori Formaggio), AIS (Associazione Italiana Sommelier), Associazioni di cuochi e di ristoratori lombardi, FIPE (Federazione Italiana Pubblici Esercizi);
 - la Federazione delle strade dei vini e dei sapori;
 - soggetti della ristorazione e della distribuzione;
 - collaborazione con ASCOVILO (Associazione Consorzi Vini Lombardi), al fine di implementare le strategie volte a promuovere il settore vitivinicolo, tra cui la realizzazione del Padiglione Lombardia a Vinitaly, l'attuazione della Misura OCM Vino – Promozione sui mercati dei Paesi Terzi e l'organizzazione della presenza delle imprese a eventi di

¹¹⁴La manifestazione si conferma come l'appuntamento più importante sul territorio in campo agricolo, zootecnico e forestale e per la valorizzazione del territorio e dell'ambiente. Luogo della manifestazione: Erba. Spesa prevista 5.000 euro.

¹¹⁵La fiera richiama ogni anno un pubblico di oltre 30.000 appassionati della buona tavola e della cucina d'autore offrendo la possibilità di degustare i piatti dei migliori chef e ristoranti della città riuniti per l'occasione nella prestigiosa location dell'Ippodromo di San Siro. Luogo della manifestazione: Milano. Spesa prevista 20.000 euro.

¹¹⁶La mostra si propone di promuovere e valorizzare il grande patrimonio di conoscenze e tradizioni legate all'agricoltura di montagna e all'allevamento. Luogo della manifestazione: Mombello. Spesa prevista 40.000 euro.

¹¹⁷La manifestazione riserva da sempre un'attenzione speciale alle molteplici e varieguate attività riguardanti il mondo rurale, spaziando dai diversi tipi di allevamento alle tecnologie e macchinari da lavoro, dal settore florovivaistico ai prodotti agroalimentari di qualità. Luogo della manifestazione: Bergamo. Spesa prevista 10.000 euro.

¹¹⁸La manifestazione è dedicata in particolare ai vini e agli oli del Garda. Durante tale manifestazione, si svolgono il Concorso Enologico "Groppello d'oro" e "Groppello Riserva d'oro". Luogo della manifestazione: Puegnago. Spesa prevista: 5.000 euro

¹¹⁹La manifestazione si propone di far conoscere i prodotti zootecnici e la realtà produttiva agricola sotto l'aspetto tecnico-economico e culturale. Luogo della manifestazione: Tradate. Spesa prevista: 20.000 euro.

¹²⁰E' una tradizionale manifestazione dedicata ai prodotti agroalimentari di qualità, con possibilità di degustazione. Luogo della manifestazione: Pasturo. Spesa prevista: 5.000 euro.

¹²¹Manifestazione dedicata all'agricoltura, alla zootecnia con numerose rassegne zootecniche e all'agroalimentare, aprendosi con tempo anche ad altri settori merceologici, quali arte, artigianato, commercio, cultura, folklore e spettacoli. Luogo della manifestazione: Gonzaga. Spesa prevista: 10.000 euro

¹²²Manifestazione di grandi tradizioni dedicata ai prodotti a base di carne d'oca, in particolare il salame d'oca di Mortara IGP. Luogo della manifestazione: Mortara. Spesa prevista: 7.000 euro.

¹²³Manifestazione di grandi tradizioni dedicata ai prodotti a base di carne d'oca, in particolare il salame d'oca di Mortara IGP. Luogo della manifestazione: Lentate sul Seveso. Spesa prevista: 7.000 euro

¹²⁴La Rassegna propone piatti tipici della tradizione e degustazione di vini e prodotti di qualità certificata. Luogo della manifestazione: Lodi. Spesa prevista: 15.000 euro

¹²⁵E' la principale manifestazione regionale sull'agricoltura di montagna. Luogo della manifestazione: Torino. Spesa prevista: 30.000 euro

¹²⁶Appuntamento internazionale dedicato al cibo, per la prima volta, nell'edizione 2012, Salone del Gusto e Terra Madre si fondono e danno vita a un unico evento. Spesa prevista: 35.000 euro

¹²⁷Appuntamento internazionale per il settore zootecnico e lattiero-caseario. Luogo della manifestazione: Cremona. Spesa prevista: 45.000 euro

¹²⁸Evento in cui si accendono i riflettori sui migliori produttori artigianali d'Italia, che si danno appuntamento, ogni autunno, a Milano per mettere in mostra le tante eccellenze gastronomiche di cui l'Italia è ricca. Luogo della manifestazione: Milano. Spesa prevista: 20.000 euro.

¹²⁹Evento celebrativo dedicato al mondo agricolo lombardo promosso da Regione Lombardia. Luogo della manifestazione: Milano. Spesa prevista: 7.000 euro.

promozione;

- iii. coordinamento e logistica: la spesa prevista per le attività sopracitate è di 115.000 euro. Per la realizzazione del programma di promozione viene riconosciuto ad ERSAF (Ente Regionale per i Servizi all'Agricoltura e alle Foreste), in qualità di soggetto attuatore, il 10% del costo dell'intero Programma.

I sistemi di qualità in corso di implementazione sono sostenuti con risorse finanziarie di natura comunitaria, nazionale e regionale, così come viene riportato nella seguente Tabella 10.3.:

Tabella 10.3. Ripartizione risorse finanziarie

Origine	%	Osservazioni
Comunitaria	45	Si tratta della Misura 132 del PSR
Nazionale	39	/
Regionale	16	/

Fonte: elaborazione propria da dati ottenuti dalla Regione Lombardia

Di seguito viene riportato l'ammontare complessivo dei finanziamenti dedicati ai sistemi di qualità dei prodotti agroalimentari, relativo agli ultimi tre anni (Tabella 10.4.):

Tabella 10.4. Ammontare risorse destinate a sistemi di qualità

Anno	Euro	Osservazioni
2010	430.000	Finanziamento Misura 132 del PSR; n. domande 688
2011	501.000	Finanziamento Misura 132 del PSR; n. domande 745
2012	501.000	Finanziamento Misura 132 del PSR; n. domande 678.

Fonte: elaborazione propria da dati ottenuti dalla Regione Lombardia

La Regione Lombardia ha implementato il progetto "Strade del vino e dei Sapori della Lombardia"¹³⁰. Attualmente, sono dodici i percorsi enogastronomici che si snodano attraverso l'intero territorio lombardo e guidano il turista alla scoperta di prodotti di eccellenza, paesaggi naturali e bellezze-artistiche e architettoniche. Questi percorsi sono tutelati dalla Federazione Strade dei Vini e dei Sapori che ha creato un'apposita cartellonistica e segnaletica. I percorsi enogastronomici si snodano lungo 1.500 chilometri attraverso 124 comuni, coinvolgendo 190 aziende vitivinicole e 150 aziende di prodotti agroalimentari. I percorsi enogastronomici sono:

- Strada dei Sapori e delle Valli Varesini;
- Strade dei Vini e dei Sapori del Garda;
- Strada dei Vini e dei Sapori Mantovani;
- Strada del Gusto Cremonese nella Terra di Stradivari;
- Strada del Riso e dei Risotti Mantovani;
- Strada del Tartufo Mantovano;
- Strada del Vino Colli dei Longobardi;
- Strada del Vino e dei Sapori della Valcalepio;
- Strada del Vino e dei Sapori della Valtellina;
- Strada del Vino e dei Sapori dell'Oltrepò Pavese;
- Strada del Vino Franciacorta;
- Strada del Vino San Colombano e dei Sapori Lodigiani.

Oltre alle informazioni per il triennio 2010-2012, con la Delibera n. 1389/2014 la Giunta della Regione Lombardia ha inoltre approvato il "Programma di iniziative regionali per la promozione dei prodotti agroalimentari e l'educazione alimentare per l'anno 2014".

¹³⁰ Regione Lombardia, ERSFA, www.ersaf.lombardia.it

Gli obiettivi, riportati nell'Allegato A della Delibera del Programma 2014, riprendono quelli dei Programmi precedenti e tendono a:

- rafforzare nel consumatore finale e negli operatori della distribuzione e ristorazione in Italia e all'estero il percepito della Lombardia come territorio che produce prodotti di qualità certificati, sicuri e controllati nell'intera filiera produttiva;
- promuovere l'informazione e la conoscenza dei prodotti enogastronomici lombardi tradizionali e di qualità, dei marchi di qualità certificata, dei controlli e della sicurezza della filiera produttiva lombarda e dei temi della filiera corto, della vendita diretta e di corretti comportamenti alimentari anche al fine di favorire un consumo consapevole;
- promuovere percorsi didattici di educazione alimentare verso il mondo della scuola;
- intercettare e aggregare progetti di valorizzazione di altri soggetti del comparto agro-alimentare per "fare rete", progettando e finalizzando azioni di co-marketing anche con soggetti di altri settori (design, moda, turismo, cultura, sport) e altre Direzioni Generali al fine di ottimizzare la capacità di penetrazione della comunicazione sul territorio.

In base agli obiettivi sopraesposti, sono stati individuati tre piani operativi (Tabella 10.5.):

- i. Iniziative regionali per la promozione dei prodotti agroalimentari (soggetto attuatore ERSAF - spesa 550.000 euro);
- ii. Educazione alimentare (soggetto attuatore ERSAF - spesa 120.000 euro, di cui 84.000 euro sul bilancio 2014 e 36.000 euro sul bilancio 2015);
- iii. Accordo di programma Competitività con il Sistema Camerale (soggetto attuatore Unioncamere Lombardia - spesa - 205.000 euro, di cui 140.000 euro sul bilancio 2014 e 65.000 euro sul bilancio 2015).

Tabella 10.5. Finanziamenti piani operativi Regione Lombardia

PROGETTI		Spesa (euro)
i. Piano operativo ERSAF "Iniziative regionali per la promozione dei prodotti agroalimentari"	1 Eventi di "Eccellenza":	5.000
	· Fa la cosa giusta (Milano, 28-30 marzo)	30.000
	· Good Food in Good Design (Milano, aprile 2014)	10.000
	· Taste of Milano (Milano, 8-11 maggio)	10.000
	· Milano Golosa (Milano, 12-14 ottobre)	25.000
	· Salone del Gusto (Torino, 23-27 ottobre)	20.000
	· Fiera Internazionale del Bovino da Latte (Cremona, 22-25 ottobre)	15.000
	· Golosaria (Milano, 15-17 novembre)	20.000
	2 Eventi con i poli regionali di Riccagioia e Carpaneta	75.000
	3 Eventi a carattere territoriale	35.000
	4 Collaborazione con Lombardia Expo Tour	55.000
5 Eventi esterni al comparto	195.000	
6 Materiali, strumenti di supporto, coordinamento e logistica	22.000	
ii. Educazione Alimentare	1 Verso Expo 2015 –percorsi di educazione alimentare	40.000
	2 Fattorie didattiche	26.000
	3 Mangio il G(i)usto	20.000
	4 Materiali, strumenti di supporto, coordinamento e logistica	45.000
iii. Accordo di Programma competitività con il sistema camerale	1 Promozione estero	100.000
	2 Vinitaly 2015	60.000
	3 Azioni di promozione nei confronti della distribuzione e ristorazione	60.000

10.2. L'Economia del Gusto della Lombardia

10.2.A Produzione Agroalimentare ad IG

Il sistema agroalimentare di qualità in Lombardia si caratterizza per la numerosità di produzioni e l'elevata specializzazione. Attualmente sono 31 i prodotti ad Indicazione Geografica (IG) di cui 19 DOP e 12 IGP. Il numero delle aziende agroalimentari lombarde coinvolte nelle filiere delle produzioni tipiche ammonta a 6.744 (2013) (8,4% è il peso sulla totalità degli operatori coinvolti a livello nazionale)¹³¹ e il fatturato alla produzione è stato stimato in 1.586 milioni di euro nel 2011 (ISMEA), seconda regione italiana, dopo l'Emilia-Romagna¹³². (Tabella 10.6.)

Dall'analisi delle statistiche, pubblicate dall'ISTAT, emerge che per quanto riguarda il numero degli operatori censiti vi è stato, nel biennio, una contrazione del 10%. Nell'ultimo anno di rilevazione, sono stati censiti 6.982 produttori, 7.071 allevamenti, 1.449 ettari di superficie e 581 trasformatori con 1.031 impianti di produzione.

Tra le varie categorie di prodotti, si nota chiaramente la peculiarità della Lombardia nel panorama nazionale nella produzione di formaggi, con ben 13 DOP.

La produzione ad Indicazione Geografica più importante, non solo a livello regionale, ma anche nazionale, è il "Grano Padano DOP". In questi ultimi anni la produzione certificata si è consolidata passando da 159.607 tonnellate nel 2005 a 173.917 tonnellate del 2013 (+9%), equivalente al 23% del latte italiano. Nel 2013 il numero di forme è stato pari a 4,565 milioni di forme (export 1,450 milioni), di cui è stato stimato il 70% prodotto in Lombardia.

La filiera del "Grano Padano DOP" è composta da 6.000 allevamenti, 130 caseifici e oltre 300 imprese di produzione e confezionamento. Il fatturato alla produzione, nel 2013 è stato di 1,79 miliardi di euro (di cui 1,250 Mio€ dal formaggio con un grado di stagionatura di 9 mesi e 540 milioni di euro derivano da stagionatura superiori e dalle operazioni di confezionamento e grattugia), mentre quello al consumo è di circa 3 miliardi di euro, includendo sia il mercato nazionale che quelli esteri.

Per quanto riguarda il "Parmigiano Reggiano DOP", la Lombardia offre un contributo limitato in termini produttivi, in quanto nel 2013, l'unica provincia prevista nel disciplinare è Mantova che ha prodotto 365.262 forme, pari all'11% della produzione complessiva (3.279.111 forme), coinvolgendo 25 caseifici¹³³.

Nel paniere dei prodotti lattiero caseari lombardi, un altro formaggio che è molto conosciuto non solo in Italia ma anche all'estero è il "Gorgonzola". In questi ultimi anni, questo prodotto ha una produzione tendenzialmente stabile che è stata nel 2013, di 50.107 tonnellate (con più di 4 milioni di forme), un fatturato alla produzione di 250 Mio€ ed un fatturato al consumo di 346 Mio€, con il 30% della produzione che viene esportato.

Per completare il quadro, riportiamo le informazioni produttive registrate nel 2013:

- "Taleggio", 8.674 tonnellate e 8.673.594 forme. Produzione: Lombardia 99,61% e Piemonte 0,39%;
- "Provolone Valpadana", 5.875 tonnellate e 58.779 forme. Produzione: 60% Lombardia, 38% Veneto e 2% Trentino Alto Adige;
- "Quartiolo Lombardo", 3.756 tonnellate;
- "Valtellina Casera", 1200 tonnellate e 159.715 forme;
- "Formai del Mut dell'Alta Val Brembana", 60 tonnellate e 6082 forme;
- "Salva Cremasco", 240.123 forme;
- "Bitto", 17.426 forme;
- "Formaggella del Luinese", 6185 forme¹³⁴.

¹³¹ I numeri del vino, www.inumeridelvino.it

¹³² Regione Lombardia, "Nuovo PSR 2014-2020 – Bozza documento generale", www.agricoltura.regione.lombardia.it

¹³³ CLAL (2014), http://www.clal.it/index.php?section=parmigiano_altimetria

¹³⁴ CLAL (2013), <http://www.clal.it/?section=formaggella>

Tabella 10.6. Le produzioni agroalimentari ad IG del Lombardia

DOP	IGP
1.2 Prodotti a base di carne	
Salame Brianza	Bresaola della Valtellina
Salame di Varzi	Coppa di Parma*
Salamini Italiani alla Cacciatora*	Cotechino Modena*
	Mortadella Bologna*
	Salame Cremona*
	Salame d'oca di Mortara
	Zampone Modena*
1.3 Formaggi	
Bitto	
Formaggella del Luinese	
Formai del Mut dell'Alta Val Brembana	
Gorgonzola*	
Grana Padano*	
Nostrano Valtrompia	
Parmigiano Reggiano*	
Provolone Valpadana*	
Quartirolo Lombardo	
Salva Cremasco	
Strachitunt	
Taleggio*	
Valtellina Casera	
1.4 Altri prodotti di origine animale	
Miele Varesino	
1.5 Oli e grassi	
Garda*	
Laghi Lombardi	
1.6 Ortofrutticoli e cereali	
	Mela di Valtellina
	Melone mantovano
	Pera Mantovana
1.7 Pesci, molluschi, crostacei freschi e prodotti derivati	
	Salmerino del Trentino*
	Trote del Trentino*

* prodotto ad Indicazione Geografica con valenza multi regionale

Fonte: Elaborazione propria su interrogazione dati Commissione Europea, DOOR - Database of Origin and Registration, 2014

Il comparto dei salumi offre un contributo all'economia agroalimentare lombarda. Attualmente sono registrate a livello comunitario 10 prodotti ad Indicazione Geografica (3 DOP e 7 IGP), di cui 6 multiregionali. Nella salumeria lombarda, la "Bresaola della Valtellina IGP" è riuscita a ritagliarsi un ruolo da protagonista, con una produzione che si è attestata a 12.516 tonnellate (ISMEA, 2012), un fatturato alla produzione di 217 Mio€ e un fatturato al consumo di 393 Mio€, posizionandosi al terzo posto tra i prodotti della salumeria italiana, dietro al Prosciutto di Parma e Prosciutto San Daniele.

La Regione Lombardia ha inoltre presentato al Ministero delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali, la domanda per la "Miele della Valtellina DOP".

10.2.B I vini ad IG

Nel 2013 in Lombardia la produzione di vino, inclusi i mosti, è stata pari a 1,301 milioni ettolitri (3% sulla produzione totale). La dinamica produttiva è stata positiva con un aumento del 4% rispetto al 2008. La viticoltura lombarda si caratterizza per l'elevata presenza di vini a Indicazione Geografica (42), di cui 27 DOP (in base alla vecchia classificazione dei vini 5 DOCG e 22 DOC) e 15 IGP. (Tabella 10.7.)

Tabella 10.7. I vini IG della Lombardia

DOP*		IGP*
DOCG**	DOC**	IGT**
1. Franciacorta	1. Bonarda dell'Oltrepò Pavese	1. Alto Mincio
2. Oltrepò Pavese Metodo Classico	2. Botticino	2. Benaco Bresciano
3. Scanzo/ Moscato di Scanzo	3. Buttafuoco dell'Oltrepò Pavese/ Buttafuoco	3. Bergamasca
4. Sforzato di Valtellina/ Sfursat di Valtellina	4. Capriano del Colle	4. Collina del Milanese
5. Valtellina Superiore	5. Casteggio	5. Montenetto di Brescia
	6. Cellatica	6. Provincia di Mantova
	7. Curtefranca	7. Provincia di Pavia
	8. Garda	8. Quistello
	9. Garda Colli Mantovani	9. Ronchi di Brescia
	10. Lambrusco Mantovano	10. Ronchi Varesini
	11. Lugana	11. Sabbioneta
	12. Oltrepò Pavese	12. Sebino
	13. Oltrepò Pavese Pinot Grigio	13. Terrazze Retiche di Sondrio
	14. Pinot nero dell'Oltrepò Pavese	14. Terre Lariane
	15. Riviera del Garda Bresciano/ Garda Bresciano	15. Valcamonica
	16. San Colombano al Lambro/ San Colombano	
	17. San Martino della Battaglia	
	18. Sangue di Giuda dell'Oltrepò Pavese/ Sangue di Giuda	
	19. Terre di Colleoni/ Colleoni	
	20. Valcalepio	
	21. Valtellina Rosso/ Rosso di Valtellina	
	22. Valtènesi	

** Classificazione della qualità dei vini secondo il Regolamento (CE) n. 1493/99

* Classificazione della qualità dei vini secondo il Regolamento (CE) n. 491/09

Fonte: Elaborazione propria su interrogazione dati Commissione Europea, E-Bacchus, 2014

La produzione vitivinicola di qualità è composta dal 55% di vini DOP, 29% di vini IGP e 16% di vini comuni. A livello produttivo, le principali DOP sono l'“Oltrepò Pavese” (23,5%), la “Bonarda dell'Oltrepò Pavese” (23%), “Franciacorta” (16%), “Lugana” (12%) e “Garda” (7%). Nel periodo 2008-2031, le prime tre denominazioni hanno mostrato una contrazione nei livelli produttivi¹³⁵. (Tabella 10.8.)

¹³⁵ I numeri del vino, www.inumeridelvino.it

Tabella 10.8. Produzione dei principali vini a Denominazione d'Origine Protetta

Denominazione	% Sul totale regionale	Denunce		Resa q.li/ha	Prod. Uvs q.li	Produzione vino hl 2012
		N° denunce prod.	Ettari relativi			
Oltrepo' Pavese	23,58%	1.280	2.912	120	245.424	172.457
Bonarda dell'Oltrepo' Pavese	23,11%	1.214	2.631	125	241.203	169.015
Franciacorta	16,11%	398	-	100	19.630	117.779
Lugana**	12,19%	162	1.050	125	127.293	89.105
Garda o Garda classico**	7,50%	688	998	130	87.422	54.815

Fonte: elaborazione propria su dati V.Q.P.R.D. d'Italia, Federdoc (2013) ** Dato produttivo aggregato Regioni Lombardia e Veneto

10.2.C Bevande Spiritose

Per quanto riguarda le bevande spiritose, l'unica Indicazione Geografica registrata dalla Regione Lombardia, in base al Regolamento (CE) n. 110/2008 (e successive modifiche) è la "Grappa lombarda/Grappa di Lombardia".¹³⁶

10.2.D Agricoltura Biologica

Nel 2008, in Lombardia il numero di operatori era pari a 1.232 e la superficie impiegata ammontava a 16.736 ettari. Nel 2013, vi è stato un consolidamento del biologico, sia del numero di aziende pari a 1.725 (+40%) sia della superficie (20.685 ettari con un +24%).

Le principali colture sono cereali (8.231 ettari), produzione di foraggio (3.638 ettari), prati e pascoli (2.952 ettari) e vite (1.197 ettari). Le aziende agricole con produzione zootecnica sono 226 (2013). La Direzione Generale Agricoltura della Regione Lombardia, con l'attuazione del Programma di Sviluppo Rurale 2007/2014 ha attuato una serie di interventi rivolti allo sviluppo del sistema rurale a livello sociale, ambientale e produttivo, diretti da un lato a sostenere in modo diretto le aziende biologiche, dall'altro sono state messe in campo una serie di azioni di promozione, di comunicazione al consumatore e di educazione alimentare.

Un progetto particolare, unico nel suo genere a livello nazionale, riguarda "I circuiti del biologico in Lombardia"¹³⁷. La finalità dell'azione è quella di far conoscere direttamente le aziende e le loro produzioni a diversi *stakeholders*. Attualmente sono stati creati 6 circuiti:

- Il parco del Ticino, la Lomellina e l'Oltrepò Pavese;
- Tra l'Adda e il Chiese, Terre di Pianura;
- Il Mincio, Mantova e le Terre di Virgilio
- Il Garda, tra Valtènesi e Valsabbia;
- Franciacorta, Valcamonica e Valtrompia;
- Bergamo la Brianza e l'Hinterland Milanese.

10.2.E Prodotti Agroalimentari Tradizionali (PAT)

Un ulteriore tassello dell'Economia del Gusto è rappresentato dai Prodotti Agroalimentari Tradizionali che ammontano a 246¹³⁸. Il paniere è composto principalmente da Paste fresche e prodotti da forno (72), Carni e prodotti trasformati (68), Formaggi (63).

¹³⁶ Le schede tecniche delle Indicazioni Geografiche "Brandy italiano" e "Grappa" prevedono che la produzione si possa svolgere su tutto il territorio nazionale.

¹³⁷ Regione Lombardia (2013), Circuiti del biologico in Lombardia, http://www.buonalombardia.it/images/File/Allegati%20pubblicazioni/opuscolo_circuiti%20del%20biologico.pdf

¹³⁸ MIPAAF (2014), Quattordicesima revisione dei prodotti agroalimentari tradizionali, <http://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeAttachment.php/L/IT/D/7%252Fa%252F0%252FD.f0ab2e9ee2902b95e1ec/P/BLOB%3AID%3D3276>

10.3. I marchi collettivi

Oltre alle numerose azioni messe in campo dalla Regione Lombardia, è stato compiuto un censimento presso le banche dati dei marchi e brevetti, per individuare le organizzazioni che perseguendo obiettivi di tutela e promozione delle produzioni agroalimentari di qualità e turistiche hanno registrato marchi collettivi in ambito comunitario e/o nazionale, in cui vi sia un riferimento al territorio lombardo. Attualmente vi sono 8 marchi collettivi, di cui 5 comunitari. (Tabella 10.9.)

Tabella 10.9. I marchi collettivi registrati con riferimento alla "Lombardia"

Denominazione	Titolare	Marchio comunitario	Marchio Nazionale	Classe di Nizza
Club Lombardia	Ente Promozione Turistica Bormiese	•	•	29 30 31 32 33 43
Bio	Consorzio Gruppo Produttori Lombardia Veneto	•	•	29 30 31 32 33
Formaggi di Capra da Fattoria	Associazione Regionale Allevatori della Lombardia	•	•	29
Probul	Associazione Regionale Allevatori della Lombardia	•	•	29 30 31
Agnello Brianzolo	Associazione della Pecora Brianzola		•	29
Associazione Produttori Ortofrutticoli Lombardi APOL.	Associazione di zona tra produttori ortofrutticoli		•	31
Vini D.O.C. Lombardia	Associazione Consorzi Difesa Vini Lombardi D.O.C.	•	•	33
Per Corti e Cascine	Turismo Verde Lombardia		•	43

Fonte: Elaborazione propria su interrogazione dati Ufficio Italiano Brevetti e Marchi ed European Trade Mark and Design Network (TMview), 2014

11. Marche

11.1. Le politiche regionali di valorizzazione, tutela e promozione

La Regione Marche, nell'ambito della tutela e della valorizzazione delle produzioni agroalimentari di qualità, ha affiancato ai regimi di qualità comunitari (DOP, IGP e produzioni biologiche), il sistema di qualità alimentare regionale "QM – Qualità garantita dalle Marche", istituito dalla Legge Regionale n. 23/2003¹³⁹.

Gli obiettivi di questo strumento sono esplicitati all'articolo 1:

- "assicurare al consumatore la qualità e la sicurezza dei prodotti agricoli ed agroalimentari acquistati;
- garantire le informazioni sull'origine delle materie prime, sull'identità degli operatori coinvolti e delle metodologie applicate nelle varie fasi del processo produttivo;
- favorire lo sviluppo di un'agricoltura ecocompatibile;
- favorire l'accesso alla protezione comunitaria delle produzioni tradizionali regionali".

Il sistema di qualità alimentare "QM – Qualità garantita dalle Marche" è caratterizzato da quattro elementi:

- qualità garantita dal rispetto di un disciplinare di produzione e dal controllo di un organismo indipendente a sua volta vigilato dalla Regione;
- tracciabilità garantita dall'utilizzo di un sistema informativo regionale (Si.Tra.) compatibile con i sistemi eventualmente già in uso presso gli operatori delle singole filiere;
- no OGM in ogni fase del processo produttivo;
- informazione esauriente sull'origine e sul processo di un determinato prodotto, garantita integrando le informazioni riportate in etichetta con quelle disponibili su internet.

Il marchio può essere utilizzato per:

- prodotti di qualità già riconosciuti a livello comunitario o nazionale (DOP, IGP, DOC, DOCG, prodotti da agricoltura biologica etc) per i quali il disciplinare esistente viene integralmente adottato con l'aggiunta degli elementi caratterizzanti il marchio (integrazioni relative alla tracciabilità e all'informazione al consumatore, divieto di utilizzare OGM etc);
- prodotti che rispettano disciplinari appositamente redatti da gruppi di lavoro (focus group) coordinati dall'ASSAM¹⁴⁰ ed approvati dalla Giunta Regionale;
- servizi correlati ai prodotti a marchio (es. agriturismo e ristorazione), sulla base di appositi disciplinari.

I prodotti e i servizi correlati per i quali possono essere richieste iscrizioni da parte di soggetti pubblici o privati debbono rientrare in un elenco presente nel regolamento d'uso del marchio. I disciplinari vengono redatti sulla base di linee guida regionali che fissano alcuni principi fondamentali:

- il divieto di utilizzare OGM in tutte le fasi del processo produttivo;
- l'individuazione, per i prodotti e i servizi, di standard qualitativi significativamente superiori ai minimi di legge;
- la definizione di regole che permettano di conseguire risultati tangibili nei campi della sicurezza alimentare, della tutela ambientale, della salute delle piante e della salute e del benessere degli animali.

L'adesione al marchio prevede, a garanzia dei consumatori, l'adozione di un sistema di controllo articolato su più livelli:

- autocontrollo da parte dei produttori secondo le prescrizioni dei diversi disciplinari, utile anche per semplificare i livelli di controllo successivi; può incidere favorevolmente sui costi della certificazione;

¹³⁹ La Legge Regionale n. 23/2003, la Delibera della Giunta Regionale n. 536/06 relativo alle linee guida del Marchio QM, e la Delibera della Giunta Regionale n. 501/14 riguardante i criteri e modalità applicative per la semplificazione e l'armonizzazione dei disciplinari e delle procedure gestionali sono consultabili al seguente indirizzo: 84.38.190/agricoltura/portale/1/normativa/LR23_03.pdf

¹⁴⁰ L'Agenzia per i Servizi nel Settore Agroalimentare delle Marche (ASSAM), istituita con la Legge Regionale n. 9 del 14/01/1997, attua progetti nel settore agronomico (cerealicoltura, orticoltura, colture industriali, viticoltura, olivicoltura e frutticoltura) con particolare attenzione al settore biologico e del basso impatto ambientale.

- controllo esercitato dai concessionari, ossia da quei soggetti (preferibilmente associazioni, organizzazioni di produttori o consorzi di tutela) che, coordinando la filiera, rappresentano il “fulcro” del sistema;
- controllo di parte terza effettuato da organismi indipendenti autorizzati (pubblici o privati) che operano in conformità alla norma UNI CEI EN 45011 e rispettano le prescrizioni regionali sulle procedure di controllo;
- verifica del rispetto dei requisiti da parte di un soggetto pubblico istituito ai sensi della Legge Regionale n. 23/2003. Tale funzione è svolta dall’Unità Territoriale di Vigilanza e si articola su due livelli: sull’operatività degli organismi di controllo (OdC) e sulla corretta applicazione dei piani di controllo contenuti nei regolamenti tecnici per le procedure di controllo.

Attualmente sono sei le società di certificazione autorizzate ad effettuare i controlli: Autorità Pubblica di Controllo, Suolo e Salute, Istituto Mediterraneo di Certificazione, CSQA certificazioni, CCPB srl e Istituto per la Certificazione Etica e Ambientale.

I disciplinari, in vigore al 2013, sono 14, ai quali si aggiungono i recepimenti della disciplina per l’etichettatura facoltativa delle carni bovine e della regolamentazione comunitaria in materia di produzione biologica e riguardano¹⁴¹: “Filiera Latte Alta Qualità”, “Filiera Carni Ovine”, “Filiera Prodotti Lattiero Caseari”, “Servizio”, “Ristorazione”, “Agriturismo”, “Produzione Miele”, “Settore Uova”, “Filiera Carni Suine fresche e trasformate”, “Filiera ittica”, “Produzione molluschi”, “Filiera cereali e dei prodotti di prima e seconda trasformazione”, “Filiera olio extravergine di oliva – oli monovarietali”, “Birra” e “Tecniche agronomiche di produzione integrata della Regione Marche”.

Alla fine del 2013, i concessionari sono 34 ed altri 17 operatori sono in attesa di divenire licenziatari¹⁴². I prodotti certificati sono 64¹⁴³.

¹⁴¹ Regione Marche, Disciplinare Produzioni biologiche QM, http://84.38.50.190/agricoltura/Portals/1/disciplinari/2009%2003%2023%20DDPF%20CSI_10%2098-09%20QMbio%20INTEGRAZIONI.pdf

¹⁴² L’elenco dei concessionari è consultabile al seguente indirizzo: <http://84.38.50.190/agricoltura/Portals/1/normativa/licenze/elenco%20concessionari%20e%20licenziatari.pdf>

¹⁴³ L’elenco dei prodotti è consultabile al seguente indirizzo: <http://84.38.50.190/agricoltura/home/aziende/disciplinari.aspx>

11.2. L'Economia del Gusto delle Marche

11.2.A Produzione Agroalimentare ad IG

Il patrimonio delle produzioni agroalimentari di qualità marchigiane è formato da 10 prodotti ad Indicazione Geografica (IG) di cui 6 DOP e 4 IGP. Il numero di aziende coinvolte sono 875 ISTAT (2013) ed il fatturato di 3 milioni di euro ISTAT (2011)¹⁴⁴. I prodotti con attestazione comunitaria sono produzioni di nicchia contraddistinti da un forte legame territoriale ed accumulati da una dimensione produttiva limitata. I canali di commercializzazione sono soprattutto punti di vendita specializzati e di vendita diretta. (Tabella 11.1.)

La Regione Marche ha presentato al Ministero delle Politiche Agricole ed Alimentari, la domanda per la "Patata Rossa di Colfiorito IGP".

Nella Delibera della Giunta Regionale n. 108 del 17/07/2014, all'interno del Programma di sviluppo rurale della Regione Marche 2014/2020, è previsto, nella "Focus Area 3", che le azioni sono volte a "migliorare la competitività dei produttori primari integrandoli meglio nella filiera agroalimentare attraverso i regimi di qualità, la creazione di un valore aggiunto per i prodotti agricoli, la promozione dei prodotti nei mercati locali, le filiere corte, le associazioni e le organizzazioni di produttori e le organizzazioni interprofessionali. L'integrazione di filiera, prevista dalla Focus Area quale strumento importante per il miglioramento della competitività dei produttori agricoli, sarà incoraggiata dalla Regione Marche, attraverso il finanziamento di progetti integrati di filiera.

I principali elementi caratterizzanti la forma del sostegno sono:

- i. un soggetto promotore costituito da una associazione di produttori;
- ii. la presenza di un contratto di filiera che definisca con chiarezza le responsabilità soggettive;
- iii. una condizionalità ex post, legata alla effettiva operatività della filiera, per l'erogazione della totalità del contributo ammesso all'aiuto".

Tabella 11.1. Le produzioni agroalimentari ad IG delle Marche

DOP	IGP
1.1 Carni fresche	
	Agnello del Centro Italia* Vitellone bianco dell'Appennino centrale*
1.2 Prodotti a base di carne	
Prosciutto di Carpegna* Salamini Italiani alla Cacciatora*	Ciauscolo Mortadella Bologna*
1.3 Formaggi	
Casciotta di Urbino	Formaggio di Fossa di Sogliano*
1.5 Oli e grassi	
Cartoceto	
1.6 Ortofrutticoli e cereali	
Oliva Ascolana del Piceno*	Lenticchia di Castelluccio di Norcia
2.7 Pasta	
	Maccheroncini di Campofilone

* prodotto ad Indicazione Geografica con valenza multi regionale

Fonte: Elaborazione propria su interrogazione dati Commissione Europea, DOOR - Database of Origin and Registration, 2014

¹⁴⁴ Regione Marche (2014), Delibera della Giunta Regionale n. 108 del 17/07/2014 sul Programma di sviluppo rurale e 2014/2020, http://www.consiglio.marche.it/banche_dati_e_documentazione/iter_degli_atti/paa/pdf/d_am80_9.pdf

11.2.B I vini ad IG

Il comparto vitivinicolo ha un ruolo importante nell'economia rurale marchigiana. La produzione di vino nel 2013, è stata pari 1,039 milioni di ettolitri (+19% rispetto alla produzione 2008) ISTAT (2013). Attualmente sono stati registrati 21 vini a Indicazione Geografica, di cui 20 DOP (in base alla vecchia classificazione dei vini 5 DOCG e 15 DOC) e 1 IGP. (Tabella 11.2.)

Tabella 11.2. I vini IG delle Marche

DOP*		IGP*
DOCG**	DOC**	IGT**
1. Castelli di Jesi Verdicchio Riserva	1. Bianchello di Metauro	1. Marche
2. Conero	2. Colli Maceratesi	
3. Offida	3. Colli Pesaresi	
4. Verdicchio di Matelica Riserva	4. Esino	
5. Vernaccia di Serrapetrona	5. Falerio	
	6. I Terreni di San Severino	
	7. Lacrima di Morro/ Lacrima di Morro d'Alba	
	8. Pergola	
	9. Rosso Conero	
	10. Rosso Piceno/ Piceno	
	11. San Ginesio	
	12. Serrapetrona	
	13. Terre di Offida	
	14. Verdicchio dei Castelli di Jesi	
	15. Verdicchio di Matelica	

** Classificazione della qualità dei vini secondo il Regolamento (CE) n. 1493/99

* Classificazione della qualità dei vini secondo il Regolamento (CE) n. 491/09

Fonte: Elaborazione propria su interrogazione dati Commissione Europea, E-Bacchus, 2014

Analizzando le dinamiche produttive si evince il "crollo" della quota dei vini di qualità ad Indicazione Geografica, passata dal 84% (39% DOP e 44% IGP) del 2008 al 53% (33% DOP e 20% IGP) del 2013, con un incremento dei vini comuni che hanno raggiunto il 47%. Le principali DOC regionali sono il "Verdicchio dei Castelli di Jesi" passato da 2.600 a 2.100 ettari e da 200.000 ettolitri a 130.000 negli ultimi cinque anni e il "Rosso Piceno" con una produzione passata da 120.000 ettolitri a 70.000 ettolitri¹⁴⁵. (Tabella 11.3.)

Tabella 11.3. Produzione dei principali vini a Denominazione d'Origine Protetta¹⁴⁶

Denominazione	% Sul totale regionale	Denunce		Resa q.li/ha	Prod. Uvs q.li	Produzione vino hl 2012
		N° denunce prod.	Ettari relativi			
Verdicchio dei Castelli di Jesi	38,12%	548	2.036	140	184.201	128.783
Rosso Piceno	21,01%	472	1.161	130	101.399	70.979
Falerio dei Colli Ascolani	6,81%	212	329	130	32.886	23.020
Offida	5,95%	257	399	100	28.731	20.112
Verdicchio di Matelica	4,86%	96	244	130	23.458	16.421

Fonte: elaborazione propria su dati V.Q.P.R.D. d'Italia, Federdoc (2013)

11.2.C Bevande Spiritose

In base al Regolamento (CE) n. 110/2008 (e successive modifiche) relativo alla definizione, alla designazione, alla presentazione, all'etichettatura e alla protezione delle Indicazioni Geografiche delle bevande spiritose, la Regione Marche non presenta alcuna Indicazione Geografica registrata.

¹⁴⁵ I numeri del vino, www.inumeridelvino.it

¹⁴⁶ Federdoc (2013), <http://www.federdoc.com/pdf/vinitaly2014-web.pdf>

11.2.D Agricoltura Biologica

La politica regionale ha favorito lo sviluppo di questo regime di qualità, anche se dal 2008 al 2013, i trend sono negativi sia per numero di operatori passati da 2.687 a 2.162, sia per superficie coltivata passata da 67.246 a 56.899 ettari.

Le aziende agricole biologiche con produzione zootecnica, in base agli ultimi dati disponibili, sono 221¹⁴⁷. Coltivazioni coinvolte sono foraggere (18.290 ettari), prati e pascoli (12.707 ettari) e cereali (10.469 ettari)¹⁴⁸. Il numero delle aziende agricole biologiche con produzione zootecnica è di 221 (2013).

11.2.E Prodotti Agroalimentari Tradizionali (PAT)

I Prodotti Agroalimentari Tradizionali sono complessivamente 152. Le categorie più numerose sono quelle delle Paste fresche e prodotti da forno (45), dei Prodotti ortofrutticoli (42) e delle Carni e trasformati (30)^{149,150}.

11.3. I marchi collettivi

Per completare l'analisi, si fornisce un quadro esaustivo dei marchi collettivi, registrati da organizzazioni pubbliche e private in sia in ambito europeo sia nazionale. Attualmente sono stati registrati 22 marchi collettivi, di cui 6 nella banca dati comunitaria. (Tabella 11.4.)

Tabella 11.4. I marchi collettivi registrati con riferimento alle "Marche"

Denominazione	Titolare	Marchio comunitario	Marchio nazionale	Classe di Nizza
QualiMarche-prodotti tutelati dalla Regione Marche-filiere carni*	Regione Marche		•	29 31
QualiMarche-prodotti tutelati dalla Regione Marche-filiera latte e derivati*	Regione Marche		•	29
QualiMarche-Prodotti tutelati della Regione Marche-filiera ittica*	Regione Marche		•	29
QualiMarche-Prodotti tutelati dalla Regione Marche*	Regione Marche		•	29 30 31 32 33 43
Qm-Qualità Garantita dalle Marche	Regione Marche	•	•	29 30 31 32 33 43
Luxury Marche-The best of Made in Italy	Regione Marche		•	29 30 33
Marche di Charme	Regione Marche	•	•	29 30 31 32 33 43
Terra dei Fioretti	Provincia Picena S.Giacomo della Marca dei Frati Minori		•	29 30 43
Prodotti e Negozi del Merlo Nero Macerata, Marche Italy	Comunità Montana dei Monti Azzurri		•	29 30 31 32 33 43
I vini delle Marche-Le Marche dei Vini	Camera di Commercio I.A.A di Pesaro e Urbino	•	•	33
Marche is Good	Confindustria Marche		•	29 30 32 33 43
I Freschi di Casa Marche	Organizzazione Regionale Trasformatori Agricoli		•	29
L'Ovo delle Marche COPAV. Consorzio Provinciale Avicolo	CO.P.AV.	•	•	29

¹⁴⁷ SINAB (2014), Bio in cifre 2014, http://www.sinab.it/sites/default/files/share/bio%20in%20cifre%202014_1.pdf

¹⁴⁸ Regione Marche, Conoscere il biologico nelle Marche, <http://conoscereilbiologico.regione.marche.it/>

¹⁴⁹ MIPAAF (2014), Quattordicesima revisione dei prodotti agroalimentari tradizionali, <http://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeAttachment.php/L/IT/D/7%252Fa%252F0%252FD.f0ab2e9ee2902b95e1ec/P/BLOB%3AID%3D3276>

¹⁵⁰ Regione Marche (2006), I prodotti tradizionali della Regione Marche, http://www.agri.marche.it/pubblicazioni/Libri/Tradizioni_RegioneOK.pdf

Il Gusto delle Marche Consorzio	Consorzio Il Gusto delle Marche	•	•	29 30 33 43
Miele Marche	Consorzio Cooperativo Regionale Apicoltori	•	•	30
Filiera Marchigiana del grano duro di qualità	Consorzio Agrario Provinciale di Ancona	•	•	30 31
Vini dal Cuore delle Marche	Consorzio Agrario Provinciale di Ancona		•	33
Terroir Marche Vignaioli Bio	Consorzio Terroir Marche		•	33
A.R.A.S Carni Alternative delle Marche	Associazione Regionale Allevamenti Alternativi e Selvaggina		•	29
Garanzia Biologico Marche Quercia Ghiande	Associazione Marchigiana per L'agricoltura Biologica		•	33
Le Marche segrete	Associazione Le Marche Segrete		•	29 30
Marche di Gusto	Associazione Marche di Gusto	•	•	33

*La Delibera della Giunta Regionale n 301/2004 approvò il marchio collettivo "Qualimarche" – Prodotti Tutelati dalla Regione Marche, unitamente al regolamento d'uso. La citata deliberazione inviata al Ministero delle Attività Produttive

Fonte: Elaborazione propria su interrogazione dati Ufficio Italiano Brevetti e Marchi ed European Trade Mark and Design Network (TMview), 2014

12. Molise

12.1. Le politiche regionali di valorizzazione, tutela e promozione

Da quanto emerso dal questionario somministrato alla Regione Molise, le attività finalizzate alla valorizzazione e promozione delle produzioni agroalimentari e al perseguimento dell'obiettivo della competitività del territorio, sono minuziosamente elencate nel Programma di Sviluppo Rurale (PSR) 2007-2013 implementato dalla Regione, che può essere sintetizzato nei seguenti punti:

- adeguamento strutturale delle imprese delle filiere agroalimentari e forestali introducendo elementi di innovazione di prodotto e/o processo e di riqualificazione delle produzioni;
- mostre, fiere e manifestazioni volte ad incrementare il valore aggiunto delle produzioni agroalimentari e forestali regionali;
- workshop e seminari finalizzati all'adeguamento delle competenze professionali e manageriali degli addetti ai settori agricoli, della trasformazione agroalimentare e della silvicoltura;
- sostegno al ricambio generazionale e alla permanenza di giovani in agricoltura; sostegno alla diffusione dell'agricoltura biologica;
- miglioramento degli standard qualitativi delle produzioni agricole e silvicole e sostegno all'adesione a sistemi di certificazione della qualità delle produzioni;
- finanziamenti ed iniziative finalizzati ad incrementare il grado di competitività delle filiere agricole, al quale sono finalizzate le Misure di cui all'Asse 1 del PSR;
- convegni organizzati dalla Regione miranti ad aggiornare le competenze professionali e manageriali degli addetti ai settori agricoli, silvicoli e della trasformazione agroalimentare;
- azioni miranti alla conservazione e valorizzazione di habitat semi-naturali dove è praticata un'agricoltura estensiva¹⁵¹.

Osservando i *feedback* ottenuti dal questionario, la Regione Molise non implementa propri sistemi di qualità. Al fine di sopperire a tale mancanza, sono intervenute le Camere di commercio di Campobasso e Isernia che, nel 1993, hanno istituito il marchio "Piacere Molise"¹⁵².

Il *concept* di questo marchio è l'idea di "piacere" quale atto di presentazione, momento iniziale del processo di relazione ed espressione di un sentire positivo, assenso e partecipazione, sintetizzando in un unico strumento di promozione, tutti gli elementi qualitativi, sotto il profilo ambientale-paesaggistico, storico, culturale e enogastronomico del Molise.

Il progetto "Piacere Molise" ha subito una profonda ristrutturazione nel 2002, trasformandosi da marchio di impresa a marchio collettivo. Questo cambiamento ha comportato l'individuazione di quattro settori portanti dell'economia regionale, per i quali sono stati redatti i seguenti disciplinari:

- i. Artigianato Artistico Tradizionale: Pietre ed Affini, Metalli, Legno e Ceramica e Terracotta;
- ii. Albergo Diffuso;
- iii. Servizi Turistici: Agriturismo ricettivo, Agriturismo ristorativo, Albergo, Ristoranti, Residenze Turistiche Alberghiere, Stabilimenti e B&B, Campeggi;
- iv. Agroalimentare: Conserve, Formaggi di Bufala, Mele, Miele, Papatelli, Salumi e Taralli.

In base al Regolamento d'uso del Marchio, i soggetti che possono richiedere la licenza d'uso devono avere i seguenti requisiti:

- imprese delle produzioni agroalimentare, servizi ed artigianato oppure imprese di commercializzazione e/o distribuzione;
- essere iscritte al registro delle imprese della Camera di commercio o presso organismi analoghi di altri membri dell'Unione Unione Europea;
- essere inseriti nella filiera del prodotto/servizio per cui il marchio è richiesto.

I soggetti che intendono ottenere il diritto d'uso del marchio per i prodotti e/o servizi dovranno presentare una domanda ad Unioncamere. Nel caso in cui l'iter di richiesta si concluda positivamente, le imprese dovranno osservare le disposizioni del rispettivo disciplinare.

Unioncamere Molise attraverso il Consiglio del Marchio o altro organismo di controllo potrà effettuare dei controlli nelle imprese che si fregiano del marchio "Piacere del Molise".

¹⁵¹In particolare prati permanenti e pascoli, particolari habitat (es. risaie) ed elementi strutturali naturali (quali siepi, filari e fasce inerbite e boscate, stagni) e la tutela delle razze e delle specie di interesse agricolo a rischio di estinzione.

¹⁵² Piacere Molise, Marchio regionale di qualità, www.moliseinfiera.it

Attualmente sono 22 le aziende che utilizzano il marchio, in prevalenza nel settore del vino e dell'olio.

La Giunta della Regione Molise ha approvato la Delibera n. 325 del 18/07/2014 riguardante la proposta di "Programma di Sviluppo Rurale 2014-2020" che dovrà essere inviato alla Commissione Europea.

Nell'ambito delle tematiche della ricerca, vi è un'interessante analisi, nella sezione "4.2.2. Macroarea fabbisogni 2 – Uno strumento efficiente delle risorse naturali" che individua non solo alcuni punti di debolezza dell'agroalimentare molisano, ma anche la strada che si dovrà percorrere con la nuova programmazione dello sviluppo rurale.

"La regione Molise è particolarmente ricca di risorse naturali preservate nella gran parte dei casi proprio da modelli produttivi tradizionali. Quest'ultimi se da una parte hanno avuto il pregio di operare una pressione ridotta sulle risorse, dall'altra non hanno saputo imprimere una svolta alla competitività delle imprese. Va sottolineato però che tali metodi sono stati quasi oggettivamente "ignorati" dal sistema della conoscenza che non ne ha oggettivato gli impatti né tantomeno fatto oggetto di studi specifici per l'individuazione di elementi innovativi nelle tecniche, nelle tecnologie e nell'organizzazione (...). Oggi i sistemi di qualità nella regione, tra cui DOP, biologico, integrato, sono fortemente limitati dalla mancanza di un sistema di conoscenze e di trasferimento della stessa, adeguato alle necessità dell'impresa. A queste si aggiungono i costi e le complessità delle procedure del sistema di controllo, la difficoltà di una vera valorizzazione dei prodotti nei mercati e l'incapacità di esplorare o creare nuovi mercati nei quali gli elementi di sostenibilità e di qualità dei prodotti trovano la giusta remunerazione. Ancora una volta occorre abbandonare la logica settoriale o di filiera a favore di un approccio per sistemi ecologici agrari che nella regione assumono caratterizzazioni molto diversificate. È proprio l'eterogeneità di tali sistemi che costituisce una ricchezza per la regione e pertanto vi è la necessità di individuare strumenti di gestione, di monitoraggio e di promozione che dovranno far leva sulle nuove tecnologie ICT".

12.2. L'Economia del Gusto del Molise

12.2.A Produzione Agroalimentare ad IG

L'Economia del Gusto di qualità molisana, anche se è abbastanza ricca di produzioni legate al territorio, ha un numero relativamente contenuto di produzioni regionali contraddistinte da marchi comunitari DOP e IGP. Infatti sono 6 i prodotti ad Indicazione Geografica (IG) di cui 5 DOP e 1 IGP. L'unica DOP prettamente regionale è l'olio extravergine "Molise". Altre attestazioni comunitarie riguardano le filiere zootecniche sia per la preparazione di formaggi "Caciocavallo Silano", "Mozzarella di Bufala Campana" e "Ricotta di Bufala Campana" e sia per la produzione o la preparazione di carne "Salamini Italiani alla Cacciatora" e "Vitellone Bianco dell'Appennino Centrale". (Tabella 12.1.) Le produzioni tipiche molisane coinvolgono un numero estremamente ridotto di operatori. Dagli ultimi dati disponibili dall'ISTAT, nel 2013, erano presenti 179 operatori con una dinamica di mercato, in questi ultimi anni negativa^{153,154}. Il fatturato regionale delle produzioni DOP e IGP ammonta a circa 1 milione di euro.

Tabella 12.1. Le produzioni agroalimentari ad IG del Molise

DOP	IGP
1.1 Carni fresche	
Vitellone bianco dell'Appennino Centrale*	
1.2 Prodotti a base di carne	
Salamini Italiani alla Cacciatora*	
1.3 Formaggi	
Caciocavallo Silano*	
Mozzarella di Bufala Campana*	
1.5 Oli e grassi	
Molise	
1.8 Altri prodotti di origine animale	
Ricotta di Bufala Campana*	

* prodotto ad Indicazione Geografica con valenza multi regionale

Fonte: Elaborazione propria su interrogazione dati Commissione Europea, DOOR - Database of Origin and Registration, 2014

12.2.B I vini ad IG

Il settore vitivinicolo è una componente di grande interesse dell'economia rurale molisana. La produzione regionale di vino, inclusi i mosti, nel 2013 è stata pari a 319.000 ettolitri, con un andamento relativamente costante. Il paniere è composto da 6 vini a Indicazione Geografica, di cui 4 DOP (in base alla vecchia classificazione dei vini 4 DOC) e 2 IGP. (Tabella 12.2.)

Tabella 12.2. I vini IG del Molise

DOP*		IGP*
DOCG**	DOC**	IGT**
	1. Biferno	1. Osco/ Terre degli Osci
	2. Molise/ del Molise	2. Rotae
	3. Pentro di Isernia/ Pentro	
	4. Tintilia del Molise	

**Classificazione della qualità dei vini secondo il Regolamento (CE) n. 1493/99

*Classificazione della qualità dei vini secondo il Regolamento (CE) n. 491/09

Fonte: Elaborazione propria su interrogazione dati Commissione Europea, E-Bacchus, 2014

¹⁵³ Unioncamere Molise (2014), Rapporto sull'economia delle province molisane, 12° giornata dell'economia

¹⁵⁴ ISTAT (2013), Rilevazione sui prodotti agroalimentari di qualità DOP, IGP e STG, http://www.istat.it/it/files/2014/09/Report_DOPIGP.pdf?title=Prodotti+di+qualit%C3%A0+Dop%2C+Igp%2C+Stg++18%2Fset%2F2014++Testo+integrale.pdf

Dall'analisi delle statistiche vitivinicole, emerge che il 59% è il peso dei vini DOP, il 41% di vino generico¹⁵⁵. Alla fine degli anni '60, la viticoltura molisana si spostò dalle zone collinari a quelle pianeggianti, privilegiando vitigni che garantissero elevate rese produttive. Verso la fine degli anni '90, alcuni agricoltori decisero di riscoprire la coltivazione di vitigni autoctoni, come il Tintilia, producendo così dei vini di qualità. Il vino "Tintilia del Molise DOP" è divenuto l'emblema della rinascita della viticoltura molisana di qualità¹⁵⁶. La DOP regionale più importante è "Molise" con circa 15.000 ettolitri. (Tabella 12.3.)

Tabella 12.3. Produzione dei principali vini a Denominazione d'Origine Protetta¹⁵⁷

Denominazione	% Sul totale regionale	Denunce		Resa q.li/ha	Prod. Uvs q.li	Produzione vino hl 2012
		N° denunce prod.	Ettari relativi			
Molise o del Molise	69,5%	108	237	100	21.955	15.335
Biferno	24%	28	68	120	7.571	5.300
Tintilia del Molise	6,5%	18	36	110	2.048	1.424

Fonte: elaborazione propria su dati V.Q.P.R.D. d'Italia, Federdoc (2013)

12.2.C Bevande Spiritose

In base al Regolamento (CE) n. 110/2008 (e successive modifiche) relativo alla definizione, alla designazione, alla presentazione, all'etichettatura e alla protezione delle Indicazioni Geografiche delle bevande spiritose, la Regione Molise non presenta alcuna Indicazione Geografica registrata.

12.2.D Agricoltura Biologica

Il settore del biologico, in termini di produzione e fatturato rimane limitato. Alla fine del 2013 il Molise annovera 238 operatori, in crescita di due unità rispetto all'anno precedente, ed una superficie, in crescita, pari a 5.266 ettari¹⁵⁸.

Dall'analisi del Programma di Sviluppo Rurale 2014-2020, approvato dalla Giunta regionale, in base ai dati forniti dall'AGEA, relativi all'asse 2, emerge che dal 2008 vi è un trend crescente di domande di aiuto in particolare per le misure delle indennità compensative, per le aree montane (211), per quelle svantaggiate (212) e per la misura agroambiente (214). Questi aiuti economici hanno permesso di consolidare un nucleo di circa 3.000 aziende (per oltre 20.000 ettari di SAU) che pur avendo i requisiti per richiedere la certificazione, non aderiscono a tale sistema di qualità, in quanto ritengono che i costi di adesione sono troppo elevati e vi sia una scarsa efficacia delle strategie di marketing¹⁵⁹.

12.2.E Prodotti Agroalimentari Tradizionali (PAT)

Il paniere dei Prodotti Agroalimentari Tradizionali è composto da 159 prodotti, di cui Paste fresche e prodotti da forno (60), Carne e prodotti trasformati (32) e Prodotti ortofrutticoli (30)¹⁶⁰.

¹⁵⁵ I numeri del vino, www.inumeridelvino.it. Nella sezione Molise, si evince che pur essendo registrati due vini IGP, nelle statistiche non vengono rilevati i dati produttivi.

¹⁵⁶ Bertolli M.G. (2013), Il Sole 24 Ore, Tintilia: vitigno simbolo della crescita dei vini molisani (10 maggio 2013)

¹⁵⁷ Federdoc (2013), <http://www.federdoc.com/pdf/vinitaly2014-web.pdf>

¹⁵⁸ SINAB (2014), Bio in cifre 2014, http://www.sinab.it/sites/default/files/share/bio%20in%20cifre%202014_1.pdf.

¹⁵⁹ Regione Molise (2014), Delibera n. 325/2014 della Giunta regionale:

file:///C:/Documents%20and%20Settings/Administrator/Documents/Downloads/DGR_n.325_2014_presa_atto_proposta_PSR.pdf

¹⁶⁰ MIPAAF (2014), Quattordicesima revisione dei prodotti agroalimentari tradizionali,

<http://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeAttachment.php/L/IT/D/7%252Fa%252FD0%252FD0ab2e9ee2902b95e1ec/P/BLOB%3AID%3D3276>

12.3. I marchi collettivi

Per completare il quadro, dalla ricognizione compiuta sui marchi collettivi, oltre alle registrazioni di marchi di prodotti ad Indicazione Geografica e del marchio “Piacere Molise” è emerso un uso estremamente limitato di marchi collettivi registrati a livello europeo e/o nazionale, in cui sono presenti riferimenti al territorio regionale.

Tabella 12.4. I marchi collettivi registrati con riferimento al Molise

Denominazione	Titolare	Marchio comunitario	Marchio nazionale	Classe di Nizza
Molise	MIPAAF	•	•	29
Parco Nazionale d'Abruzzo, Lazio e Molise	Ente Parco Nazionale d'Abruzzo, Lazio e Molise	•	•	29 30 31 43
Piacere Molise	Unione Regionale delle Camere di Commercio del Molise	•	•	29 30 31 32 33 43
Latte di Molise	Consorzio Regionale Allevatori Produttori Latte So. Coop. ARL. Campobasso	•	•	29
Qualità Molisana	Consorzio Regionale Allevatori Produttori Latte So. Coop. ARL. Campobasso	•	•	29
I Formaggi del Tratturo	Consorzio I Formaggi del Tratturo	•	•	29
I Prodotti del Molise	Consorzio Destinazione Molise	•	•	29 30 31 32 33
Olio Extravergine d'Oliva-100% Molisano	Associazione Provinciale Produttori Olivicoli	•	•	29

Fonte: Elaborazione propria su interrogazione dati Ufficio Italiano Brevetti e Marchi ed European Trade Mark and Design Network (TMview), 2014

13. Piemonte

13.1. Le politiche regionali di valorizzazione, tutela e promozione

Gli interventi di promozione del patrimonio enogastronomico del Piemonte sono disciplinati dal seguente quadro normativo:

- Legge Regionale n. 63/1978 che all'articolo 41, regola le attività di promozione generiche;
- Legge Regionale n. 37/1980, disciplina le Enotecche regionali, le Botteghe e le Strade del Vino;
- Legge Regionale n. 29/2002, per le attività dell'IMA "Istituto per il marketing dei prodotti agroalimentari del Piemonte";
- Legge Regionale n. 13/2006, di costituzione della società consortile per azioni per l'internazionalizzazione del sistema Piemonte;
- Legge Regionale n. 29/2008, di individuazione, istituzione e disciplina dei distretti rurali e dei distretti agroalimentari di qualità, per la parte relativa alle Strade dei prodotti agricoli e agroalimentari di qualità;
- Legge Regionale n. 10/2011, di cui l'articolo 2 disciplina le attività di tutela che sono incentrate sull'istituzione del Sistema di Qualità delle produzioni Agroalimentari, sulla tutela delle produzioni comunitarie regolamentate (DOP, IGP, Biologico) e di tracciabilità (carni bovine ed avicole).

Secondo quanto emerso dal questionario, le principali azioni che la Regione Piemonte ha messo in campo nell'ambito della promozione dei prodotti si possono schematicamente suddividere in:

- sostegno alla partecipazione degli agricoltori ai Sistemi di Qualità Alimentare comunitari (DOP, IGP e biologico) con attività di informazione e valorizzazione sia nell'ambito B2B sia B2C¹⁶¹;
- iniziative di promozione e marketing dei prodotti agroalimentari che nel mercato italiano sono gestite dall'IMA Piemonte¹⁶² mentre in quelli internazionali da CEIPiemonte¹⁶³;
- sostegno alle "Strade del Vino"¹⁶⁴ e alle iniziative di promozione dei vini nei Paesi terzi in base alle risorse finanziarie annuali dell'OCM Vino¹⁶⁵;
- iniziative promozionali svolte direttamente dalla Regione attraverso la partecipazione a manifestazioni fieristiche internazionali, nazionali e regionali.

In questi anni, le politiche regionali sono state volte alla realizzazione dei progetti di promozione con l'istituzione dei relativi marchi "Piemonte Agri Qualità", "Piemonte Eccellenza Artigiana" e "Sommi".

Il progetto "Piemonte Agri Qualità" è nato su iniziativa dell'Assessorato all'Agricoltura della Regione Piemonte, Unioncamere Piemonte e delle Province piemontesi. Esso è stato approvato dalla Giunta regionale con la Delibera n. 27/12515 del 09/11/2009¹⁶⁶. La finalità del progetto è la

¹⁶¹ Ai sensi delle misure n.132 e n. 133 del Programma di Sviluppo Rurale (PSR) 2007-2013.

¹⁶² IMA Piemonte è il primo Istituto regionale di Marketing Agroalimentare in Italia. La sua finalità, senza scopo di lucro, è quella di aiutare le aziende agroalimentari piemontesi a sviluppare il proprio business attraverso un approccio al mercato moderno e professionale, e di creare un'immagine forte e competitiva dei prodotti "made in Piemonte".

¹⁶³ CEIPiemonte è il primo organismo regionale italiano dedicato all'internazionalizzazione del territorio. E' nato nel 2006 su iniziativa del sistema camerale piemontese e della Regione Piemonte con l'obiettivo di razionalizzare e coordinare gli interventi in materia di internazionalizzazione dell'economia piemontese.

¹⁶⁴ In Italia Le Strade del Vino sono disciplinate dalla Legge nazionale n. 268 del 27/7/1999. La Regione Piemonte ha dato attuazione a tale legge con la Legge Regionale n. 20 del 1999 "Disciplina dei distretti del vino e delle strade del vino", successivamente abrogata e sostituita dalla Legge Regionale 29/2008 "Distretti rurali e distretti agroalimentari di qualità" che ne ha assorbito i compiti per normare anche le Strade del vino.

¹⁶⁵ La misura "Promozione Paesi Terzi" dell'OCM Vino è una nuova misura di sostegno del comparto vitivinicolo comunitario finalizzata a migliorare la competitività delle imprese europee sui mercati dei Paesi terzi. Si tratta di un intervento di grande rilievo in quanto mira ad incrementare le quote di mercato nei mercati che presentano un forte potenziale di sviluppo. In Piemonte, la misura ha avuto un notevole successo con numerosi progetti approvati e crescenti risorse finanziarie investite. Tale misura è oggetto di monitoraggio nazionale ad opera della cabina di regia c/o MIPAAF.

¹⁶⁶ Regione Piemonte (2009), Approvazione del Progetto "Piemonte Agri Qualità", http://www.regione.piemonte.it/governo/bollettino/abbonati/2009/47/attach/dgr_12515_040_09112009.pdf

realizzazione di un piano di comunicazione che coniughi l'identità territoriale del Piemonte, le sue produzioni agroalimentari e le politiche di qualità in esso praticate, con un *brand* istituzionale, denominato "Piemonte Agri Qualità"¹⁶⁷. In altre parole, come è stato esplicitato nella Delibera, "tali elementi vanno a configurare quello che si può definire un Sistema Piemonte con una qualità a tutto tondo; un sistema che va dalla tutela del paesaggio agrario e rurale, alla difesa e sviluppo della biodiversità animale e vegetale, al benessere degli animali da allevamento; dalla diffusione di sistemi agroambientali, alla tutela e valorizzazione di un gran numero di prodotti caratterizzati da denominazioni, marchi e sistemi di certificazione tra cui quello riguardante i PAT, la filiera OGM Free, le produzioni a lotta integrata, le produzioni delle "terre alte" (montane) e quelle delle "aree Parco", approvato con la Delibera della Giunta Regionale n. 51/12426 del 26/10/2009; dal turismo rurale ed enogastronomico, al sostegno alla filiera corta, alla educazione alimentare e rurale; tutto questo costituisce, ancor più, un buon esempio di sostenibilità economica, produttiva, ambientale".

Lo strumento "Piemonte Agri Qualità" permette alla Regione Piemonte di comunicare "le politiche regionali e quindi se si ritiene necessario definire al suo interno un distinto logo declinabile nei vari sistemi di qualità comunitari, nazionali e regionali in atto o attuabili e che pertanto permetta l'individuazione delle aziende e dei prodotti aderenti a tali sistemi di certificazione di qualità".

I sistemi di qualità riguardano:

- 1) produzioni agroalimentari che potranno fregiarsi dei loghi "Agri Qualità DOP" o "Agri Qualità IGP";
- 2) produzioni vitivinicole con i loghi "Agri Qualità DOCG" o "Agri Qualità DOC";
- 3) produzioni ottenute da agricoltura biologica, con il logo "Agri Qualità Biologico";
- 4) produzioni ottenute da produzione integrata, con il logo "Agri Qualità Integrata";
- 5) Prodotti Tradizionali Agroalimentari, con il logo "Agri Qualità PAT";
- 6) Prodotti OGM Free con il logo "Agri Qualità OGM free";
- 7) Prodotti da Aree Parco con il logo "Agri Qualità Aree Parco";
- 8) Prodotti in Terre Alte¹⁶⁸ con il logo "Agri Qualità Terre Alte"¹⁶⁹.

Attualmente i sistemi di qualità alimentare attivi sono solo quelli comunitari: DOP, IGP e biologico. Per quanto riguarda gli altri regimi di qualità, lo stadio di applicazione è ancora in fase embrionale e sono stati attivati alcuni progetti pilota.

La Regione Piemonte, nell'ambito del progetto "Piemonte Agri Qualità" ha realizzato il sito avente le seguenti finalità:

- approfondire tutte le tematiche del Sistema Qualità Piemonte agricolo, agroalimentare ed enogastronomico, al fine di informare il consumatore sulle politiche in atto da parte della Regione Piemonte;
- aiutare il consumatore a disporre di una serie di informazioni tali da orientarlo verso una scelta consapevole all'acquisto delle diverse produzioni agroalimentari di qualità regionali;
- accompagnare il consumatore dal momento della scelta del prodotto fino al momento della possibile individuazione e acquisizione del prodotto certificato scelto e al suo consumo.

Il secondo progetto è "Piemonte Eccellenza Artigiana", realizzato dall'Assessorato all'Artigianato della Regione Piemonte. Il Piemonte, tra le prime regioni in Italia, ha sviluppato una strategia complessa per tutelare l'artigianato artistico, tradizionale e di qualità con Legge Regionale n. 21 del 09/05/1997, che istituisce il marchio "Piemonte Eccellenza Artigiana", poi abrogata dal Testo unico per l'Artigianato (Legge Regionale n. 1 del 09/01/2009).

¹⁶⁷ Regione Piemonte, Piemonte Agri Qualità, <http://www.piemonteagri.it/qualita/>

¹⁶⁸ Regione Piemonte, Sistemi di qualità, <http://www.piemonteagri.it/qualita/it/#Mod100>. Il contrassegno viene apposto sulle produzioni delle zone montane, terre di tradizione in cui il clima rigoroso consente di evitare alcuni trattamenti fitosanitari.

¹⁶⁹ Varese E., Bonadonna A., Percivale F. (Anno XIX, 6, 2010), Il progetto "Piemonte Agriqualità": la valorizzazione delle produzioni agroalimentari piemontesi, De Qualitate.

Le principali finalità sono:

- tutela dei requisiti di professionalità e di origine delle produzioni dell'artigianato artistico e tipico;
- qualificazione e l'innovazione delle lavorazioni attuate sotto il profilo stilistico, tecnologico, dei materiali e dei processi utilizzati;
- valorizzazione delle produzioni realizzate sia sul mercato interno sia su quello internazionale;
- divulgazione e la diffusione della conoscenza delle tecniche, delle produzioni realizzate e dei requisiti di manualità e professionalità insiti nelle lavorazioni artistiche e tipiche;
- acquisizioni e le documentazioni concernenti le origini, lo sviluppo storico e i percorsi evolutivi delle lavorazioni;
- sostegno alla creazione ed allo sviluppo di nuove imprese tramite progetti di recupero e di rivitalizzazione di attività tradizionali o artistiche locali.

La Regione, con la collaborazione della Commissione Regionale per l'Artigianato e delle Associazioni di Categoria, ha individuato i seguenti settori da tutelare, elaborando i relativi disciplinari:

- Manifatturiero: “Legno”, “Restauro Ligneo” e “Decorazioni su manufatti diversi” (“Stampa”, “Legatoria Restauro”, “Fotografia”, “Riproduzione disegni”, “Metalli Comuni”, “Metalli Pregiati, pietre dure e lavorazioni affini”, “Strumenti musicali”, “Tessitura, Ricamo ed affini, Abbigliamento”, “Vetro, Ceramica, Pietra ed Affini” e “Altre attività dell'artigianato artistico tradizionale tipico”).
- Alimentare^{170 171}: “Caseario”, “Cioccolato, caramelle, torrone” “Pasticceria fresca e secca, gelato”, “Distillati, liquori, birra e prodotti di torrefazione”, “Gastronomia e prodotti sotto vetro”, “Pasta fresca”, “Salumi” e “Panificazione”.

Il marchio è costituito da una “M”, quale iniziale del termine “mastro di bottega”, dallo stemma della Regione Piemonte e lo slogan “perché la qualità riconosciuta sia riconoscibile”.

Tale strumento vuole premiare gli artigiani che vedono riconosciuti i loro meriti nello sviluppare l'artigianato artistico e tradizionale di qualità e vuole, altresì, indicare ai consumatori quei prodotti che rispettano i requisiti previsti per il rilascio di questo segno distintivo.

Il marchio ha lo scopo di promuovere e di certificare le lavorazioni artigianali artistiche e tradizionali più meritevoli, nei diversi settori produttivi, e di responsabilizzare l'artigiano a trasmettere alle nuove generazioni le conoscenze acquisite in anni di attività utilizzando, ad esempio, lo strumento delle botteghe-scuola.

Le imprese che hanno ottenuto questo segno distintivo possono dimostrare di produrre artigianalmente secondo quegli elementi riportati nei diversi disciplinari che distinguono l'Eccellenza Artigiana dalla produzione seriale. Le tecniche di lavorazione e le attrezzature adottate non devono essere del tutto meccanizzate ed automatizzate ma nella produzione è evidenziata la manualità quale elemento distintivo che consente di determinare la qualità finale del bene prodotto e di differenziare l'impresa artigiana dall'impresa industriale. La capacità e l'esperienza dell'artigiano sono infatti determinanti per governare il processo produttivo compatibilmente con il rispetto delle esigenze di stagionalità e del tempo, al fine di mantenere costanti le caratteristiche del prodotto.

In considerazione della complessità del settore alimentare e delle specificità dei diversi comparti ad esso annessi, la fase iniziale dell'attività si è concretizzata nell'elaborazione di una metodologia applicativa differente rispetto a quella utilizzata dalle commissioni dei comparti del settore manifatturiero.

¹⁷⁰ Regione Piemonte, Disciplinari di produzione, <http://www.regione.piemonte.it/artigianato/disciplinari.htm>

¹⁷¹ Peira G., Bonadonna A., Varese E. (2010), Artigianato Artistico e Tradizionale (AAT): sintesi del quadro normativo. Il percorso dell'eccellenza. L'artigianato artistico e tipico in Piemonte, Neos.

Nella predisposizione dei disciplinari, il gruppo di esperti ha individuato per ciascun comparto gli elementi che differenziano l'artigianato artistico e tradizionale da quello seriale.

Tra i fattori identificati, si riportano i seguenti:

- stagionalità delle materie prime (nel caso ad esempio dei liquori d'erbe);
- volume ottimale di produzione per ciascun artigiano. Pur tenendo conto delle potenzialità di crescita dell'attività, non può essere superato quel rapporto stretto tra quantità prodotte ed attenzione richiesta che comprometterebbe il livello qualitativo dell'intero processo produttivo e del relativo prodotto;
- natura della lavorazione, deve essere eseguita manualmente oppure con l'ausilio di attrezzature che "non dovranno essere del tutto meccanizzate, al fine di evitare una standardizzazione della produzione". Il risultato finale dipende dall'abilità, dall'esperienza e dalla creatività dell'artigiano che, opportunamente combinati con le materie prime, contribuiscono a realizzare dei prodotti artigianali diversi sia tra artigiani appartenenti allo stesso comparto, sia dalle produzioni industriali;
- richiamo alla tradizione, inteso come capacità acquisita di una cultura specifica, non solo materiale, appartenente ad un ambito operativo;
- innovazione, indicata come volontà di ricercare e di sperimentare nuove tecniche, all'interno di un territorio, senza stravolgere i legami con la tradizione;
- aggiornamento professionale, ovvero la disponibilità a recepire stimoli e sollecitazioni provenienti dalle Istituzioni preposte o che svolgono attività di tutela, ricerca e valorizzazione del patrimonio culturale e del gusto;
- legame con le nuove generazioni, vale a dire la disponibilità ad offrire reali opportunità di formazione ed apprendimento, investendo in risorse umane;
- legame con il territorio, attraverso la proposta di percorsi del gusto e l'attivazione di sinergie con gli altri attori del territorio.

E' bene far notare che, per la redazione dei singoli disciplinari, non si è tenuto conto dei dettami inerenti i prodotti alimentari tipici e tradizionali, i vini e le loro eventuali forme di tutela come, ad esempio, le attestazioni comunitarie DOP e IGP. Gli elementi caratteristici riportati nei disciplinari prendono ispirazione esclusivamente dalle attività degli artigiani e dal loro specifico comparto di appartenenza.

Al 30 settembre 2014, la Regione Piemonte ha insignito col marchio "Piemonte Eccellenza Artigiana", ben 2.736 imprese, di cui 1.788 appartenenti al settore manifatturiero e 948 al settore alimentare. Le imprese dell'artigianato artistico e tradizionale piemontese rappresentano circa il 2% delle imprese artigiane censite in Piemonte e di quelle che hanno ottenuto l'attestazione regionale. (Tabella 13.1.)

Tabella 13.1. Aziende con l'attestazione "Eccellenza Artigiana"

Piemonte Eccellenza Artigiana

Manifatturiero		Alimentare	
Altre attività artistiche tipiche	34	Caseario	21
Ceramica	33	Cioccolato, caramelle, torrone	91
Metalli comuni	113	Distillati, liquori, prodotti di torrefazione	32
Orafo	181	Gastronomia e prodotti sotto vetro	70
Legno	645	Panificazione	319
Legno - Tappeziere in stoffa	45	Pasta Fresca	72
Restauro Ligneo	213	Pasticceria, gelato	311
Stampa, legatoria, restauro	47	Salumi	31
Strumenti musicali	44	Consorzi	1
Tessile, abbigliamento	147		
Vetro	62		
Conservazione e restauro in edilizia	139		
Decorazione su manufatti diversi	82		
Consorzi	3		
Totale	1788	Totale	948

Fonte: elaborazione propria da dati ottenuti dalla Regione Piemonte

Le imprese alimentari artigiane che hanno ottenuto il maggior numero di attestazioni appartengono ai comparti della Panificazione (319), Pasticceria-gelato (311), Cioccolato-torrone-caramelle (91) e Gastronomia (70).

Il terzo progetto è "Sommi"^{172,173}, ideato dall'Assessorato al Commercio della Regione Piemonte al fine di promuovere e incentivare le attività di somministrazione di alimenti e bevande che presentano elevati livelli qualitativi in relazione alle caratteristiche dei locali, alla tipologia dei prodotti e del servizio reso, e in riferimento alla qualificazione e valorizzazione della professionalità degli operatori e degli addetti. Le tipologie di esercizi commerciali che possono fregiarsi di tale marchio sono: bar caffetteria, bar gastronomico, bar pasticceria, bar gelateria, locale serale, ristorante classico, tipico, etnico, pizzeria. È inoltre prevista la possibilità per gli esercizi che svolgono una funzione sociale in favore dei cittadini affetti, di affiancare il marchio dell'Associazione Italiana Celiachia Piemonte Valle d'Aosta Onlus (AIC).

Gli operatori delle strutture, per potersi fregiare del Marchio, devono rispondere a specifici requisiti di ammissibilità definiti da apposite commissioni tecniche attraverso nove disciplinari settoriali che prevedono la sicurezza alimentare, la rintracciabilità dei prodotti alimentari, il basso carico ambientale, la tipicità dei prodotti regionali, la gestione delle strutture, la riduzione dei rischi alimentari, la gestione dei rifiuti ed il rispetto dell'ambiente, la trasparenza, l'accoglienza, l'informazione e connotazione di tipo territoriale, l'informazione sull'alimento, la pubblicizzazione, la tutela della tradizione e delle caratteristiche degli esercizi.

Il Marchio ha una validità biennale e può essere rinnovato solo previo controllo dei suddetti requisiti. Tuttavia è attualmente in attesa di essere finanziato per l'applicazione.

I progetti di valorizzazione dei prodotti agroalimentari gestiti dall'Assessorato all'Agricoltura sono sostenuti con risorse finanziarie quasi esclusivamente di origine comunitaria. Le iniziative

¹⁷²Vesce E., Bonadonna A., Pairotti M.B., Beltramo R., Percivale F. (11/12, 2010), Ristorazione sostenibile. Il progetto SOMMI della Regione Piemonte, Alimenti e Bevande.

¹⁷³E. Vesce, A. Bonadonna, M. B. Pairotti, R. Beltramo, F. Percivale (2010), I marchi di qualità come strumento di promozione nel settore della somministrazione di alimenti e di bevande, De qualitate, XIX, 8, 30-39.

promozionali finora sviluppate dalla Regione Piemonte prevedono sistemi di monitoraggio per la valutazione delle ricadute economiche e sociali. Nella Tabella 13.2. è riportata la situazione del 2012.

Tabella 13.2. Finanziamenti per attività di valorizzazione agroalimentare

Origine	%	Osservazioni
Comunitaria	95	In aumento
Nazionale	2,5	Decrescenti
Regionale	2,5	Decrescenti dal 2010

Fonte: elaborazione propria da dati ottenuti dalla Regione Piemonte

Nel periodo 2008-2012 si è visto un progressivo calare di risorse provenienti dallo Stato (prevalentemente nell'ambito dei PIC¹⁷⁴, ai sensi della Legge n. 499/99) e Regione, mentre sono cresciute significativamente quelle comunitarie sia da PSR¹⁷⁵ sia da OCM¹⁷⁶. Come si evince dalla tabella sottostante, le risorse complessive destinate ad iniziative di promozione dei prodotti agroalimentari messe in campo dalla Regione Piemonte nel periodo 2010-2012 sono state pari a 57,5 milioni di euro. (Tabella 13.3.)

Tabella 13.3. Risorse finanziarie destinate annualmente per promozione alimentare

Anno	Euro
2010	15.000.000
2011	19.500.000
2012	23.000.000

Fonte: elaborazione propria da dati ottenuti dalla Regione Piemonte

Nell'ambito delle attività di tutela e valorizzazione delle produzioni agroalimentari, la Regione Piemonte ha approvato la Legge Regionale n. 10/2011, riguardante le "Disposizioni collegate alla legge finanziaria per l'anno 2011", che all'articolo 2, prevede "la Regione promuova la produzione, la commercializzazione e la valorizzazione dei prodotti agroalimentari destinati all'alimentazione umana con specificità di processo e di prodotto, aventi caratteristiche qualitativamente superiori rispetto alle norme di commercializzazione o ai requisiti minimi stabiliti dalla normativa comunitaria e nazionale vigente". Per conseguire tale finalità è stato istituito il Sistema di qualità delle produzioni agroalimentari. Esso prevede Disciplinari di Produzione vincolanti, il cui rispetto è verificato da un organismo di controllo indipendente; è aperto a tutti i produttori, è trasparente, assicura la tracciabilità completa del prodotto e risponde agli sbocchi di mercato attuali o prevedibili.

La Regione Piemonte, al fine di implementare i propri sistemi di qualità, si avvale della collaborazione di altri enti istituzionali del territorio, nello specifico il Sistema delle Camere di commercio, le Province e le Organizzazioni Professionali di Categoria.

I sistemi di qualità implementati sono sostenuti con risorse finanziarie provenienti esclusivamente dalla Regione Piemonte e l'ammontare complessivo dei finanziamenti, destinati ai sistemi di qualità implementati a tutela dei prodotti agroalimentari, è raddoppiato dal 2010 al 2011, passando da 50.000 euro a 100.000 euro.

Interessante strumento introdotto all'interno del territorio piemontese è la Fattoria Didattica che, secondo la Regione Piemonte, si figura come "un'azienda agricola opportunamente attrezzata e preparata per accogliere scolaresche, gruppi, famiglie e tutti coloro che intendono approfondire la

¹⁷⁴ Programmi Interregionali Cofinanziati (PIC), sostenuti finanziariamente sulla base della Legge 23 dicembre 1999 n.499 "Razionalizzazione degli interventi nei settori agricolo, agroalimentare, agroindustriale e forestale" la quale prevedeva la redazione di un Documento programmatico agricolo, agroalimentare, agroindustriale e forestale nazionale (D.P.A.A.A.F.) nel quale erano previsti i progetti interregionali o le azioni comuni riguardanti l'insieme delle Regioni e delle Province autonome, da realizzarsi in forma cofinanziata

¹⁷⁵ Regione Piemonte, Piano di Sviluppo Rurale 2014-2020, http://www.regione.piemonte.it/agri/psr2014_20/

¹⁷⁶ UE, Organizzazioni comuni dei mercati agricoli, http://europa.eu/legislation_summaries/glossary/common_agricultural_markets_it.htm

propria conoscenza del mondo rurale”¹⁷⁷.

L'incontro tra le maggiori organizzazioni professionali agricole piemontesi e la Regione Piemonte ha prodotto la “Carta degli impegni e della qualità delle fattorie didattiche piemontesi”¹⁷⁸.

La Regione Piemonte ha disciplinato le fattorie didattiche attraverso il seguente quadro documentale:

- “Comunicazione ed Educazione Alimentare” del 1997, con il quale la Regione Piemonte ha introdotto azioni di educazione alimentare nelle scuole;
- Decreto Legislativo n. 228/2001, noto come legge di orientamento agricola, che equipara l'attività di insegnamento all'interno delle aziende agricole quale “attività connessa” dell'imprenditore agricolo;
- “Protocollo di Intesa”¹⁷⁹, sottoscritto il 27 aprile 2008 dalla Regione Piemonte, dall'Ufficio Scolastico regionale del Piemonte e alle rappresentanze delle Organizzazioni Professionali Agricole, attraverso cui la Regione, oltre a promuovere corsi di formazione per coloro vogliono richiedere la qualifica di “Fattorie Didattiche”, si assume il compito di curare e tenere l'Elenco regionale delle Fattorie Didattiche.
- Deliberazione della Giunta regionale n. 63/7291 del 29/10/2007, che ha approvato la “Carta degli Impegni e della Qualità”, attraverso la quale si sono stabiliti i requisiti in materia di sicurezza, norme igienicosanitarie, logistica, accoglienza adeguata e didattica conforme agli obiettivi didattici, obblighi di comunicazione, informazione e controllo. Quest'ultimo concernente la sussistenza dei requisiti per l'adesione, la permanenza degli stessi e il monitoraggio della qualità del servizio di accoglienza offerto e della didattica applicata.
- Determinazione dirigenziale n. 161 del 16/03/14, “Revoca della determinazione dirigenziale n. 836 del 30/09/2013 - Pubblicazione dell'Elenco regionale delle Fattorie Didattiche del Piemonte anno 2013”¹⁸⁰

Secondo l'Elenco regionale delle Fattorie Didattiche, sono presenti 257 fattorie, così distribuite: Torino 76, Alessandria 68, Cuneo 52, Asti 28, Novara 13, Biella 10, Vercelli 6, Verbano-Cusio-Ossola 4.

¹⁷⁷ Regione Piemonte, Carta degli impegni e della qualità delle fattorie didattiche della Regione Piemonte, http://www.regione.piemonte.it/agri/politiche_agricole/edu_aliment/dwd/cartaqualita.pdf

¹⁷⁸ Regione Piemonte, http://www.regione.piemonte.it/agri/politiche_agricole/edu_aliment/dwd/cartaqualita.pdf

¹⁷⁹ Regione Piemonte, Protocollo d'intesa per favorire la collaborazione tra il mondo dell'agricoltura, le istituzioni e la scuola, per arricchire il patrimonio culturale delle nuove generazioni, <http://www.piemonteagri.it/qualita/media/files/protocolloint.pdf>

¹⁸⁰ Regione Piemonte, fattorie didattiche, http://www.regione.piemonte.it/agri/politiche_agricole/edu_aliment/dwd/DETPubbELENCOn161.pdf

13.2. L'Economia del Gusto del Piemonte

Il Piemonte è uno dei territori comunitari, che avendo una grande ricchezza in campo alimentare, sta cercando di valorizzare il patrimonio enogastronomico che è divenuto un importante tassello dell'economia regionale. In questi ultimi vent'anni, vi è stata, da un lato un'evoluzione delle filiere alimentari regionali volte alle produzioni agroalimentari di qualità e dall'altro degli *stakeholders*, che hanno innescato una vera e propria rivoluzione culturale alimentare, educando il consumatore finale al concetto di qualità e alla sua determinazione all'interno della vasta offerta alimentare, causando un cambiamento del paradigma stesso della qualità alimentare.

13.2.A Produzione Agroalimentare ad IG

La produzione agroalimentare è la prima componente dell'Economia del Gusto piemontese, rappresentata da 20 prodotti ad indicazione geografica, di cui 13 DOP e 7 IGP. Secondo i dati ISMEA, il fatturato alla produzione dei prodotti ad Indicazione Geografica è passato da 134 milioni di euro (2006) ai 196 milioni di euro (2011), coinvolgendo 2.881 aziende (2013)¹⁸¹. (Tabella 13.4.)

Tabella 13.4. Le produzioni agroalimentari ad IG del Piemonte

DOP	IGP
1.2 Prodotti a base di carne	
Crudo di Cuneo	Mortadella Bologna*
Salamini Italiani alla Cacciatora*	Salame Cremona*
1.3 Formaggi	
Bra	
Castelmagno	
Gorgonzola*	
Grana Padano*	
Murazzano	
Raschera	
Robiola di Roccaverano	
Taleggio*	
Toma Piemontese	
1.6 Ortofrutticoli e cereali	
Riso di Baraggia Biellese e Vercellese	Castagna di Cuneo
	Fagiolo di Cuneo
	Marrone della Valle di Susa
	Mela Rossa Cuneo
	Nocciola del Piemonte o Nocciola Piemonte
1.7 Pesci, molluschi, crostacei freschi ed altri prodotti derivati	
Tinca Gobba Dorata del Pianalto di Poirino	

* prodotto ad indicazione geografica con valenza multi regionale

Fonte: Elaborazione propria su interrogazione dati Commissione Europea, DOOR - Database of Origin and Registration, 2014

Le ultime statistiche diffuse dall'ISTAT sulle produzioni agroalimentari di qualità, mostrano per il Piemonte una lieve contrazione del numero di operatori. Nel 2013, sono stati censiti 2.689 produttori, 1.930 allevamenti (-15% rispetto al 2012), con una superficie di 4.933 ha (+24%) e 230 trasformatori con 348 impianti di produzione.

La filiera lattiero casearia DOP è quella che ha il maggior peso sia in termini di numero di Indicazioni Geografiche registrate che in termini di fatturato con un valore economico alla produzione inferiore ai 20 milioni di euro¹⁸².

¹⁸¹ ISTAT (2013), Rilevazione sui prodotti agroalimentari di qualità DOP, IGP e STG

¹⁸² Secondo le stime di Qualivita, il fatturato alla produzione è stato di 18,7 milioni di EUR, mentre secondo il Ceris CNR, è stato di 19,5 milioni di EUR.

I formaggi interregionali sono il “Gorgonzola” (fatturato di 169 Mio€ imputabile al Piemonte), il “Grana Padano” (13) ed il “Taleggio”¹⁸³. (Tabella 13.5.)

Tabella 13.5. Formaggi DOP realizzati interamente nel territorio della regione¹⁸⁴.

Tipologia	Produzione in t		± su 2006	Fatturato (Mio €)
	2006	2013		
Toma Piemontese	1.116	982	-12%	7.25
Raschera	607	715	18%	4.57
Bra	816	684	-16%	4.12
Castelmagno	200	196	-2%	2.23
Robiola di Roccaverano	94	98,2	4%	1.25
Murazzano	28	14.05	-48%	0,08125

Fonte: Elaborazione propria su base dati Clal/Qualivita

La “Toma Piemontese” ha avuto una dinamica produttiva negativa, passando da 1.116 tonnellate (2006) a 982 tonnellate (2013)¹⁸⁵, simile a quella avvenuta al formaggio “Bra”, la cui produzione è calata da 816 tonnellate a 684 tonnellate. Variazioni poco significative si son verificate per il comparto produttivo del “Castelmagno” e della “Robiola di Roccaverano”, Formaggi DOP che registrano rispettivamente un fatturato stimato di 2,23 Mio€ e di 1,25 Mio€.

Discorso diverso invece per il “Raschera”, aumentato, a differenza della categoria, del 18% da 607 tonnellate a 715 tonnellate, con un fatturato stimato di 4,57 milioni di euro. Dimezzata risulta essere invece la produzione di “Murazzano”, vera nota negativa, passando da 28 tonnellate (2006) a 14,5 tonnellate (2013), con un fatturato di poco più di 117.000 euro.

Tra le produzioni ortofrutticole ad Indicazione Geografica, gli unici dati economici sono stati rilevati per la Nocciola IGP che nel 2011 ha ottenuto un fatturato alla produzione di 5,35 milioni di euro. Le domande che attualmente hanno iniziato l’iter di registrazione comunitaria sono il “Vitellone Piemontese della coscia IGP” ed il “Salame Piemonte IGP”.

13.2.B I vini ad IG

Il Piemonte è la settima regione italiana nella classifica della produzione di vino, inclusi i mosti, preceduta in ordine crescente da Abruzzo, Toscana, Puglia, Sicilia, Emilia-Romagna e Veneto.

Dagli ultimi dati pubblicati dall’ISTAT, nel 2013, la produzione di vino inclusi i mosti è stati pari a 2,580 milioni di ettolitri (in calo rispetto al 2006 per circa il -20%, in cui si è registrata la produzione più elevata di questi ultimi anni, ma superiore del 9% rispetto all’anno precedente)¹⁸⁶. La peculiarità della viticoltura piemontese, rispetto a quella italiana è la presenza, in termini di produzione, del 92% di vini DOP, con un numero di attestazioni pari 58 (in base alla vecchia piramide dei vini 16 DOCG e 42 DOC). (Tabella 13.6.)

Analizzando la serie storica delle produzioni vitivinicole regionali, si evince che vi è stato un consolidamento delle DOCG (dal 34,6% del 2005 al 41,3% del 2013) e una contrazione delle DOC (dal 65,4% del 2005 al 58,7% del 2013). La produzione di vini comuni, in questi anni si è fortemente ridotta, passando da 0,519 milioni di ettolitri (2006) a 0,2 milioni di ettolitri (2013) che rappresentano meno del 10% della produzione totale.

¹⁸³ Peira G., Bonadonna A., Arnoldi S. (2014), La qualità nel settore agroalimentare. Sistemi di qualità e strumenti innovativi, Celid.

¹⁸⁴ CLAL (2014), Produzioni di Formaggi DOP, http://www.clal.it/index.php?section=formaggi_dop

¹⁸⁵ I dati produttivi sono reperibili a questo indirizzo: http://www.clal.it/index.php?section=formaggi_dop, mentre le stime del fatturato sono di Qualivita

¹⁸⁶ I numeri del vino, <http://www.inumeridelvino.it/2014/08/piemonte-produzione-di-vino-e-superfici-vitate-2013-dati-istat.html>

Tabella 13.6. I vini IG del Piemonte

DOP*		IGP*
DOCG**	DOC**	IGT**
1. Alta Langa	1. Alba	
2. Asti	2. Albugnano	
3. Barbaresco	3. Barbera d'Alba	
4. Barbera d'Asti	4. Barbera del Monferrato	
5. Barbera del Monferrato Superiore	5. Boca	
6. Barolo	6. Bramaterra	
7. Brachetto d'Acqui/ Acqui	7. Calosso	
8. Dogliani	8. Canavese	
9. Dolcetto di Diano D'Alba/ Diano D'Alba	9. Carema	
10. Dolcetto di Ovada Superiore/ Ovada	10. Cisterna d'Asti	
11. Erbaluce di Caluso/ Caluso	11. Colli Tortonesi	
12. Gattinara	12. Collina Torinese	
13. Gavi/ Cortese di Gavi	13. Colline Novaresi	
14. Ghemme	14. Colline Saluzzesi	
15. Roero	15. Cortese dell'Alto Monferrato	
16. Ruché di Castagnole Monferrato	16. Coste della Sesia	
	17. Dolcetto d'Acqui	
	18. Dolcetto d'Alba	
	19. Dolcetto d'Asti	
	20. Dolcetto di Ovada	
	21. Fara	
	22. Freisa d'Asti	
	23. Freisa di Chieri	
	24. Gabiano	
	25. Grignolino d'Asti	
	26. Grignolino del Monferrato Casalese	
	27. Langhe	
	28. Lessona	
	29. Loazzolo	
	30. Malvasia di Casorzo d'Asti/ Casorzo /Malvasia di Casorzo	
	31. Malvasia di Castelnuovo Don Bosco	
	32. Monferrato	
	33. Nebbiolo d'Alba	
	34. Piemonte	
	35. Pinerolese	
	36. Rubino di Cantavenna	
	37. Sizzano	
	38. Strevi	
	39. Terre Alfieri	
	40. Valli Ossolane	
	41. Valsusa	
	42. Verduno Pelaverga/ Verduno	

**Classificazione della qualità dei vini secondo il Regolamento (CE) n. 1493/99

*Classificazione della qualità dei vini secondo il Regolamento (CE) n. 491/09

Fonte: Elaborazione propria su interrogazione dati Commissione Europea, E-Bacchus, 2014

La prima DOP regionale si conferma l'“Asti”, con una produzione di 769.000 ettolitri di vino su 9.500 ettari denunciati (2012), in calo, rispetto alla produzione record di 817.000 ettolitri del 2011. Trend produttivi negativi riguardano anche il “Barbera d'Asti” con 224.000 ettolitri, e la DOC “Piemonte”, con 184.000 ettolitri¹⁸⁷. La quarta denominazione, in termini produttivi è il “Barolo”. Questo straordinario vino è sicuramente tra le punte di diamante del patrimonio vitivinicolo italiano. La produzione è aumentata passando da 86.000 ettolitri (2008) a 99.000 ettolitri (2012) (+15%), come la superficie denunciata pari a 1.977 ettari (2012) (+24% rispetto al 2008). (Tabella13.7.) Nel 2013, il fatturato complessivo per il Barolo è stato stimato intorno ai 140 milioni di euro, di cui il

¹⁸⁷ I numeri del vino, <http://www.inumeridelvino.it/2014/06/piemonte-produzione-di-vino-docdocg-aggiornamento-federdoc-2012.html>

90% viene commercializzato all'estero (Nord Europa, Germania, Svizzera, Stati Uniti, Canada e Giappone)¹⁸⁸.

Tabella 13.7. Produzione dei principali vini a Denominazione d'Origine Protetta

Denominazione	% Sul totale regionale	Denunce		Resa q.li/ha	Prod. Uvs q.li	Produzione vino hl 2012
		N° denunce prod.	Ettari relativi			
Asti	37,41%	4.050	9.490	100	1.023.988	768.658
Barbera d'Asti	10,89%	2.613	3.546	125	319.645	223.760
Piemonte	8,94%	2.716	-	110	262.084	183.777
Barolo	4,84%	679	1.977	80	146.129	99.370
Langhe	4,38%	1.474	1.264	100	127.605	89.481
Gavi	4,23%	293	1.455	95	123.216	86.252
Dolcetto d'Alba	3,34%	1.301	1.391	90	96.935	68.136
Monferrato	3,03%	1.232	-	110	88.881	62.233
Roero	2,31%	533	879	80	69.285	47.525
Dogliani DCOG	1,75%	439	1.000	80	51.130	35.647
Nebbiolo d'Alba	1,44%	639	649	90	42.294	29.606
Brachetto d'Acqui	1,36%	845	877	80	40.095	28.046

Fonte: elaborazione propria su dati V.Q.P.R.D. d'Italia, Federdoc (2013)

13.2.C Bevande Spiritose

Per quanto riguarda le bevande spiritose, le Indicazioni Geografiche registrate dalla Regione Piemonte, in base al Regolamento (CE) n. 110/2008 (e successive modifiche) sono la "Grappa di Barolo", la "Grappa piemontese/Grappa del Piemonte", il "Genepi del Piemonte" e il "Genepi des Alpes-Genepi delle Alpi"^{189,190}.

13.2.D Agricoltura Biologica

Un altro tassello dell'Economia del Gusto di qualità del Piemonte è l'agricoltura biologica.

Il settore agricolo biologico è regolato a livello regionale attraverso:

- Delibera della Giunta Regionale n. 65/15203 del 23/03/2005, Programma per lo sviluppo dell'agricoltura biologica (BU n. 18 del 05/05/2005);
- Delibera della Giunta Regionale n. 28-4172 del 30/10/2006, Programma per lo sviluppo dell'agricoltura biologica 2005-2006. Contributi per la riconversione del metodo di produzione - Modifica della Delibera della Giunta Regionale n. 65-15203 del 23/3/2005 (BU n. 47 del 23/11/2006);
- DD n. 40 del 22/02/2007, Programma per lo sviluppo dell'agricoltura biologica - Azione B. Contributi per la riconversione del metodo di produzione - Approvazione del bando per l'apertura delle domande e del modello di domanda (BU n. 9 del 01/03/2007).

¹⁸⁸Miroglio A. (12 maggio 2014), Il Sole 24 Ore, Accademia del Barolo, 12 produttori da tre anni insieme per portare il loro vino nel mondo, <http://adrianomoraglio.blog.ilsole24ore.com/2014/05/12/accademia-del-barolo-12-produttori-da-tre-anni-insieme-per-portare-il-loro-vino-nel-mondo-nel-mirino/>

¹⁸⁹La denominazione "Génépi des Alpes/ Genepi delle Alpi" è stata studiata e descritta tecnicamente nell'ambito del Progetto GENEALP, Programma transfrontaliero Alcotra 2007-2014 Italia Francia. La relazione finale del progetto è consultabile al seguente indirizzo http://www.genepy.it/pdf/relazione_finale.pdf

¹⁹⁰Le schede tecniche delle Indicazioni Geografiche "Brandy italiano" e "Grappa" prevedono che la produzione si possa svolgere su tutto il territorio nazionale.

Analizzando le statistiche del SINAB¹⁹¹, si evince che il Piemonte è la nona regione in Italia per numero di addetti: 1.324 Produttori esclusivi, 383 Preparatori esclusivi¹⁹², 255 Produttori/Preparatori e 36 Importatori (che svolgono anche attività di produzione e preparazione). Le aziende agricole hanno manifestato una certa difficoltà nell'implementare il sistema di qualità alimentare comunitario dell'agricoltura biologica. Dagli ultimi dati disponibili, vi è stato, da un lato, una contrazione del numero di aziende, passato da 2.211 (2008) a 1.998 (2013), mentre dall'altro un consolidamento della superficie, attestatosi, nel 2013, a 28.876 ettari. La superficie è impiegata principalmente in prati e pascoli (8.389 ettari), cereali (6.530 ettari) e produzione di foraggio (3.287 ettari). Il numero delle aziende agricole biologiche con produzione zootecnica è pari a 343.

13.2.E Prodotti Agroalimentari Tradizionali (PAT)

Il Piemonte è la sesta regione in Italia per numero di Prodotti Agroalimentari Tradizionali. Dall'ultimo censimento sono 341 le produzioni iscritte nell'elenco nazionale dei PAT, di cui Paste fresche e prodotti da forno (97), Prodotti vegetali (90), Carne e prodotti trasformati (66) e Formaggi (51)¹⁹³.

13.3. I marchi collettivi

Per completare il quadro, oltre alle iniziative intraprese dalla Regione Piemonte, è stato compiuto un censimento presso le banche dati dei marchi e brevetti, per individuare le organizzazioni che perseguendo obiettivi di tutela e promozione delle produzioni agroalimentari di qualità e turistiche hanno registrato marchi collettivi, in cui vi sia un riferimento al territorio piemontese.

Tabella 13.8. I marchi collettivi registrati con riferimento al "Piemonte"

Denominazione	Titolare	Marchio Comunitario	Marchio Nazionale	Classe di Nizza ¹⁹⁴
Piemonte Eccellenza Artigiana	Regione Piemonte	•	•	29 30 32 33
Ticino Valley Area Mab Piemonte	Ente di Gestione delle Aree Protette del Ticino e del Lago Maggiore		•	29 30 31 32 33
Piemonte YesPlease	Istituto per il Marketing dei Prodotti Agro Alimentari del Piemonte	•	•	29 30 31 32 33
Questo Prodotto Rispetta l'Agricoltore e il Consumatore Piemonte	Istituto per Il Marketing dei Prodotti Agro Alimentari del Piemonte	•	•	29 30 31 32 33
Risoteca del Piemonte	Azienda di Accoglienza e Promozione Turistica Locale Della Valesia e del Vercellese		•	43
Sapori Piemonte	Confederazione Nazionale dell'Artigianato		•	29 30 31 32 33
Prodotto Km 0	Federazione Regionale Coldiretti del Piemonte	•	•	29 30 31 32 33
Produzione Piemontese	Sindacato Indipendente Piccoli Lavoratori Autonomi		•	29 30 31 32 33 43
Consorzio Carni Qualità Piemonte	Consorzio Carni Qualità Piemonte	•	•	29
Consorzio per la Tutela dell'Olio Extravergine di Oliva del Piemonte e Valle D'Aosta	Consorzio per la Tutela dell'Olio Extravergine di Oliva del Piemonte e Valle D'Aosta	•	•	29

¹⁹¹ SINAB (2014), Bio in cifre 2014, in cifre 2014, http://www.sinab.it/sites/default/files/share/bio%20in%20cifre%202014_1.pdf. Per gli anni precedenti, sono state consultate le statistiche presenti nel sito del SINAB.

¹⁹² Il preparatore è il titolare di una attività che lavora, trasforma, conserva, condiziona o importa prodotti certificati ottenuti con il metodo di produzione biologico, http://www.disclic.unige.it/glos_bio/show.php?id=87&lang=it

¹⁹³ MIPAAF (2014), Quattordicesima revisione dei prodotti agroalimentari tradizionali: <http://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeAttachment.php/L/IT/D/7%252Fa%252FD0%252FD.f0ab2e9ee2902b95e1ec/P/BLOB%3AID%3D3276>

¹⁹⁴ Classificazione istituita alla Conferenza diplomatica di Nizza il 15 giugno 1957, successivamente rivista, descrive in maniera univoca a natura di prodotti e servizi in termini generali con lo scopo di classificare i marchi comunitari.

Con. Al. Pi "Coniglio Nato e Allevato in Piemonte"	Consorzio per la Tutela e La Valorizzazione Del Coniglio del Piemonte	•		29 31
Salame Piemonte	Consorzio Salame Piemonte	•	•	29
Consorzio Tutela Nocciola Piemonte	Consorzio Per la Valorizzazione e Per La Tutela Della Nocciola Piemonte I.G.P.	•	•	29 30 31
Degusta Piemonte	Consorzio Degusta Piemonte	•	•	29 30 32 33
Cantine Produttori Vecchio Piemonte	Consorzio Cantine Produttori Vecchio Piemonte Soc.Coop. A.R.L. A Grinzane		•	33
Alto Piemonte	Federazione Tra Consorzi di Tutela Vini D.O.C.	•	•	33
Colline del Piemonte	Consorzio Export Quality Wines	•	•	33
Aspro Avic	Associazione Regionale Produttori Avicunicoli Piemonte		•	29 31
Salumi del Piemonte	Associazione Produttori Suini Piemonte Sigilabile A.P.S. Piemonte		•	29
A.P.S Associazione Produttori Suini Piemonte Marchio di Tutela delle Carni Suine	Associazione Produttori Suini Piemonte Sigilabile A.P.S. Piemonte	•	•	29 31
AL.PI. Allevato in Piemonte	Associazione Produttori AgriPiemonte Carne		•	29 30 31 33
Prosciutto del Piemonte	Associazione Produttori AgriPiemonte Suini	•	•	29
Piemonte	Associazione Produttori AgriPiemonte Suini	•	•	29
Associazione Produttori Miele Piemonte	Associazione Regionale Produttori Miele Piemonte		•	30 31
Dal Piemonte Frutta e Verdura Controllata	Associazione Produttori Ortofrutticoli Piemontesi "Piemonte AsproFrut"	•	•	31

Fonte: Elaborazione propria su interrogazione dati Ufficio Italiano Brevetti e Marchi ed European Trade Mark and Design Network (TMview), 2014

14. Puglia

14.1. Le politiche regionali di valorizzazione, tutela e promozione

La Regione Puglia, tra le iniziative avviate, ha sviluppato un proprio sistema di qualità alimentare. Questo sistema fu approvato dalla Giunta Regionale con la Delibera della Giunta Regionale n. 960 del 09/06/2009 che disciplinava l'uso del marchio "Prodotti di Puglia" e le indicazioni per l'uso del marchio. La Commissione europea, nell'ambito delle attività di vigilanza ravvisò che il marchio "Prodotti di Puglia" era in contrasto con l'articolo 34 del Trattato che istituisce l'Unione europea ed invitò la Regione Puglia, attraverso la Presidenza del Consiglio dei Ministri – Dipartimento per le Politiche Europee, ad apportare le modifiche necessarie per poter utilizzare il marchio nel rispetto delle norme e dei principi del diritto dell'Unione Europea. La Regione Puglia, dopo aver concluso l'iter normativo di modifica, ha approvato con la Delibera n. 1.076 del 05/06/2012, il logo e il regolamento d'uso del marchio "Prodotti di Qualità Puglia", depositato e registrato all'Ufficio Europeo per l'armonizzazione del mercato interno¹⁹⁵.

Le finalità del sistema di qualità alimentare "Prodotti di Qualità Puglia" sono:

- valorizzare i prodotti agricoli e alimentari con un elevato standard qualitativo controllato;
- portare a conoscenza dei consumatori, attraverso azioni informative e pubblicitarie, l'elevato livello qualitativo, i relativi criteri e le caratteristiche qualitative;
- promuovere e sostenere il marketing commerciale e la vendita di tali prodotti.

Il marchio trasmette il messaggio principale d'indicazione di qualità del prodotto e quello secondario d'indicazione d'origine del medesimo, assicurando inoltre una tracciabilità completa dei prodotti.

Il marchio può essere concesso in uso a tutti i produttori dell'Unione Europea per i prodotti e servizi agricoli ed alimentari, che conformemente al diritto comunitario, godono di particolare tutela nell'Unione Europea e rispondono a determinati requisiti qualitativi.

Le categorie di prodotto/servizio che possono fregiarsi di questo marchio sono:

- prodotti agricoli e alimentari, vini e bevande spiritose regolati da sistemi di qualità riconosciuti dall'Unione Europea;
- prodotti agricoli e alimentari che partecipano ai Sistemi di Qualità Alimentare ai sensi del Regolamento (CE) n. 1.698 del Consiglio del 20/09/2005, per i quali sono definite schede tecniche di prodotto che prevedono criteri e norme rigorose e specifiche tali da garantire una qualità del prodotto significativamente superiore alle norme commerciali correnti e a quelle generali istituite dalla legislazione europea o nazionale e comprendenti una serie di precise disposizioni;
- servizi di ristorazione per la somministrazione dei prodotti.

Per i prodotti ed i servizi, i produttori singoli o associati interessati ad utilizzare il marchio collettivo, predispongono appositi Disciplinari di Produzione che andranno presentati all'Ufficio preposto della Regione. Essi prevedono criteri e norme più rigorose e specifiche tali da garantire una qualità del prodotto finale significativamente superiore alle norme commerciali correnti e a quelle generali istituite dalla legislazione europea o nazionale e comprendono le seguenti disposizioni:

- nome dei prodotti o servizi;
- descrizione dei prodotti;
- criteri di qualità previsti per le varie categorie di prodotti;
- disposizioni relative ai controlli;
- sanzioni;
- modalità di applicazione del marchio;
- individuazione degli organismi di controllo indipendenti e, incaricati di eseguire i controlli.

L'Ufficio preposto della Regione, entro sessanta giorni dalla presentazione del disciplinare di produzione, può chiedere chiarimenti o integrazioni ai soggetti proponenti. La Regione valida o respinge il disciplinare di prodotto proposto entro novanta giorni dalla sua presentazione ovvero dalla data di deposito dei chiarimenti o integrazioni richiesti ai sensi del comma precedente. In caso di validazione del disciplinare da parte dell'Ufficio regionale, con provvedimento dell'Area

¹⁹⁵Regione Puglia, Marchio "Prodotti di Qualità Puglia", <http://www.regione.puglia.it/index.php?page=prg&id=25>

Politiche per lo Sviluppo Rurale, nei trenta giorni successivi verrà pubblicato nel Registro del marchio.

Tabella 14.1. Disciplinari approvati dalla Regione Puglia

Comparti produttivi	Prodotti/servizi	di cui DOP/IGP
Cerealicolo-Prodotti da forno-Dolciari	21	1
Ittico freschi	33	0
Ittico lagunari	17	0
Ittico maricoltura	5	0
Ittico molluschi	13	0
Lattiero caseario	17	4
Oleario	6	6
Orto-frutticoli	37	5
Trasformati	5	0
Vini	39	39
Zootecnia da carne	7	0
Zootecnia derivati	1	0
Ristorazione	1	0
Florovivaismo	9	0
Totale	208	55

Fonte: Elaborazione propria su dati forniti dalla Regione Puglia

Attualmente sono stati approvati 208 disciplinari di prodotto, di cui 55 produzioni contrassegnate con attestazioni comunitarie. Gli organismi di controllo accreditati dalla Regione Puglia sono attualmente 16. L'Area Politiche per lo Sviluppo Rurale della Regione Puglia, svolge attività di vigilanza sull'OdC incaricato. Il programma di controllo della qualità è aperto a tutti i prodotti realizzati nell'Unione Europea, indipendentemente dalla loro origine, a condizione che essi rispettino le condizioni e i criteri stabiliti.

Possono essere licenziatari del marchio:

- imprese agricole in forma singola e associata che producono e/o trasformano e commercializzano i prodotti sopra descritti;
- imprese agroalimentari di trasformazione che sottoscrivono un accordo di filiera con le imprese agricole di cui alla precedente lettera a);
- imprese del commercio che sottoscrivono un accordo di filiera con le imprese di cui alle precedenti lettere a) e b);
- imprese agrituristiche e di ristorazione che somministrano i prodotti iscritti nella prima sezione del registro del marchio.

Attualmente sono 63 le aziende licenziatrici del marchio di cui 50 imprese vitivinicole.

La Regione Puglia ha inoltre attivato il progetto delle masserie didattiche, disciplinate dalla Legge Regionale n. 2/2008¹⁹⁶. La procedura individuata dalla legge stabilisce criteri e caratteristiche che le aziende agricole devono possedere per richiedere il riconoscimento e lo svolgimento conseguente delle attività socio-educative. Le antiche masserie mostrano un "pezzo" della nostra storia quando essa si ricongiunge alle tradizioni dei saperi e dei sapori della nostra terra, alla naturalità dei movimenti, degli affetti, della convivialità. La "didattica" nelle masserie responsabilizza la pratica agricola, assegnandole un ruolo pedagogico che valorizza e consolida la nuova era della multifunzionalità rurale: ad esse il compito di "fare scuola" a piccoli e grandi

¹⁹⁶ Regione Puglia, "Riconoscimento delle masserie didattiche", http://www.regione.puglia.it/burp_doc/pdf/xxxix/N034suppl_29_02_2008.pdf

Tabella 14.2. Le produzioni agroalimentari ad IG del Puglia

DOP	IGP
1.3 Formaggi	
Canestrato Pugliese Caciocavallo Silano* Mozzarella di Bufala Campana*	
1.4 Altri prodotti di origine animale	
Ricotta di Bufala Campana*	
1.5 Oli e grassi	
Collina di Brindisi Dauno Terre d'Otranto Terre di Bari Terre Tarantine	
1.6 Ortofrutticoli e cereali	
La Bella della Daunia	Arancia del Gargano Carciofo brindisino Clementine del Golfo di Taranto Limone Femminello del Gargano Uva di Puglia
2.4 Prodotti di panetteria, pasticceria, confetteria e biscotteria	
Pane di Altamura	

* prodotto ad Indicazione Geografica con valenza multi regionale

Fonte: Elaborazione propria su interrogazione dati Commissione Europea, DOOR - Database of Origin and Registration, 2014

14.2.B I vini ad IG

La Puglia, pur essendo la quarta regione italiana, in termini di produzione di vino, preceduta da Sicilia, Emilia-Romagna e Veneto, ha subito un calo produttivo significativo, anche a seguito degli espianti di vite. La produzione di vino inclusi i mosti, in base ai dati pubblicati dall'ISTAT, in questi ultimi anni, è in calo, attestandosi nel 2013, a 5,908 milioni di ettolitri (-15% rispetto al 2008). (Tabella 14.3.)

Per quanto riguarda i vini di qualità, attualmente sono state registrate 38 vini IG, di cui 32 DOP (in base alla vecchia classificazione dei vini 4 DOCG e 28 DOC) e 6 IGP. Nell'analisi dei dati produttivi, si evince che il peso complessivo dei vini di qualità si attesta intorno al 50% della produzione di vino. Le produzioni DOP hanno consolidato la loro quota, passando dal 11,3% del 2005 al 16,4% del 2012, mentre è più che raddoppiata la quota dei vini IGP che ha raggiunto il livello massimo nel 2011 con il 36,2%. (Tabella 14.4.)

Tabella 14.3. I vini IG del Puglia

DOP*		IGP*
DOCG**	DOC**	IGT**
1. Castel del Monte Bombino Nero	1. Aleatico di Puglia	1. Daunia
2. Castel del Monte Nero di Troia Riserva	2. Alezio	2. Murgia
3. Castel del Monte Rosso Riserva	3. Barletta	3. Puglia
4. Primitivo di Manduria Dolce Naturale	4. Brindisi	4. Salento
	5. Cacc'e mmitte di Lucera	5. Tarantino
	6. Castel del Monte	6. Valle d'Itria
	7. Colline Joniche Tarantine	
	8. Copertino	
	9. Galatina	
	10. Gioia del Colle	
	11. Gravina	
	12. Leverano	
	13. Lizzano	
	14. Locorotondo	
	15. Martina/ Martina Franca	
	16. Matino	
	17. Moscato di Trani	
	18. Nardò	
	19. Negroamaro di Terra d'Otranto	
	20. Orta Nova	
	21. Ostuni	
	22. Primitivo di Manduria	
	23. Rosso di Cerignola	
	24. Salice Salentino	
	25. San Severo	
	26. Squinzano	
	27. Tavoliere delle Puglie - Tavoliere	
	28. Terra d'Otranto	

**Classificazione della qualità dei vini secondo il Regolamento (CE) n. 1493/99

*Classificazione della qualità dei vini secondo il Regolamento (CE) n. 491/09

Fonte: Elaborazione propria su interrogazione dati Commissione Europea, E-Bacchus, 2014

Tabella 14.4. Produzione dei principali vini a Denominazione d'Origine Protetta²⁰³

Denominazione	% Sul totale regionale	Denunce		Resa q.li/ha	Prod. Uvs q.li	Produzione vino hl 2012
		N° denunce prod.	Ettari relativi			
Salice Salento	36,8%	1.405	2.195	120	204.788	140.797
Primitivo di Manduria	22,8%	1.573	2.050	90	151.076	87.171
Castel del monte	9%	247	334	140	48.119	35.226
San Severo	8%	140	31.513	165	43.714	30.600

Fonte: elaborazione propria su dati V.Q.P.R.D. d'Italia, Federdoc (2013)

14.2.C Bevande Spiritose

In base al Regolamento (CE) n. 110/2008 (e successive modifiche) relativo alla definizione, alla designazione, alla presentazione, all'etichettatura e alla protezione delle Indicazioni Geografiche delle bevande spiritose, la Regione Puglia non presenta alcuna Indicazione Geografica registrata.

14.2.D Agricoltura Biologica

La Regione Puglia è riuscita attraverso il Programma di Sviluppo Rurale ad intraprendere efficaci azioni per il rafforzamento di questo comparto agricolo. Nel 2013 la Puglia è al terzo posto a livello nazionale per imprese certificate, in numero pari a 6.254 (+23% rispetto al 2008) ed al secondo

²⁰³ Federdoc (2013), <http://www.federdoc.com/pdf/vinitaly2014-web.pdf>

posto per superfici coltivate che sono più che raddoppiate dal 2008 (94.750 ettari) al 2013 (191.791 ettari). Le principali culture biologiche sono l'olivo (55.715 ettari) (2013), i cereali (38.076 ettari), le culture foraggere (21.846 ettari) e la vite (10.604 ettari). Le aziende agricole biologiche con produzione zootecnica, in base agli ultimi dati disponibili, sono più che triplicate dal 2009, raggiungendo le 114 unità²⁰⁴.

14.2.E Prodotti Agroalimentari Tradizionali (PAT)

Il paniere dei Prodotti Agroalimentari Tradizionali pugliesi è composto da 233 PAT. Principalmente costituiti da Prodotti ortofrutticoli (80) e Paste fresche e prodotti da forno (74)²⁰⁵.

14.3. I marchi collettivi

Per completare il quadro è stato compiuto un censimento nelle banche dati dei marchi e brevetti, per individuare le organizzazioni pubbliche e private che perseguendo obiettivi di tutela e promozione delle produzioni agroalimentari di qualità anche a fini turistici, hanno registrato marchi in cui vi sia un riferimento al territorio pugliese. (Tabella

Tabella 14.5. I marchi collettivi registrati con riferimento alla "Puglia"

Denominazione	Titolare	Marchio comunitario	Marchio nazionale	Classe di Nizza
Prodotti di Puglia	Regione Puglia			29 30 31 32 33
Sac Mari Tra le Mura Nel Blu Dipinto di Puglia	Comune di Conversano		•	43
Taste of Puglia	Agenzia per l'Innovazione e l'Internazionalizzazione delle Imprese		•	29.30 31
Promo Export Puglia	Consorzio Promo Export Puglia		•	29 30 33
Produttori Olivicoli Associati-Olio Extravergine di Oliva-Masserie Di Puglia	Consorzio Nazionale Degli Olivicoltori		•	29
Consorzio di Tutela Murgia	Consorzio di tutela Murgia		•	29 30 31 33 43
Agnello Appulo-Lucano	Consorzio Co.P.A.L Le Terre del Gusto		•	29
Dolce Mandorla	Consorzio Artigiano Dolci di Puglia		•	30
Le Terre d'Arneo Il Salento Nelle Tradizioni di Puglia	Consorzio ProSalento		•	29 30 31 33
Puglia Natura	Consorzio Puglia Natura		•	29 30 31 32 33
Il dolce Reale Della Tradizione di Puglia	Consorzio Artigiano Dolci di Puglia		•	30
Puglia Best Wine	Consorzio Puglia Best Wine	•	•	33
Organizzazione Carni Pugliesi Garantisce la Qualità	Le Carni Pugliesi Società Consortile Agricola		•	29 31
Macellerie Riunite per la Qualità	Asso.Te.Ma		•	29
Eccellenze di Puglia-Premio Ambasciatore di terre di Puglia	Associazione Regionale Pugliesi		•	29 30 31 32 33 43
Millenari di Puglia	Associazione Millenari di Puglia		•	29
Scopri la Puglia	Associazione Scopri La Puglia		•	43

Fonte: Elaborazione propria su interrogazione dati Ufficio Italiano Brevetti e Marchi ed European Trade Mark and Design Network (TMview), 2014

²⁰⁴ SINAB (2014), Bio in cifre 2014, http://www.sinab.it/sites/default/files/share/bio%20in%20cifre%202014_1.pdf

²⁰⁵ MIPAAF (2014), Quattordicesima revisione dei prodotti agroalimentari tradizionali, <http://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeAttachment.php/L/IT/D/7%252Fa%252F0%252FD.f0ab2e9ee2902b95e1ec/P/BLOB%3AID%3D3276>

15. Sardegna

15.1. Le politiche regionali di valorizzazione, tutela e promozione

Nell'ambito della valorizzazione delle produzioni di qualità la Regione Sardegna ha istituito il sistema di qualità alimentare "Qualità garantita dalla Regione Sardegna". Il percorso per la regolamentazione di questo strumento, iniziò con la Delibera della Giunta Regionale n. 34/18 del 07/08/2012 riguardante "Marchio di qualità regionale dei prodotti agro-alimentari. Procedure di attivazione".

Dopo un intenso lavoro, durato poco più di un anno, la Giunta Regionale ha approvato la Delibera n. 55/33 del 20/12/2013 che disciplina il marchio d'uso del marchio collettivo "Qualità garantita dalla Regione Sardegna".

La Commissione Europea, se non ravviserà elementi ostativi al Trattato sul Funzionamento dell'Unione Europea (Titolo II "Libera circolazione delle merci. Capo 3 "Divieto delle restrizioni quantitative tra gli Stati Membri", art 34-36), permetterà alla Regione di rendere il marchio collettivo pienamente operativo.

Le finalità del sistema di qualità alimentare sono:

- valorizzare i prodotti agricoli e alimentari di qualità e favorirne la diffusione attraverso l'adesione volontaria a specifiche norme di produzione;
- assicurare il rispetto di tali norme attraverso la certificazione da parte di organismi di controllo indipendenti;
- garantire al consumatore maggiore trasparenza riguardo al prodotto e a tutte le fasi del processo produttivo, fornendo la tracciabilità del prodotto e un'informazione precisa sulle caratteristiche intrinseche di qualità.

L'applicazione del marchio è consentita esclusivamente sui prodotti agricoli e alimentari realizzati nell'ambito dell'Unione Europea e ottenuti nel rispetto delle regole stabilite nei Disciplinari di Produzione, senza alcuna limitazione di provenienza, nel rispetto delle norme comunitarie sulla libera circolazione delle merci di cui agli artt. 34-36 del Trattato di Funzionamento dell'Unione Europea.

L'uso del Marchio sarà riservato alle imprese agricole, singole e associate, di trasformazione e/o commercializzazione, operanti nel settore agroalimentare e alle associazioni di produttori agricoli. L'Assessorato dell'Agricoltura della Regione Sardegna, in collaborazione con le Agenzie regionali, predispose le "Linee guida" contenenti i criteri per l'individuazione delle filiere produttive interessate al sistema di qualità e i principi fondamentali cui devono uniformarsi i Disciplinari di Produzione.

I Disciplinari di Produzione, che saranno curati da appositi "gruppi di lavoro", contengono le regole alle quali i potenziali utilizzatori del Marchio devono attenersi per poter aderire al sistema di certificazione specifico, redatte in conformità alle linee guida.

La qualità dei prodotti agricoli e alimentari contrassegnati dal Marchio è garantita attraverso un sistema di controllo della qualità che verifica il rispetto delle regole stabilite nel presente Regolamento d'uso e nei Disciplinari di Produzione.

Ciascun concessionario ha facoltà di scegliere tra un Organismo di controllo privato o un'Autorità pubblica di controllo (la Regione Sardegna ha individuato l'Agenzia Agris Sardegna), operanti ai sensi della norma UNI CEI EN 45011.

Il regolamento istituisce il Registro del marchio, gestito dall'Agenzia Argea Sardegna, in cui sono presenti le seguenti informazioni:

- elenco dei prodotti inseriti nel sistema di certificazione istituito con il marchio;
- lista delle aziende ammesse al sistema di certificazione con l'indicazione del prodotto e gli estremi del provvedimento di concessione;
- elenco degli organismi di controllo designati per il sistema di certificazione.

I soggetti che intendono utilizzare il marchio, dovranno inoltrare la domanda all'Agenzia Argea Sardegna, la quale dovrà contenere le seguenti informazioni:

- nome del prodotto per il quale si richiede l'inserimento nel sistema di certificazione;
- anagrafica dell'azienda richiedente;

- descrizione dell'azienda di produzione, trasformazione o commercializzazione;
- organismo di controllo preposto ai controlli per la certificazione del prodotto.

15.2. L'Economia del Gusto della Sardegna

15.2.A Produzione Agroalimentare ad IG

La prima componente dell'Economia del Gusto di qualità sarda è quella delle produzioni agroalimentari, composta da 7 prodotti ad Indicazione Geografica (IG) di cui 6 DOP e 1 IGP. Il fatturato alla produzione, in base agli ultimi dati ISMEA, è stato di 110 Mio€ (2011) ed un numero di operatori pari a 14.647 (2013)²⁰⁶. (Tabella 15.1.)

Tabella 15.1. Le produzioni agroalimentari ad IG della Sardegna

DOP	IGP
1.1 Carni fresche	
	Agnello di Sardegna
1.3 Formaggi	
Fiore Sardo Pecorino Sardo Pecorino Romano*	
1.5 Oli e grassi	
Sardegna	
1.6 Ortofrutticoli e cereali	
Carciofo Spinoso di Sardegna	
1.8 Altri prodotti dell'Allegato I	
Zafferano di Sardegna	

* prodotto ad Indicazione Geografica con valenza multi regionale

Fonte: Elaborazione propria su interrogazione dati Commissione Europea, DOOR - Database of Origin and Registration, 2014

Prima di effettuare un approfondimento sulle produzioni agroalimentari di qualità è utile inquadrare la filiera ovina sarda che ha rappresentato e rappresenta uno degli assi portanti dell'economia rurale. Attualmente in Sardegna sono allevati circa 3 milioni di capi ovini, che rappresentano più del 40% del patrimonio ovino nazionale, con circa 13.000 imprese zootecniche²⁰⁷. Gli allevamenti sardi, in base ai dati Istat del 2010, producono circa 350.000 tonnellate di latte destinato esclusivamente alla caseificazione e 30.000 tonnellate di carne. La produzione casearia ovina è realizzata da circa 70 aziende, di cui 5 di grandi dimensioni, con una produzione annua pari a circa 60.000 tonnellate ed un valore economico alla produzione di 300 Mio€^{208,209}.

La Giunta regionale, con la Delibera n. 56/63 del 29/12/2009, ha affidato all'agenzia Laore Sardegna la realizzazione di un sistema di monitoraggio della catena del valore nella filiera lattiero casearia in Sardegna (settore ovi-caprino), finalizzato a garantire una maggiore trasparenza, assicurando ai vari attori coinvolti una corretta informazione e conoscenza circa livelli di produzione e dinamiche dei prezzi.

Il Consiglio regionale ha approvato la Legge Regionale n. 15 del 17/11/2010 (art. 9, punto 3) con la quale si istituisce, presso l'Agenzia Laore Sardegna, l'"Osservatorio del latte ovi-caprino" servizio a

²⁰⁶ ISTAT (2013), Rilevazione sui prodotti agroalimentari di qualità DOP, IGP e STG, http://www.istat.it/it/files/2014/09/Report_DOPIGP.pdf?title=Prodotti+di+qualit%C3%A0+Dop%2C+Igp%2C+Stg+-+18%2Fset%2F2014+-+Testo+integrale.pdf

²⁰⁷ Camera di commercio di Cagliari (2010), Speciale "La questione lattiero casearia", Sardegna Economica, Bimestrale della Camera di commercio di Cagliari, n.5-6/2010

²⁰⁸ Idda L., Furesi R., Pulina P. (dicembre 2010), L'allevamento ovino in Sardegna tra crisi di mercato e politiche di rilancio, Agriregionieuropa, n. 23

²⁰⁹ Venusti M. (2009), I formaggi di Sardegna, Agenzia Laore Sardegna

supporto dell'attività di programmazione e di monitoraggio delle produzioni e del mercato²¹⁰.

Tra le produzioni agroalimentari di qualità sarde, un ruolo assolutamente rilevante spetta al "Pecorino Romano" che è un formaggio di antica tradizione, la cui produzione venne introdotta in Sardegna tra la fine dell'Ottocento e gli inizi del Novecento, da alcuni industriali laziali.

Al "Pecorino Romano" nel 1951 è stato riconosciuto l'uso di denominazione di origine nella Convenzione di Stresa. Dal 1955 è titolare di Denominazione d'origine e si fregia dell'attestazione comunitaria DOP. Nel 1997 l'*United States Patent and Trademark* degli Stati Uniti ha rilasciato il marchio "*Roman cheese made from sheep's milk*".

La produzione, media annua di "Pecorino Romano" è di circa 30.000 tonnellate e rappresenta poco più del 50% della produzione casearia della Sardegna. Dagli ultimi dati pubblicati dal Clal, nel 2013 la produzione è stata pari a 24.726 tonnellate²¹¹, con un fatturato al consumo che dal 2010 al 2012 si è dimezzato, passando da circa 126,7 Mio€ a 60,3 Mio€²¹².

Attualmente il 95% della produzione è realizzato in Sardegna ed è commercializzato per circa il 60% nei mercati esteri, di cui principalmente negli Stati Uniti, dove viene impiegato per la preparazione di grattugiati. In questi ultimi anni, questo formaggio ha perso significative quote di mercato nei mercati di destinazione, a causa di *competitors* (rumeni, bulgari e argentini) che hanno elaborato delle strategie commerciali molto aggressive. Questa situazione ha creato una profonda crisi nella filiera, con una difficoltà a remunerare tutti gli attori, in particolare gli allevatori. Nel 2013, vi è stata una ripresa del "Pecorino Romano" nei mercati esteri, con un incremento del prezzo di vendita che ha raggiunto 8,35 euro, senza però apportare dei benefici economici agli allevatori che continuano a vendere il prezzo del latte a 0,86 €/L^{213,214}.

Altra produzione casearia di rilievo è il "Pecorino Sardo" con una produzione annuale di 12/15.000 tonnellate ed un fatturato alla produzione di 90/120 Mio€. La a marchio DOP è piuttosto esigua, pari a 1.783 tonnellate.

L'"Agnello di Sardegna IGP" ha conseguito apprezzabili risultati sia in termini di adesioni al sistema di certificazione, sia in termini di produzione immessa sul mercato. Nel periodo 2010-2013, gli allevatori sono aumentati da circa 3.200 a oltre 3.700, i macellatori attivi da 9 a 37 e i capi certificati sono passati da meno di 70.000 a oltre 500.000²¹⁵ (Agenzia regionale Laore Sardegna, 2013).

Un prodotto sardo di particolare pregio è lo "Zafferano di Sardegna", riconosciuto con l'attestazione di qualità DOP. La Sardegna detiene il primato nazionale nella coltivazione dello zafferano, con circa 40-45 ettari, concentrata soprattutto nel Medio Campidano con circa 200 aziende coinvolte ed un fatturato di oltre 2 milioni di euro. Il principale centro di produzione è a San Gavino Monreale con 30 ettari coltivati, 200 kilogrammi di prodotto e 100 produttori. Segue Turri con 10 ettari coltivati, 70 kilogrammi di prodotto e 30 produttori ed infine Villanovafranca con 3 ettari coltivati, 15 kilogrammi di prodotto e 35 produttori^{216,217,218,219,220}.

²¹⁰ Sardegna Agricoltura, Osservatorio della filiera ovi-caprina, <http://www.sardegnaagricoltura.it/index.php?xsl=446&s=14&v=9&c=9413&na=1&n=10>

²¹¹ CLAL (2014), www.clal.it

²¹² ISMEA (2013), 11° Rapporto 2013 sulle produzioni agroalimentari italiane, Qualivita e ISMEA

²¹³ Coldiretti, www.coldiretti.it

²¹⁴ CLAL (2014), www.clal.it/?section=produzioni_pecorino

²¹⁵ Consorzio per la tutela della IGP agnello di Sardegna, <http://www.agnellodisardegnaigp.it/>

²¹⁶ Le stime sulle superfici, sulla produzione e sul numero di aziende differiscono in modo significativo tra le varie fonti prese in esame.

²¹⁷ Fragalà F.e Pulvirenti T. (2012), Lo zafferano in Sicilia, Progetto MEDISS (MEDiterranea Innovation, Senteurs, Saveurs), <https://www.yumpu.com/it/document/view/15082936/lo-o-zaff-sic-erano-cilia-o-in-programme-med/3>

²¹⁸ Le regioni italiane nelle quali la coltura è più diffusa sono la Sardegna, l'Abruzzo e la Toscana, con una superficie di circa 35 ettari ed una produzione stimabile in 400 kg. I grandi produttori di zafferano sono l'Iran (superficie di 48.000 ha ed una produzione di 180.000 kg), l'India (produzione di 8-10.000 kg), Grecia (superficie di 860 ha ed una produzione di 4-6.000) e la Spagna (superficie di 400 ha ed una produzione di 1.000 kg).

²¹⁹ Landi R. (luglio 2007), Lo zafferano: tradizione e tipicità, Camera di commercio di Firenze

²²⁰ San Gavino Monreale.net, Lo zafferano, <http://www.sangavinomonreale.net/lo-zafferano/>

15.2.B I vini ad IG

La produzione vitivinicola, inclusi i mosti ammonta a 638.000 ettolitri (2013)²²¹. Dalla lettura delle statistiche vitivinicole regionali, emerge un aspetto interessante riguardante l'orientamento delle politiche verso la produzione dei vini ad Indicazione Geografica. Attualmente, la Sardegna ha 33 vini a Indicazione Geografica, di cui 18 DOP e 15 IGP. (Tabella 15.2.)

Tabella 15.2. I vini IG della Sardegna

DOCG**	DOP*	IGP*
1. Vermentino di Gallura	1. Alghero 2. Arborea 3. Cagliari 4. Campidano di Terralba/ Terralba 5. Cannonau di Sardegna 6. Carignano del Sulcis 7. Girò di Cagliari 8. Malvasia di Bosa 9. Mandrolisai 10. Monica di Sardegna 11. Moscato di Sardegna 12. Moscato di Sorso-Sennori/ Moscato di Sorso/ Moscato di Sennori 13. Nasco di Cagliari 14. Nuragus di Cagliari 15. Sardegna Semidano 16. Vermentino di Sardegna 17. Vernaccia di Oristano	1. Barbagia 2. Colli di Limbara 3. Isola di Nuraghi 4. Marmilla 5. Nurra 6. Ogliastra 7. Parteolla 8. Planargia 9. Provincia di Nuoro 10. Romangia 11. Sibiola 12. Tharros 13. Trexenta 14. Valle del Tirso 15. Valle di Porto Pino

** Classificazione della qualità dei vini secondo il Regolamento (CE) n. 1493/99

* Classificazione della qualità dei vini secondo il Regolamento (CE) n. 491/09

Fonte: Elaborazione propria su interrogazione dati Commissione Europea, E-Bacchus, 2014

Il peso dei vini di qualità nel periodo 2005-2013, è sostanzialmente stabile (l'incidenza dei vini DOP è pari al 28%, quelli IGP al 22%), come anche i vini comuni. I principali vini di qualità DOP sardi sono il "Cannonau di Sardegna" (100.208 ettolitri, 2012) ed il "Vermentino di Sardegna" (95.318 ettolitri, 2012)²²². (Tabella 15.3.)

Tabella 15.3. Produzione dei principali vini a Denominazione d'Origine Protetta

Denominazione	% Sul totale regionale	Denunce		Resa q.li/ha	Prod. Uvs q.li	Produzione vino hl 2012
		N° denunce prod.	Ettari relativi			
Cannonau di Sardegna	34,54%	1.425	2.186	110	143.179	100.208
Vermentino di Sardegna	32,86%	725	851	200	136.168	95.318
Alghero	10,11%	260	423	160	41.914	29.340
Carignano del Sulcis	7,24%	289	280	110	30.475	21.001

Fonte: elaborazione propria su dati V.Q.P.R.D. d'Italia, Federdoc (2013)

15.2.C Bevande Spiritose

Per quanto riguarda le bevande spiritose, l'unica Indicazione Geografica registrata dalla Regione Sardegna, in base al Regolamento (CE) n. 110/2008, è il "Mirto di Sardegna".

²²¹ I numeri del vino, www.inumeridelvino.it statistiche regionali (fonte ISTAT)

²²² I numeri del vino, <http://www.inumeridelvino.it/2014/10/sardegna-produzione-vino-dati-federdoc-2012-e-istat-2013.html#more-14993>

15.2.D Agricoltura Biologica

Nel 2013 in Sardegna le imprese certificate erano pari a 2.228 (-15% rispetto al 2008), e superfici pari a 142.250 ettari. Le principali culture biologiche sono prati e pascoli (63.343 ettari) (2013), il pascolo magro (37.386 ettari) e le colture foraggere (22.075 ettari).

La Sardegna è al secondo posto, a livello nazionale per numero di aziende agricole biologiche con produzione zootecnica, pari a 1.588 (2013)²²³.

15.2.E Prodotti Agroalimentari Tradizionali (PAT)

Il paniere dei prodotti agroalimentari tradizionali sardi è composto da 184 PAT, di cui le principali sono Paste fresche e prodotti da forno (69) e Prodotti ortofrutticoli (43)²²⁴.

15.3. I marchi collettivi

L'ultimo approfondimento riguarda il censimento nelle banche dati dei marchi e brevetti, per individuare le organizzazioni pubbliche e private che, perseguendo obiettivi di tutela e promozione delle produzioni agroalimentari di qualità anche a fini turistici, hanno registrato marchi in cui vi sia un riferimento al territorio sardo.

Tabella 15.4. I marchi collettivi registrati con riferimento alla "Sardegna"

Denominazione	Titolare	Marchio comunitario	Marchio nazionale	Classe di Nizza
Zafferano di Sardegna	MIPAAF		•	30
Formaggi Sardi	Regione Autonoma della Sardegna		•	29
Regione Sardegna Prodotti Biologici	Regione Autonoma della Sardegna		•	29 30 31 32 33
Coniglio di Sardegna	Ente Regionale di Sviluppo e Assistenza Tecnica in Agricoltura		•	29 31
Sardegna del Nord Ovest- Provincia di Sassari - Prodotti Tipici Garantiti	Provincia di Sassari		•	29 30 31 32 33
Strada del Gusto Nord Sardegna	Provincia di Sassari		•	29 30 31 33 43
Le Tre Terre	Comune di Lula		•	29 30 31 33 43
Ogliastra - La Sardegna Verde	Gal dell'Ogliastra		•	30 31 33 43
Fattoria Didattica Sardegna	LAORE Agenzia Regionale per L'Attuazione dei Programmi In Campo Agricolo e lo Sviluppo Rurale		•	29 30 31 32 33 43
Semena dura Solo Grano Duro di Sardegna	Agenzia Laore di Sardegna		•	29 30 31
Sardegna Terra di Catenari - I Prodotti Catenari Allungano la Vita	Camera di commercio di Sassari		•	29 30 31 32 33 43
Vini Sardegna	Confcommercio Nord Sardegna		•	33
Marcetto di Sardegna	Consorzio Regionale Socia Li "Sardegna" Soc Coop E.LA Macomer		•	29
Sardegna in Cucina Frigomacello Chilivani- Consorzio	Consorzio Cooperativo Carni A.R.L	•	•	29
Consorzio Sardegna e Natura	Consorzio Cooperative Sardegna e Natura		•	29 30 31 33
Sa Corona Arrubia	Sa Corona Arrubia Consorzio Turistico della Marmilla		•	29 30 31 32 33

²²³ SINAB (2014), Bio in cifre 2014, http://www.sinab.it/sites/default/files/share/bio%20in%20cifre%202014_1.pdf. Per gli anni precedenti, sono state consultate le statistiche nel sito del SINAB.

²²⁴ MIPAAF (2014), Quattordicesima revisione dei prodotti agroalimentari tradizionali, <http://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeAttachment.php/L/IT/D/7%252Fa%252F0%252FD.f0ab2e9ee2902b95e1ec/P/BL0B%3AID%3D3276>

Agnello di Sardegna IGP	Consorzio Tutela IGP Agnello di Sardegna		•	29
Piante Officinali di Sardegna	Consorzio Produttori Sardi Piante Officinali e Loro Derivati	•	•	30 31
Consorzio Vini D.O.C. di Sardegna	Consorzio Vini D.O.C. Della Sardegna a Cagliari		•	33
Enoselezione dei Vini di Sardegna	Consorzio Vini D.O.C. Della Sardegna a Cagliari		•	33
S.T.S. Suino Tipico Sardo	Associazione Regionale Produttori Suino Tipico Sardo		•	29
Garanzia Biologico Sardegna	Associazione Produttori Biologici Sardi	•	•	29 30 31 32 33
Compra Sardo	Comitato Identità e Futuro- Associazione non Profit Onlus		•	29 30 31 32
Produzioni di Sardegna, Denominazioni, Origini, Storie de.oo.ss.	Associazione Produzioni di Sardegna, Denominazioni, Origini, Storie De.oo.ss		•	29 30 33 43
Io sono Sardo-I sapori più veri e Più Genuini	A.R.P.O.S		•	29
Associazione Produttori Risicoli Sardi Oristano	Associazione Produttori Risicoli Sardi		•	30
Liquore Mirto di Sardegna Tradizionale	Liquore Mirto di Sardegna Tradizionale-Associazione		•	33
Porchetto Sardo	Cooperativa Regionale Produttori del Suino Sardo		•	29
Dolce Sardegna	Cooperativa Allevatori Ovini C.A.O.S.C.A.R	•	•	29
Marchio di Qualità Ambientale - Rete dei Parchi della Sardegna e della Corsica	Azienda Speciale Parco di Porto Conte	•		

Fonte: Elaborazione propria su interrogazione dati Ufficio Italiano Brevetti e Marchi ed European Trade Mark and Design Network (TMview), 2014

16. Sicilia

16.1. Le politiche regionali di valorizzazione, tutela e promozione

Nell'ambito della tutela e valorizzazione dei prodotti e servizi agricolo-zootecnici e alimentari di qualità, la Regione Sicilia ha istituito un sistema di qualità alimentare denominato "Qualità Sicura Sicilia". L'articolo n. 20, comma 39 della Legge regionale n. 19 del 22/12/2005 aveva predisposto l'introduzione di un marchio certificativo che qualificasse le produzioni agroalimentari di qualità. Dopo alcuni anni, l'Assessore Regionale alle Risorse Agricole e Alimentari con una sua determina (D.A. n. 3261 del 18/10/2012), ha approvato la "Carta d'uso del Marchio Regionale", con la quale la Regione Sicilia istituisce il marchio "Qualità Sicura Sicilia", il logo (D.A. n. 2308 del 28/05/2013) e la procedura di utilizzo del marchio (D.D.G. n. 1030 del 15/04/2014).

Questo sistema di qualità alimentare, rispondendo alle prescrizioni degli orientamenti comunitari per gli aiuti di Stato nel settore agricolo e forestale, persegue i seguenti obiettivi²²⁵:

- valorizzare i prodotti agricoli e alimentari con un elevato standard qualitativo controllato;
- attuare azioni d'informazione ai consumatori sulla provenienza e sulla qualità dei prodotti agroalimentari certificati;
- promuovere e sostenere il marketing e la vendita di tali prodotti.

Il marchio può essere concesso in uso a tutti gli operatori dell'Unione Europea comprese le categorie di produttori, condizionatori, confezionatori e ristoratori, in forma singola o associata, iscritti nel registro delle imprese della CCIAA o presso organismi analoghi di altri Stati membri dell'Unione Europea, che ne facciano richiesta alla Regione Sicilia.

L'uso del Marchio può essere concesso agli operatori per:

- i. prodotti agroalimentari, vini (regolati da regimi di qualità riconosciuti dall'Unione Europea DOP, IGP, STG, Biologico) e bevande spiritose;
- ii. prodotti agricoli e alimentari certificati sulla base dello standard definito dalle norme tecniche di produzione integrata;
- iii. prodotti agricolo-zootecnici e alimentari ottenuti aderendo a specifiche norme di produzione che mirano al conseguimento di un elevato livello qualitativo nel processo produttivo;
- iv. servizi di ristorazione per la somministrazione dei prodotti precedenti.

In ogni caso, i prodotti di cui ai numeri *i*, *ii* e *iii* devono risultare liberi da OGM e la loro produzione deve essere effettuata secondo le norme in vigore sulla sicurezza e l'igiene degli alimenti.

I prodotti oggetto di applicazione del sistema di qualità alimentare devono avere un "Disciplinare di Produzione". I disciplinari dei prodotti regolati dai sistemi di qualità riconosciuti dall'Unione Europea recepiscono le disposizioni contenute nei relativi disciplinari già riconosciuti a livello pubblico o comunque nelle normative vigenti.

Riguardo la produzione integrata, devono essere utilizzati, ove esistenti, i Disciplinari di Produzione integrata della Regione Sicilia approvati con Decreto del 08/08/2011 e pubblicati nel Supplemento ordinario della Gazzetta Ufficiale della Regione Siciliana n. 44 del 21/10/2011.

Per i prodotti di cui non si dispone di un disciplinare di produzione, lo stesso può essere proposto o dal Comitato Tecnico Scientifico o dallo stesso richiedente. Successivamente la concessione dell'uso del sistema di qualità alimentare e il disciplinare, verranno approvati, se positivi, con Decreto Dirigenziale e pubblicato nella Gazzetta Ufficiale della Regione Siciliana.

Il controllo delle produzioni con il marchio "Qualità Sicura Sicilia", è effettuato da un organismo di controllo pubblico o misto, inserito nell'elenco del MIPAAF o nell'elenco della Regione Sicilia, di cui al Decreto sul "Piano per i Servizi Avanzati, la Ricerca e l'Innovazione". I controlli sulle produzioni sono effettuati sulla base degli schemi dei piani di controllo approvati.

La Regione Sicilia istituisce il Registro del Marchio articolato in due sezioni:

²²⁵ Regione Sicilia, Qualità Sicura Sicilia, http://pti.regione.sicilia.it/portal/page/portal/PIR_PORTALE/PIR_LaStrutturaRegionale/PIR_Assessoratoregionale delleRisorseAgricoleeAlimentari/PIR_DiplntStrutturali/PIR_qualitasicura

- elenco dei prodotti e servizi validati per la concessione del Marchio con relativo disciplinare di produzione ed organismo di controllo designato;
- elenco delle imprese licenziatarie con indicazione del prodotto ed estremi del provvedimento di concessione.

Le informazioni contenute nel Registro del Marchio sono pubbliche e gestite dall'Assessorato Regionale delle Risorse Agricole e Alimentari. I soggetti che intendono utilizzare il Marchio dovranno inoltrare specifica richiesta alla Regione Sicilia - Assessorato Regionale delle Risorse Agricole e Alimentari - Dipartimento Interventi Strutturali per l'Agricoltura.

Il prodotto per il quale viene rilasciata la concessione dovrà prevedere nell'etichetta, oltre a quanto stabilito nella normativa vigente in materia di etichettatura delle produzioni agroalimentari, uno spazio su cui riportare il Marchio, che dovrà essere apposto in modo che esso rimanga sempre leggibile in tutte le sue parti, sia ben visibile e che non possa essere confuso o associato con le altre scritte comunque presenti sull'etichetta del prodotto (es. nome del produttore, altri marchi privati, comunitari ecc.). (Tabella 16.1.)

Tabella 16.1. I prodotti registrati nel Registro del marchio "Qualità Sicura Sicilia"

Categorie	DOP	IGP	Produzione integrata
Cerealicolo - Prodotti da forno - Dolciari	1	0	1
Lattiero caseario	4	0	0
Oleario	6	0	0
Ortofrutticolo	6	3	17
Leguminose	0	0	2
Zootecnia da carne e trasformati	1	0	0
Altri prodotti	0	1	0
Vitivinicolo	24	7	0
Totale	41	10	20

Attualmente, nel Registro del Marchio sono stati registrati 71 prodotti, di cui 41 con l'attestazione comunitaria DOP, 10 IGP e 20 ottenuti dalla produzione integrata, mentre non sono stati ancora iscritti dei soggetti che hanno richiesto l'uso del marchio.

16.2. L'Economia del Gusto della Sicilia

16.2.A L'Economia del Gusto di qualità della Sicilia

Il primo tassello dell'Economia del Gusto di qualità siciliana è quella delle produzioni agroalimentari, composta da 28 prodotti ad Indicazione Geografica (IG) che rappresentano l'11,5% a livello nazionale, di cui 17 DOP e 11 IGP. Il fatturato alla produzione del totale dei prodotti italiani a denominazione, in base agli ultimi dati ISMEA, è stato di 13 milioni di euro (2011) e il numero di operatori, di 2.899 (2013) ²²⁶. Nel 2013 la Sicilia ha registrato una superficie di 15.993 ettari, -5% rispetto al 2012. (Istat, 2013)(Tabella 16.2.)

Tabella 16.2. Le produzioni agroalimentari ad IG della Sicilia

DOP	IGP
1.2 Prodotti a base di carne	
Salame di S. Angelo	
1.3 Formaggi	
Pecorino Siciliano Piacentino Ennese Ragusano Vastedda della Valle del Belice	
1.5 Oli e grassi	
Monte Etna Monti Iblei Val di Mazara Valdemone Valle del Belice Valli Trapanesi	
1.6 Ortofrutticoli e cereali	
Arancia di Ribera Ciliegia dell'Etna Ficodindia dell'Etna Ficodindia di San Cono Nocellara del Belice Pistacchio Verde di Bronte	Arancia Rossa di Sicilia Cappero di Pantelleria Carota Novella di Ispica Limone di Siracusa Limone Interdonato Messina Pesca di Leonforte Pomodoro di Pachino Uva da tavola di Canicatti Uva da tavola di Mazzarone
1.8 Altri prodotti dell'Allegato I	
Sale Marino di Trapani	
2.4 Prodotti di panetteria, pasticceria, confetteria e biscotteria	
Pagnotta del Dittanio	

* prodotto ad Indicazione Geografica con valenza multi regionale

Fonte: Elaborazione propria su interrogazione dati Commissione Europea, DOOR - Database of Origin and Registration, 2014

Entrando nello specifico, tra i diversi comparti produttivi, quello che assume la maggiore rilevanza è il settore ortofrutticolo con particolar rilievo quello agrumicolo ed oleico.

Il comparto agrumicolo, in Sicilia, in questi ultimi anni ha una superficie investita di oltre 105.000 ettari, pari a circa il 60% di quella nazionale, con una produzione di oltre 15 milioni di quintali, con una produzione lorda vendibile pari a 698 Mio€, pari al 61.4% di quella nazionale. Tra le produzioni agrumicole siciliane di eccellenza, una posizione di rilievo spetta all' "Arancia Rossa di Sicilia IGP" che ha raggiunto una produzione certificata pari a 11.534 tonnellate (2012) e un fatturato alla

²²⁶ ISTAT (2013), Rilevazione sui prodotti agroalimentari di qualità DOP, IGP e STG, http://www.istat.it/it/files/2014/09/Report_DOPIGP.pdf?title=Prodotti+di+qualit%C3%A0+Dop%2C+Igp%2C+Stg+-+18%2Fset%2F2014+-+Testo+integrale.pdf

produzione di 10,3 Mio€ (2011) ed al consumo di 15,5 Mio€ (2011), seguita dall'“Arancia di Ribera IGP” con una produzione certificata di 3.428 tonnellate (2012)²²⁷.

Altro comparto rilevante per l'economia siciliana è quello oleico e il valore della produzione olivicola regionale ammonta a 199 milioni di euro pari al 9,7% di quella olivicola nazionale. Gli oli extravergini di qualità con attestazione comunitaria che hanno una rilevanza nel mercato nazionale ed internazionale, sotto il profilo delle quantità certificate e del fatturato sono l'olio “Val di Mazara DOP” (produzione certificata pari a 665 tonnellate (2012), fatturato alla produzione di 2,7 Mio€ (2011)) e l'olio “Monti Iblei DOP” (produzione certificata pari a 329 tonnellate (2012), fatturato alla produzione di 2,4 Mio€ (2011)).

Tra le produzioni ortofrutticole di nicchia, e conosciute sia a livello nazionale sia internazionale si segnalano il “Ficodindia dell'Etna DOP”, il “Pistacchio Verde di Bronte DOP”, il “Cappero di Pantelleria IGP” e il “Pomodoro di Pachino IGP”.

Le produzioni lattiero casearie di eccellenza sono il “Pecorino Siciliano DOP”, il “Vastedda della Valle del Belice DOP”, il “Ragusano DOP” e il “Piacentinu Ennese DOP”.

Il comparto dei salumi, è costituito dall'unica attestazione comunitaria “Salame Sant'Angelo IGP”.

La Regione Sicilia ha presentato al Ministero delle Politiche Agricole ed Alimentari, la domanda per il “Pecorino Crotonese DOP”.

16.2.B I vini ad IG

La seconda componente dell'Economia del Gusto regionale è il settore vitivinicolo. Dagli ultimi dati pubblicati dall'ISTAT, la vendemmia 2013 è stata particolarmente abbondante, con una produzione di vino inclusi i mosti pari a 7,282 milioni di ettolitri (+18% rispetto al 2008). Attualmente sono registrati a livello comunitario 31 vini IG, di cui 24 DOP (in base alla vecchia classificazione dei vini 1 DOCG e 23 DOC) e 7 IGP. (Tabella 16.3.)

Tabella 16.3. I vini IG della Sicilia

	DOP*	IGP*
DOCG**	DOC**	IGT**
1. Cerasuolo di Vittoria	1. Alcamo	1. Avola
	2. Contea di Sclafani	2. Camarro
	3. Contessa Entellina	3. Fontanarossa di Cerda
	4. Delia Nivolelli	4. Salemi
	5. Eloro	5. Salina
	6. Erice	6. Terre Siciliane
	7. Etna	7. Valle Belice
	8. Faro	
	9. Malvasia delle Lipari	
	10. Mamertino di Milazzo/ Mamertino	
	11. Marsala	
	12. Menfi	
	13. Monreale	
	14. Moscato di Pantelleria/ Passito di Pantelleria/ Pantelleria	
	15. Noto	
	16. Riesi	
	17. Salaparuta	
	18. Sambuca di Sicilia	
	19. Santa Margherita di Belice	
	20. Sciacca	
	21. Sicilia	
	22. Siracusa	
	23. Vittoria	

**Classificazione della qualità dei vini secondo il Regolamento (CE) n. 1493/99

* Classificazione della qualità dei vini secondo il Regolamento (CE) n. 491/09

Fonte: Elaborazione propria su interrogazione dati Commissione Europea, E-Bacchus, 2014

²²⁷ISMEA (2013), 11° Rapporto 2013 sulle produzioni agroalimentari italiane, Qualivita e ISMEA.

Dall'analisi della serie storica della produzione vitivinicola regionale, si evince che la produzione di vino di qualità è fortemente orientata verso i vini IGP, il cui peso è passato dal 18% (2005) al 59% (2012), con un ruolo marginale dei vini DOP (3%)²²⁸. L'incidenza della produzione di vini comuni è più che dimezzata nell'arco di tempo preso in esame, mentre è ancora rilevante la produzione di mosto che rappresenta circa un quarto di quello realizzato in Italia. I principali vini DOP siciliani sono "Sicilia" (618.394 ettolitri, 2012) e "Marsala" (101.860 ettolitri, 2012)²²⁹.

Tabella 16.4. Produzione dei principali vini a Denominazione d'Origine Protetta

Denominazione	% Sul totale regionale	Denunce		Resa q.li/ha	Prod. Uvs q.li	Produzione vino hl 2012
		N° denunce prod.	Ettari relativi			
Sicilia	76,06%	3.353	11.963	130	883.431	618.394
Marsala	12,53%	469	1.672	110	135.812	101.860
Etna	2,69%	202	645	90	31.195	21.838
Alcamo	2,18%	3	289	100	25.350	17.731

Fonte: elaborazione propria su dati V.Q.P.R.D. d'Italia, Federdoc (2013)

16.2.C Bevande Spiritose

Per quanto riguarda le bevande spiritose, le indicazioni geografiche registrate dalla Regione Sicilia, in base al Regolamento (CE) n. 110/2008 sono la "Grappa siciliana/Grappa di Sicilia" e la "Grappa di Marsala"²³⁰.

16.2.D Agricoltura Biologica

La Sicilia²³¹ ha consolidato la sua leadership italiana per quanto riguarda il numero di operatori e di superfici. Infatti, nell'ultimo anno di rilevazione (2013), il numero di aziende certificate è stato pari a 9.888 (+42%rispetto al 2008), 19% a livello nazionale con una superficie coltivata, che ha subito un rilevante aumento nell'ultimo biennio, passando da 193.352 ettari a 280.448 ettari (2013)(+45% rispetto al 2008), con un'incidenza del 21% sul totale.

Per quanto riguarda i principali indirizzi produttivi prevalgono tra tutti i seminativi. Tra questi rilevante importanza hanno soprattutto prati e pascoli (45.662 ettari), la superficie investita a foraggiere (45.053 ettari) e i cereali (41.793 ettari), con particolare rilevanza del grano duro.

Tra le superfici interessate dalle colture arboree, che da un punto di vista economico, insieme a quelle orticole rivestono grande interesse anche per le opportunità di valorizzazione delle produzioni, prevalgono quelle viticole, in gran parte orientate alla produzione di uva da vino, che interessa complessivamente 25.153 ettari, seguite da quelle olivicole, quasi esclusivamente orientate alla produzione di olio extravergine, che si estendono su circa 24.470 ettari. La superficie investita ad agrumi è stata pari a 15.824 ettari, in frutta in guscio, a 8.635 ettari (le principali produzioni sono mandorle, nocciola dell'Etna e pistacchio di Bronte) e frutta a 3.482 ettari.

16.2.E Prodotti Agroalimentari Tradizionali (PAT)

I prodotti agroalimentari tradizionali sono 235. Le categorie più significative sono le Paste fresche e prodotti da forno (112) e Prodotti vegetali naturali e trasformati (66)²³².

²²⁸ I numeri del vino, <http://www.inumeridelvino.it/2013/07/sicilia-produzione-di-vino-e-superfici-vitate-aggiornamento-2012.html> (fonte ISTAT)

²²⁹ I numeri del vino <http://www.inumeridelvino.it/2014/07/sicilia-produzione-di-vino-docdocg-aggiornamento-federdoc-2012.html> (fonte ISTAT)

²³⁰ Le schede tecniche delle Indicazioni Geografiche "Brandy italiano" e "Grappa" prevedono che la produzione si possa svolgere su tutto il territorio nazionale.

²³¹ SINAB (2014), Bio in cifre 2014, http://www.sinab.it/sites/default/files/share/bio%20in%20cifre%202014_1.pdf

²³² MIPAAF (2014), Quattordicesima revisione dei prodotti agroalimentari tradizionali, <http://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeAttachment.php/L/IT/D/7%252Fa%252F0%252FD.f0ab2e9ee2902b95e1ec/P/BLOB%3AID%3D3276>

16.3. I marchi collettivi

L'Assessorato allo Sviluppo Economico della Provincia Regionale di Ragusa, fattosi promotore di una attività di marketing territoriale finalizzata a determinare delle occasioni di sviluppo economico dei settori produttivi più rilevanti del territorio provinciale ragusano, ha creato il marchio collettivo denominato "CestoBarocco: Cultura & Salute"²³³. Il *concept* di questa iniziativa è la sintesi comunicativa degli *asset* del patrimonio territoriale, riguardanti l'arte, la cultura, l'ambiente e le attività antropiche, la cui espressione più significativa è data dai suoi prodotti agroalimentari di qualità. Tra i prodotti promossi dal marchio vi sono conserve, formaggi, pane e prodotti da forno, ortaggi e vini.

Altra iniziativa concerne il marchio di certificazione di prodotto denominato "Sicilia Agricoltura", istituito dal Protocollo d'Intesa tra l'Assessorato Agricoltura e Foreste della Regione Siciliana ed il Consorzio di Ricerca sul Rischio Biologico in Agricoltura (Co.Ri.Bi.A.) stipulato il 03/10/2008, per la valorizzazione delle produzioni agroalimentari siciliane di origine vegetale²³⁴.

Le finalità di questo strumento riguardano:

- differenziare e qualificare la produzione agroalimentare regionale;
- implementare sistemi qualità e sistemi di gestione della sicurezza alimentare al fine di dare maggiore garanzia al consumatore finale;
- assicurare il controllo, la provenienza e i metodi di produzione/trasformazione impiegati nel rispetto dell'ambiente e della salute di operatori e consumatori;
- migliorare la formazione del personale impegnato all'interno dell'Organizzazione sui temi afferenti la qualità dei prodotti agroalimentari in conformità al sistema di certificazione proposto;
- attuare il miglioramento continuo della qualità dei prodotti a Marchio;
- garantire la tracciabilità del prodotto.

Il marchio "Sicilia Agricoltura" è concesso ai prodotti agroalimentari siciliani di origine vegetale, le cui fasi del processo lavorazione, stoccaggio, confezionamento e distribuzione, siano svolte in Sicilia da organizzazioni aventi sede operativa e produttiva in Sicilia, fatta eccezione per taluni ingredienti che non sono prodotti naturalmente in Sicilia ma solo trasformati (ad es. cacao, caffè, zucchero ecc.). Per i prodotti oggetto di certificazione è vietato l'utilizzo di organismi geneticamente modificati, l'Organizzazione richiedente deve ottenere la certificazione allo standard di buona pratica agricola "GlobalG.A.P."

Oltre alla *policy* di tutela e di valorizzazione del patrimonio enogastronomico sviluppate dalla Regione, altre organizzazioni hanno elaborato strategie promozionali orientate all'utilizzo di marchi collettivi, in cui è presente un riferimento al territorio siciliano. (Tabella 16.5.)

Tabella 16.5. I marchi collettivi registrati con riferimento alla "Sicilia"

Denominazione	Titolare	Marchio comunitario	Marchio nazionale	Classe di Nizza
Arancia Rossa di Sicilia	MIPAAF	•	•	31
Arancia Rossa di Sicilia IGP	MIPAAF	•		31
Uva da Tavola di Mazzarrone	MIPAAF		•	31
Pomodoro di Pachino	MIPAAF		•	31
Sicilia -Produzioni di Qualità	Regione Sicilia		•	29 30 31 32 33
Sicilia Agricoltura	Regione Sicilia		•	29 30 31 32 33
Fragolina Ribera di Sicilia	Regione Sicilia		•	31

²³³ Provincia Regionale di Ragusa, <http://www.provincia.ragusa.it/cestobarocco.php>

²³⁴ Consorzio di Ricerca sul Rischio Biologico in Agricoltura, <http://www.coribia.it/sicilia-agricoltura.php>

Vini di Sicilia	Istituto Regionale della Vite e del Vino	•	33
Pesca e Nettarina Tradiva di Sicilia	Comitato Promotore Istituzione IGP della Pesca e Nettarina	•	31
Siciliano, Sapori, Profumi e Passione Siciliana	Camera di Commercio Trapani	•	29 30 31 32 43
Centro Sicilia Sviluppo	Camera di Commercio di Caltanissetta	•	43
Produttori Olivicoli Associati-Olio Extra Vergine di Oliva di Sicilia	Consorzio Nazionale degli Olivicoltori C.N.O	•	29
Co.S.Va.P.	Consorzio Siciliano per la Valorizzazione del Pescato	•	29
Salame S.Angelo	Consorzio Tutela Salame S.Angelo	•	29
Terre di Sicilia	Consorzio Terre di Sicilia	•	29 33
Naturalmente Siciliano	Consorzio Ortofrutta Soc.Coop.ARL	•	29 31 32
Consorzio Terre di Sicania	Consorzio Terre di Sicania	•	29 30 31 32 33 43
Carni di Sicilia	Consorzio Carni di Sicilia	•	29
Dop. Val di Mazara Sicilia	Consorzio Volontario Per La Tutela e La Valorizzazione del Olio Extravergine di Oliva D.O.P. Val di Mazara Sicilia	•	29
Consorzio Sicilia Barocca Export	Consorzio Sicilia Barocca Export	•	29 30 32 33
Sa di Buono-Consolato dei Sapori di Sicilia	Consorzio Sicilia Barocca Export	•	29 30 32 33
Prodotti della Trinacria	Consorzio Agroalimentare Sicilia Nebrodi Peloritani	•	29 31
Piacentinu Ennese DOP	Consorzio di Tutela del Formaggio Piacentinu Ennese	•	29
CRISMA Grano Duro di Sicilia	Consorzio CRISMA Arl.	•	30
Naura-II Melone di Sicilia	Naura- Consorzio per la Valorizzazione e Tutela del Melone di Sicilia	•	31
Patata Tipica di Siracusa	Consorzio Patata Tipica di Siracusa	•	31
Mandarino Conca d'oro di Sicilia	Consorzio per la tutela del Mandarino Conca d'oro	•	31
BES -Bioevoluzione Sicilia	Consorzio di Ricerca Bioevoluzione Sicilia	•	31
Vino di Sicilia	Consorzio Enologico Agrigentino Kroniona	•	33
Alico-Rosato Vino da Tavola di Sicilia	Consorzio Enologico Agrigentino Kroniona	•	33
Alisco-Bianco Vino da Tavola di Sicilia	Consorzio Enologico Agrigentino Kroniona	•	33
Consorzio dei Produttori dei Vini di Sicilia	Consorzio dei Produttori dei Vini di Sicilia	•	33
Sicily-Prodotti Oleari Proserpina	Associazione Produttori Olivicoli	•	29
Latte Siciliano 100%	Associazione Regionale Allevatori Della Sicilia	•	29
Morbido di Sicilia-100% Formaggio Fresco di Pecora	Associazione Regionale Allevatori Della Sicilia	•	29
ASPROL Sicilia	Associazione Produttori Olivicoli Siciliani Società Cooperativa P.A.	•	29 31
Carezze di Sicilia	Associazione Agraria Gurgazzi	•	29 30 33
Contea di Sicilia	Associazione per la Mediazione della Cultura Eno Gastronomica	•	29 30 33

Valverd	Produttori Associati della Valle Del Verdura	•	31
Mastro Sole- Associazione Agricola San Giuseppe	Associazione Agricola San Giuseppe	•	31
Ficodindia di Roccapalumba - La Sicilia senza spine	Associazione per la Tutela del Ficodindia di Roccapalumba	•	31
Le Cinque Valli	Le Cinque Valli Società Consortile A RL	•	32
A.C.M.E-Terra e Mare di Sicilia Italia	A.C.M.E. Associazione per la Mediazione Della Cultura Eno Gastronomica	•	43
Piracmone	Istituto Professionale per L'agricoltura e Ambiente A.M.Mazzei	•	33

Fonte: Elaborazione propria su interrogazione dati Ufficio Italiano Brevetti e Marchi ed European Trade Mark and Design Network (TMview), 2014

17. Toscana

17.1. Le politiche regionali di valorizzazione, tutela e promozione

Il quadro normativo regionale inerente le politiche per la promozione e la valorizzazione dei prodotti agroalimentari è disciplinato dalle seguenti normative:

- Legge Regionale n. 28 del 14/04/1997, relativa alla “Disciplina delle attività di promozione economica delle risorse toscane e di supporto al processo di internazionalizzazione nei settori produttivi dell’agricoltura, artigianato, piccola e media impresa industriale e turismo”;
- Legge Regionale n. 6 del 28/01/2000, riguardante la “Costituzione dell’Agenzia di Promozione Economica della Toscana (APET)”;
- Legge Regionale n. 45 del 05/08/2003, relativa alla “Disciplina delle strade del vino, dell’olio extravergine di oliva e dei prodotti agricoli e agroalimentari di qualità”;
- D.P.R. n. 296 del 05/04/1950, che riconosce l’Ente Autonomo Mostra – Mercato Nazionale Vini Tipici e Pregiati in seguito designato “Ente Autonomo Mostra - Mercato Nazionale dei vini a denominazione di origine e di pregio - Enoteca Italiana”;
- Legge Regionale n. 25 del 15/04/1999, relativa alle norme per la valorizzazione dei prodotti agricoli ed alimentari ottenuti con tecniche di produzione integrata e tutela contro la pubblicità ingannevole.

La Regione Toscana, nell’ambito della promozione e valorizzazione dei prodotti agroalimentari, ha sviluppato le seguenti tipologie di iniziative:

- iniziative a regia regionale di altri Soggetti (Assessorati diversi dall’Agricoltura, Agenzie, Enti Strumentali ecc.): nell’esercizio delle funzioni in materia di promozione economica ha istituito, con Legge Regionale n. 6 del 28/01/2000, l’Agenzia di Promozione Economia della Toscana (APET), denominata Toscana Promozione. L’Agenzia, nata dall’accordo tra Regione Toscana, Istituto nazionale per il Commercio Estero (ICE), Ente Nazionale per il Turismo (ENIT) e Unioncamere Toscana, è stata istituita al fine di valorizzare e promuovere la competitività dell’economia e del territorio toscano nei diversi mercati del mondo. Le principali azioni promozionali organizzate nel settore agroalimentare sono: la partecipazione a fiere internazionali, l’organizzazione di workshop, incontri *business to business*, *incoming* di operatori;
- iniziative interassessorili (Agricoltura, Turismo, Commercio ecc.): il progetto “Vetrina Toscana”, in partnership con Unioncamere Toscana, prevede l’integrazione tra produzioni agroalimentari di filiera corta (agricoltori locali, ristorazione e rete distributiva) e valorizzazione dei flussi turistici, nonché un’interazione tra le botteghe artigiane alimentari e non alimentari. L’obiettivo di Vetrina Toscana è quello di creare valore aggiunto in termini di occupazione, benessere e qualità della vita e di innovazione;
- misure di sostegno alla promozione delle aziende: rientra in quest’ultima categoria la misura di promozione del vino sui mercati dei Paesi terzi, contenuta nel Piano Nazionale di sostegno adottato dall’Italia in attuazione della OCM - Organizzazione Comune del Mercato del settore vitivinicolo. La misura prevede un aiuto pari al 50% delle spese sostenute per iniziative promozionali realizzate da soggetti pubblici e privati in paesi extra europei. Il soggetto referente per questa misura è l’Agenzia Toscana Promozione. La misura prevede inoltre la possibilità di elevare il contributo con un 20% di fondi regionali, opportunità di cui in Toscana ci si è avvalsi nelle ultime tre annualità. Per la misura “Promozione del vino sui mercati dei Paesi Terzi” sono stati concessi contributi comunitari pari a quasi 10 milioni di Euro (a decorrere dalla campagna 2008/2009): la maggior parte di questi è stata spesa nelle ultime tre campagne.

Le iniziative promozionali sviluppate dalla Regione prevedono sistemi di monitoraggio per la valutazione delle ricadute economiche e sociali, in particolare attraverso i questionari che l’agenzia Toscana Promozione²³⁵ somministra alle aziende che partecipano alle iniziative regionali, per una valutazione delle stesse dal punto di vista economico. I risultati delle attività promozionali vengono illustrati, attraverso le analisi delle risposte delle aziende partecipanti ai questionari, in sede di

²³⁵Fondata nel 2001 con un accordo tra Regione Toscana, Istituto nazionale per il Commercio Estero (ICE), Ente Nazionale per il Turismo (ENIT) e Unioncamere Toscana (organizzazione regionale delle Camere di Commercio), Toscana Promozione è il primo soggetto pubblico regionale costituito in Italia con lo scopo di valorizzare e promuovere la competitività dell’economia e del territorio toscano sui diversi mercati del mondo.

Comitato Tecnico dell'agenzia Toscana Promozione.

I questionari riguardano nello specifico il livello di soddisfazione delle aspettative e l'efficacia dell'iniziativa. Questo sistema permette all'agenzia di effettuare un confronto dei risultati relativi ai vari anni e di ottenere valutazioni positive o negative considerando la tipologia di iniziativa e il mercato di riferimento a cui essa è destinata.

Le iniziative promozionali, come si può notare dalla Tabella 17.1, sono sostenute con risorse finanziarie di origine regionale, eccezion fatta per la misura "Promozione del vino sui mercati dei paesi terzi":

Tabella 17.1. Suddivisione risorse finanziarie

Origine	%	Osservazioni
Comunitaria	/	Contributi per OCM Vino*
Nazionale	/	-
Regionale	100	-

*Per la misura "Promozione del vino sui mercati dei Paesi Terzi" sono stati concessi contributi comunitari pari a quasi 10 milioni di Euro, a partire dalla campagna 2008/2009: la maggior parte di questi è stata spesa nelle ultime tre annualità. Inoltre sono stati utilizzati 1,4 milioni di euro di contributi regionali distribuiti sulle ultime tre annualità.

Fonte: elaborazione propria da dati ottenuti dalla Regione Toscana

Nella Tabella 17.2. è indicato l'ammontare complessivo dei finanziamenti destinati a iniziative di promozione dei prodotti agroalimentari negli ultimi tre anni.

Tabella 17.2. Finanziamenti promozione alimentare

Anno	Euro	Osservazioni
2010	3.320.000	166.000 € contributo Unioncamere
2011	2.529.000	Nessun contributo Unioncamere
2012	2.110.000	137.000 € contributo Unioncamere

Fonte: elaborazione propria da dati ottenuti dalla Regione Toscana

Le iniziative promozionali sviluppate dalla Regione Toscana prevedono la valorizzazione dei sistemi di qualità²³⁶, infatti grazie all'Agenzia Toscana Promozione sono stati attivati e realizzati specifici progetti per la valorizzazione dei prodotti DOP e IGP di più ampio rilievo per la Toscana.

Con la Legge Regionale n. 25 del 15/04/1999 la Regione Toscana ha istituito e regolamentato il marchio per tutelare le produzioni ottenute con le tecniche di produzione integrata e nel contempo ha provveduto ad attivare campagne informative e promozionali per la valorizzazione delle produzioni che hanno ottenuto il marchio "Agriqualità"²³⁷. Esso è di proprietà della Regione Toscana che identifica e promuove i prodotti agroalimentari realizzati con le tecniche di agricoltura integrata e viene concesso in uso dalla Regione Toscana a quanti ne facciano richiesta e rispettino i disciplinari in vigore per tutte le fasi del ciclo produttivo, assoggettandosi al regime di controllo previsto.

Il marchio "Agriqualità" è stato istituito nell'ambito dei prodotti agricoli, dove per prodotti agricoli si intendono "i prodotti del suolo, dell'allevamento e della pesca, come pure i prodotti di prima trasformazione che sono in diretta connessione con tali prodotti"²³⁸ e in particolare esso interessa i seguenti tipi di prodotti:

- prodotti agricoli vegetali non trasformati, gli animali e i prodotti animali non trasformati;
- prodotti agricoli vegetali ed animali trasformati destinati all'alimentazione umana composti essenzialmente di uno o più ingredienti di origine vegetale e/o animale;
- i mangimi composti per animali e materie prime per mangimi.

²³⁶Al fine di implementare i propri sistemi di qualità la Regione Toscana non si avvale della collaborazione di altri enti istituzionali del territorio.

²³⁷ Regione Toscana, Agriqualità e Agricoltura integrata, <http://agriqualita.arsia.toscana.it/>

²³⁸Definizione tratta dall'allegato I del Trattato CE che istituisce la Comunità Europea.

Attualmente sono stati approvati i disciplinari seguenti:

- produzioni animali (produzioni zootecniche e acquacoltura);
- produzioni vegetali (relative alle colture frutticole, colture orticole, piccoli frutti, castagno da frutto, olivicoltura, viticoltura, colture cerealicole, produzioni vegetali ad uso zootecnico, colture foraggere, colture industriali e oleaginose *no food*, colture officinali colture floricole e vivaistiche e altre superfici aziendali e deiezioni animali).

La richiesta di concessione d'uso del marchio può essere richiesta da imprese agricole singole o associate, associazioni di produttori agricoli e imprese di trasformazione o di trasformazione e commercializzazione singole o associate.

I soggetti sopra elencati, dovranno essere iscritti nel Registro delle Imprese delle Camera di commercio, rispettare i disciplinari di produzione "Agriqualità" e per le imprese di trasformazione o di trasformazione e commercializzazione aver sottoscritto, in relazione ai prodotti per cui il marchio è richiesto, accordi di coltivazione e/o di allevamento e vendita.

Il concessionario del marchio si assume l'impegno di costruire o una parte soltanto della filiera produttiva oppure tutta la filiera completa, comprendente tutte le fasi del ciclo produttivo fino alla commercializzazione al dettaglio, attuando un sistema di autocontrollo sul rispetto dei disciplinari in corrispondenza di ciascun anello della stessa filiera e garantendo la tracciabilità del prodotto lungo di essa.

Un Organismo di Controllo rispondente ai criteri della norma EN 45011 e autorizzato dalla Regione Toscana verifica il rispetto dei disciplinari e il mantenimento della tracciabilità presso il concessionario e lungo tutta la filiera, anche prelevando campioni di prodotto da sottoporre ad analisi. Attualmente sono nove le società autorizzate dalla Regione Toscana.

L' ARSIA attua la vigilanza sull'operato degli Organismi di Controllo, tiene l'elenco dei concessionari e, ove necessario, revoca la concessione. Il numero dei concessionari è andato diminuendo, passando dai 252 (2011) a 193 (2013), di cui vi sono 6 aziende ubicate al di fuori del territorio regionale (1 Bologna, 3 Roma, 1 Reggio Emilia e 1 Rovigo).

Con l'approvazione del Decreto Ministeriale, del giugno 2014, viene introdotto il regime di equivalenza tra il Sistema di Qualità Nazionale di Produzione Integrata ed i vigenti Sistemi di Qualità Alimentare regionali della produzione integrata, fra cui il marchio "Agriqualità", i quali dovranno essere conformi al nuovo quadro normativo, Le aziende agricole che aderiscono a tali sistemi di qualità regionali hanno la possibilità di riportare in etichetta il marchio SQNPI²³⁹ eventualmente affiancato da quello regionale.

I sistemi di qualità implementati dalla Regione Toscana sono sostenuti con risorse finanziarie di natura esclusivamente regionale, come si può evincere dalla Tabella 17.3.

Tabella 17.3. Ripartizione risorse finanziarie

Origine	%	Osservazioni
Comunitaria	/	-
Nazionale	/	-
Regionale	100	Contributi per le spese di certificazione

Fonte: elaborazione propria da dati ottenuti dalla Regione Toscana

La Tabella 17.4. mostra, invece, come l'ammontare complessivo dei finanziamenti dedicati ai sistemi di qualità concernenti i prodotti agroalimentari, sia stato dimezzato dal 2010 al 2011.

Tabella 17.4. Ammontare risorse destinate a sistemi di qualità

Anno	Euro
2010	26.000
2011	12.000

Fonte: Elaborazione dati ottenuti dalla Regione Toscana

²³⁹ Il Sistema di Qualità Nazionale di Produzione Integrata (SQNPI) è stato istituito all'articolo 2 della Legge n. 4 del 3 febbraio 2011 relativa alle "Disposizioni in materia di etichettatura e di qualità dei prodotti alimentari"

17.2 L'Economia del Gusto della Toscana

17.2.A Produzione Agroalimentare ad IG

Il primo asset dell'Economia del Gusto di qualità toscana è quello relativo alle produzioni agroalimentari, composta da 26 prodotti ad Indicazione Geografica (IG), di cui 14 DOP e 12 IGP. Il fatturato regionale in base agli ultimi dati ISMEA, ammonta a 98 milioni di euro (2011), il numero di operatori è pari a 13.369 (2013)²⁴⁰. (Tabella 17.5.)

Esaminando in dettaglio gli ultimi dati pubblicati dall'ISTAT, il numero di produttori è passato da 13.139 (2012) a 12.860 (2013), il numero di allevamenti è pari a 1.545 (2013) e la superficie ammonta a 5.852 ettari. Il numero di trasformatori è pari a 1.161, con 1.729 impianti di trasformazione.

Tabella 17.5. Le produzioni agroalimentari ad IG della Toscana

DOP	IGP
1.1 Carni fresche	
Cinta senese	Agnello del Centro Italia* Vitellone Bianco dell'Appennino Centrale*
1.2 Prodotti a base di carne	
Prosciutto Toscano Salamini Italiani alla Cacciatora*	
1.3 Formaggi	
Pecorino Romano* Pecorino Toscano*	
1.4 Altri prodotti di origine animale	
Miele della Lunigiana	Lardo di Colonnata Mortadella Bologna*
1.5 Oli e grassi	
Chianti Classico Lucca Seggiano Terre di Siena	Toscano
1.6 Ortofrutticoli e cereali	
Farina di Castagna della Lunigiana Farina di Neccio della Garfagnana Marrone di Caprese Michelangelo	Castagna del Monte Amiata Fagiolo di Sorana Farro della Garfagnana Fungo di Borgotaro* Marrone del Mugello
1.8 Altri prodotti dell'Allegato I	
Zafferano di San Gimignano	
2.4 Prodotti di panetteria, pasticceria, confetteria e biscotteria	
	Panforte di Siena Ricciarelli di Siena

* prodotto ad Indicazione Geografica con valenza multi regionale

Fonte: Elaborazione propria su interrogazione dati Commissione Europea, DOOR - Database of Origin and Registration, 2014

Il "Prosciutto Toscano DOP" è uno dei principali prodotti a base di carne e trasformati italiani. Dopo alcuni anni di crisi, i dati forniti dal Consorzio, sul mercato 2013, offrono un quadro estremamente positivo, con una produzione certificata che si è attestata intorno alle 3.000 tonnellate, con 390.000

²⁴⁰ ISTAT (2013), Rilevazione sui prodotti agroalimentari di qualità DOP, IGP e STG, http://www.istat.it/it/files/2014/09/Report_DOPIGP.pdf?title=Prodotti+di+qualit%C3%A0+Dop%2C+Igp%2C+Stg++18%2Fset%2F2014+-+Testo+integrale.pdf

cosce prodotte, un fatturato alla produzione di 24 Mio€ e al consumo di 60 Mio€. Le politiche messe in campo dal Consorzio sono rivolte ad un rafforzamento delle strategie di internazionalizzazione, soprattutto nel mercato statunitense²⁴¹.

Il “Pecorino Toscano DOP”, dopo anni di continua crescita, ha subito nel 2013, una leggera flessione (-9%) della produzione certificata che è passata da 2.928 tonnellate (2012) a 2.670 tonnellate (2013), con un fatturato alla produzione pari a circa 25 Mio€ e al consumo che supera i 44 Mio€. Il 2013 ha rappresentato l'anno di svolta, in quanto il Consorzio di tutela, a fronte di una debolezza del mercato interno, ha avviato, insieme alla Regione Toscana, una politica di internazionalizzazione con un aumento nell'ultimo anno del 42% delle esportazioni, attestando l'incidenza dell'export sul mercato complessivo ad oltre il 14%. Nel complesso, l'export vale, a prezzi alla produzione, circa 3,5 Mio€, di cui un quarto realizzato nel mercato statunitense e in quello tedesco. Il resto è suddiviso principalmente tra Regno Unito, Svizzera, Austria e Belgio e, in misura minore, verso gli altri paesi dell'Unione Europea^{242,243}.

Un altro comparto estremamente rilevante per l'economia toscana è quello oleico. Dall'analisi dei dati pubblicati nel Rapporto 2013 di Qualivita, si evince che la produzione nel triennio 2010-2012, si è ridotta di circa un quarto attestandosi a circa 3.000 tonnellate, con un fatturato alla produzione di circa 30 Mio€ (2012).

La Regione Toscana è riuscita con attente politiche di promozione, ad aumentare la notorietà nel mercato nazionale ed internazionale di alcuni prodotti agroalimentari di qualità, fra cui la “Cinta senese DOP”, lo “Zafferano di San Gimignano DOP”, il “Lardo di Colonnata IGP”, il “Panforte di Siena IGP” e i “Ricciarelli di Siena IGP”.

La Regione Toscana ha presentato al Ministero delle Politiche Agricole ed Alimentari, le domande per i seguenti prodotti: “Pecorino delle Balze Volterrane DOP”, “Pane Toscano DOP” e “Finocchiona IGP”.

17.2.B I vini ad IG

Componente molto importante nell'Economia del Gusto di qualità della Toscana è il settore vitivinicolo. Nel 2013 la produzione di vino, inclusi i mosti, è stato pari a 2,65 milioni di ettolitri (-5% rispetto al 2008)²⁴⁴. La peculiarità della viticoltura toscana è la presenza maggiore di vini DOP (circa il 70% nel 2013), con un numero di attestazioni pari 53 (in base alla vecchia classificazione dei vini 11 DOCG e 42 DOC) e 6 IGP. Analizzando la serie storica delle produzioni vitivinicole regionali, si evince che vi è stato un consolidamento delle DOP dal 56% del 2005 al 70% del 2013), una lieve contrazione delle IGP (dal 26% del 2005 al 24% del 2013) ed una forte riduzione dei vini comuni che si sono attestati al 6%.

Il primo vino DOP toscano è il “Chianti” che ha realizzato nel 2012, una produzione di 672.608 ettolitri, rappresentando il 48% della produzione complessiva toscana, in calo del 12% rispetto al 2005 (813.253 ettolitri) ed una superficie di 14.183 ettari. La seconda denominazione è il “Chianti classico” che ha ottenuto nel 2012 una produzione di 228.379 ettolitri (-20% rispetto al 2005), con un peso nel contesto produttivo regionale del 16%.

La terza DOP, che rappresenta uno dei vini più importanti nel contesto internazionale, è il “Brunello di Montalcino”. I volumi produttivi sono cresciuti, passando da 71.094 ettolitri (2005) a 76.861 ettolitri (2012), con un'incidenza nel contesto produttivo regionale del 5% ed una superficie di 1.958 ettari. Da alcuni anni, gli operatori della filiera vitivinicola di Montalcino stanno adottando una strategia di diversificazione produttiva, spostando la produzione dal Brunello verso i vini “Rosso di Montepulciano” (20.879 ettolitri, nel 2012, con un incremento del 81% rispetto al 2005, anche se la massima produzione è stata registrata nel 2011, con 25.466 ettolitri) e “Sant'Antimo” (la produzione si è più che dimezzata nel periodo 2005-2012, attestandosi nell'ultimo anno di rilevazione a 12.385 ettolitri). (Tabelle 17.6. e 17.7.)

²⁴¹ Consorzio del Prosciutto Toscano DOP, www.prosciuttotoscano.com

²⁴² MIPAAF (2014), Quattordicesima revisione dei prodotti agroalimentari tradizionali, <http://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeAttachment.php/L/IT/D/7%252Fa%252F0%252FD.f0ab2e9ee2902b95e1ec/P/BL0B%3AID%3D3276>

²⁴³ Consorzio del Pecorino Toscano DOP, www.pecorinotoscanodop.it

²⁴⁴ I numeri del vino, <http://www.inumeridelvino.it/2014/08/toscana-produzione-di-vino-e-superfici-vitate-2013-dati-istat.html>

Tabella 17.6. I vini IG della Toscana

DOP*		IGP*
DOCG**	DOC**	IGT**
1. Brunello di Montalcino	1. Ansonica Costa dell'Argentario	1. Alta Valle della Greve
2. Carmignano	2. Barco Reale di Carmignano	2. Colli della Toscana centrale
3. Chianti	3. Bianco dell'Empolese	3. Costa Toscana
4. Chianti Classico	4. Bianco di Pitigliano	4. Montecastelli
5. Elba Aleatico Passito/ Aleatico Passito dell'Elba	5. Bolgheri	5. Toscano/ Toscana
6. Montecucco Sangiovese	6. Bolgheri Sassicaia	6. Val di Magra
7. Morellino di Scansano	7. Candia dei Colli Apuani	
8. Rosso della Val di Cornia/ Val di Cornia Rosso	8. Capalbio	
9. Suvereto	9. Colli dell'Etruria Centrale	
10. Vernaccia di San Gimignano	10. Colli di Luni	
11. Vino Nobile di Montepulciano	11. Colline Lucchesi	
	12. Cortona	
	13. Elba	
	14. Grance Senesi	
	15. Maremma toscana	
	16. Montecarlo	
	17. Montecucco	
	18. Monteregio di Massa Marittima	
	19. Montescudaio	
	20. Moscadello di Montalcino	
	21. Orcia	
	22. Parrina	
	23. Pomino	
	24. Rosso di Montalcino	
	25. Rosso di Montepulciano	
	26. San Gimignano	
	27. Sant'Antimo	
	28. San Torpé	
	29. Sovana	
	30. Terratico di Bibona	
	31. Terre di Colleoni/ Colleoni	
	32. Terre di Casole	
	33. Terre di Pisa	
	34. Val d'Arbia	
	35. Val d'Arno di Sopra/ Valdarno di Sopra	
	36. Val di Cornia	
	37. Valdichiana Toscana	
	38. Valdinievole	
	39. Vin Santo del Chianti	
	40. Vin Santo del Chianti Classico	
	41. Vin Santo di Carmignano	
	42. Vin Santo di Montepulciano	

**Classificazione della qualità dei vini secondo il Regolamento (CE) n. 1493/99

* Classificazione della qualità dei vini secondo il Regolamento (CE) n. 491/09

Fonte: Elaborazione propria su interrogazione dati Commissione Europea, E-Bacchus, 2014

Nel 2013, la produzione ha registrato un leggero calo, fermandosi a 12.730.000 bottiglie: 8.100.000 di Brunello, con una riduzione rispetto al 2012 del 12%; 4.300.000 di Rosso (-4%); 290.000 di Sant'Antimo (-19%); 40.000 di Moscadello (stabile rispetto al 2012).

Il fatturato complessivo, nel 2013, si è attestato a 165 Mio€; erano 167 Mio€ nel 2012. L'export è cresciuto dal 65% del 2012 al 67% del 2013. Il mercato di riferimento è quello statunitense, la cui quota è aumentata dal 25% al 28%, seguita dai mercati asiatici (15%) e dal Centro America (Brasile, Messico, Panama, Venezuela ecc.), con circa il 10%. Il "modello Montalcino" deve essere considerato anche per il fatturato del settore enoturistico (hotel, ristoranti, enoteche ecc) consolidatosi ad oltre 30 Mio€^{245,246}.

²⁴⁵ Consorzio del Vino Brunello di Montalcino, www.consorziobrunellomontalcino.it

Tabella 17.7. Produzione dei principali vini a Denominazione d'Origine Protetta

Denominazione	% Sul totale regionale	Denunce		Resa q.li/ha	Prod. Uvs q.li	Produzione vino hl 2012
		N° denunce prod.	Ettari relativi			
Chianti Docg	47,71%	3.109	14.183	90	966.435	672.608
Chianti Classico	16,20%	783	6.518	75	337.235	228.379
Brunello di Montalcino	5,45%	289	1.958	80	92.228	76.861
Morellino di Scansano	4,95%	343	1.414	90	68.918	69.801
Maremma Toscana	4,67%	532	1.665	110	17.820	65.808
Vino Nobile di Montepulciano	3,88%	284	1.172	80	54.672	54.672
Bolgheri	3,02%	-	926	-	61.253	42.576

Fonte: elaborazione propria su dati V.Q.P.R.D. d'Italia, Federdoc (2013)

17.2.C Bevande Spiritose

In base al Regolamento (CE) n. 110/2008 (e successive modifiche) relativo alla definizione, alla designazione, alla presentazione, all'etichettatura e alla protezione delle indicazioni geografiche delle bevande spiritose, la Regione Toscana non presenta alcuna Indicazione Geografica registrata.

17.2.D Agricoltura Biologica

Dai dati pubblicati dal SINAB, il settore ha mostrato dinamismo e vitalità sia per le aziende certificate sia per le superfici coltivate. Il numero degli operatori è passato da 2.931 (2008) a 3.701 (2013) (+25%), mentre le superfici da 89.101 ettari (2008) a 102.443 (ettari) (2013) (+15%)²⁴⁷. I principali indirizzi produttivi sono: culture foraggere (27.079 ettari), prati e pascoli (19.879 ettari), cereali (13.614 ettari), olivo (12.110 ettari) e vite (8.748 ettari). Nel 2013 all'interno della zootecnia biologica, la Toscana ha registrato un numero di aziende agricole pari a 480.

17.2.E Prodotti Agroalimentari Tradizionali (PAT)

Per quanto riguarda i Prodotti Agroalimentari Tradizionali, la Toscana è la prima regione italiana per numero di prodotti censiti. Infatti nel XIV censimento sono state individuati 463 PAT. Il paniere è composto principalmente da Prodotti ortofrutticoli (190), Paste fresche e prodotti da forno (122) e Carni e trasformati (82)²⁴⁸.

²⁴⁶ Federdoc (2013), <http://www.federdoc.com/pdf/vinality2014-web.pdf>

²⁴⁷ SINAB (2014), Bio in cifre 2014, http://www.sinab.it/sites/default/files/share/bio%20in%20cifre%202014_1.pdf

²⁴⁸ MIPAAF (2014), Quattordicesima revisione dei prodotti agroalimentari tradizionali, <http://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeAttachment.php/L/IT/D/7%252Fa%252F0%252FD.f0ab2e9ee2902b95e1ec/P/BL0B%3AID%3D3276>

17.3. I marchi collettivi

Oltre alle politiche di tutela e promozione del patrimonio enogastronomico toscano, condotte dalla Regione grazie agli aiuti comunitari, altre organizzazioni produttive hanno sviluppato delle strategie comunicazionali orientate all'utilizzo di marchi collettivi. (Tabella 17.8.)

Tabella 17.8. I marchi collettivi registrati con riferimento alla "Toscana"

Denominazione	Titolare	Marchio comunitario	Marchio nazionale	Classe di Nizza
Vetrina Toscana	Regione Toscana		•	29 30 31 32 33
Toscana Promozione	Azienda di Promozione Economica di Toscana		•	29 30 31 32 33 43
Isole di Toscana	Ente Parco Nazionale Arcipelago Toscano		•	29 30 31 32 33 43
Tracciabilità dei Parchi di Toscana-Parco Nazionale Verde Parco	Ente Parco Migliarino San Rossore Massaciuccoli		•	29 30 31 33
Toscana Expo 2015	Agenzia di Promozione Economia Della Toscana		•	29 30 31 32 33 43
Tucani Taste	Agenzia di Promozione Economia Della Toscana		•	29 30 31 32 33
Farfalla(figura) che rappresenta la Regione Toscana	Agenzia di Promozione Economia Della Toscana		•	29 30 31 32 33 43
Maremma Toscana	Agenzia per il Turismo Grosseto		•	29 31
Enoteca Regionale Toscana	Ente Autonomo Mostra Vini	•	•	33 43
I Grandi Vini Della Maremma Toscana	Azienda Regionale Agricola di Alberese		•	33
Costa Toscana IGP	Comitato Promotore IGP Costa Toscana		•	33
The Essence of Tuscany	Agenzia Per il Turismo Siena		•	43
Toscana House	Collegio Regionale FIAIP Toscana		•	43
Maremma Toscana Today	Provincia di Grosseto		•	29 31 33
Prosciutto del Casentino Toscana	Provincia di Arezzo		•	29 31
Etichetta Toscana	Confartigianato Pistoia-Confartigianato Prato	•	•	30
La Toscana In Bocca	Confcommercio Imprese per L'Italia Provincia di Pistoia		•	29 30 43
Qualità Toscana	Confederazione Italiana Agricoltori Toscana		•	29 30 31 32 43
Il cuore della Toscana	Confederazione Italiana Agricoltori di Pistoia		•	29 30 31 32 33 43
Nativo di Toscana	Consorzio Italiano Sociali		•	29 30 31
Consorzio dell'Olio Toscano	Consorzio dell'Olio Toscano		•	29
Il Paniere di Toscana-Consorzio Prodotti Tipici	Consorzio Il Paniere di Toscana		•	29 31
La Toscana dei Sapori	Consorzio La Toscana dei Sapori		•	29 31
Maremma Toscana Today	Consorzio Maremma Toscana Today		•	29 31 33 43
Consorzio Ori di Toscana	Consorzio Ori di Toscana		•	29 30 31
Il Magnifico Consorzio Allevatori Bovina Romagnola Della Romagna Toscana	Il Magnifico-Consorzio Allevatori Bovina Romagnola		•	29
C.P.T. Pane Toscano a Lievitazione Naturale	Consorzio di Promozione e Tutela del Pane Toscano a Lievitazione Naturale		•	30

Marrone Romagna Toscana	Consorzio Volontario "Il Marrone Romagna Toscana	•	31
Castelli di Toscana	Consorzio Cooperative Vini Della Toscana	•	33
Mercato Del Enogastronomia	Consorzio Per La Tutela E La Promozione Del Commercio Su Aree Pubbliche Della Toscana	•	43
Toscana Latte e Carne	Associazione Toscana Produttori Latte Bovino	•	29 31
Olivicoltori Toscani Associati	Olivicoltori Toscani Associati	•	29
Palamita di Mare di Toscana	Associazione dei Produttori della Palamita di Mare di Toscana		29
La Novella Pasta Toscana della Tradizione	Associazione Cerealicoltori Toscani "Toscana Cereali"	•	30
Toscanamiele	Toscana Miele A.P.A. Associazione Produttori Apistici	•	30
Fagiolo Zolfino del Pratomagno Toscana	Associazione Fagiolo Zolfino del Pratomagno	•	31

Fonte: Elaborazione propria su interrogazione dati Ufficio Italiano Brevetti e Marchi ed European Trade Mark and Design Network (TMview), 2014

18. Trentino Alto Adige

18.1. Le politiche regionali di valorizzazione, tutela e promozione

Le azioni messe in campo per la tutela e la valorizzazione delle produzioni agroalimentari di qualità sono gestite dalla Provincia Autonoma di Trento e dalla Provincia Autonoma di Bolzano.

18.1.1 La Provincia Autonoma di Bolzano

Nell'ambito delle attività di promozione dell'Alto Adige, la Provincia di Bolzano, già nel 1976, iniziò un sentiero pionieristico in Europa, con l'istituzione del Marchio di tutela "Alto Adige". L'ente provinciale, nell'ambito delle misure per garantire la qualità nel settore dei prodotti alimentari ha emanato la Legge Provinciale n. 12 del 22/12/2005 che istituisce il marchio di qualità con indicazione di origine "Qualità Alto Adige"²⁴⁹. Le finalità sono:

- ottenere e assicurare un elevato livello qualitativo per i prodotti agricoli e alimentari;
- portare a conoscenza dei consumatori e delle consumatrici, attraverso azioni informative e pubblicitarie, l'elevato livello qualitativo le caratteristiche e i relativi criteri;
- promuovere e sostenere il marketing commerciale e la vendita di tali prodotti.

Il marchio trasmette il messaggio principale d'indicazione di qualità del prodotto e quello secondario d'indicazione d'origine del medesimo.

L'ambito di applicazione riguarda i prodotti o le categorie di prodotti previsti dal Regolamento comunitario sui regimi di qualità (DOP, IGP e STG) o, conformemente al diritto comunitario, godono di particolare tutela nell'Unione Europea e rispondono a determinati requisiti qualitativi. Rientrano fra i prodotti, come previsto dal comma 2, articolo 2 della legge provinciale:

- prodotti recanti il "marchio di qualità con indicazione di origine" adottato con la presente legge;
- prodotti contrassegnati dalla Denominazione di Origine Protetta (DOP);
- prodotti contrassegnati dalla Specialità Tradizionale Garantita (STG);
- prodotti contrassegnati dalla Indicazione Geografica Protetta (IGP);
- vini di qualità.

La titolarità del marchio è della Provincia Autonoma di Bolzano, che tutela il consumatore garantendo un livello qualitativo nettamente superiore a quello richiesto dagli standard di legge per i prodotti agricoli ed alimentari tipici dell'Alto Adige²⁵⁰.

²⁴⁹ Il marchio di qualità risponde alle prescrizioni di cui agli orientamenti comunitari per gli aiuti di Stato a favore della pubblicità 2001/C 252/03, pubblicati nella Gazzetta ufficiale delle Comunità europee C 252 del 12/09/2001, nonché alla direttiva 2000/13/CE del Parlamento europeo e del Consiglio del 20 marzo 2000. Gli elementi d'origine nel marchio di qualità vengono sostituiti a secondo della regione d'origine.

²⁵⁰ L'Alto Adige promuove la commercializzazione di prodotti tipici alimentari, inserendosi nel più ampio contesto giuridico imposto dalla disciplina comunitaria. Le basi normative sono le seguenti:

- i prodotti agroalimentari recanti l'indicazione della provenienza (es. "Alto Adige") devono soddisfare determinati requisiti qualitativi. Questo principio si applica a tutti gli alimenti che beneficiano direttamente o indirettamente del sostegno pubblico, sostegno che può esplicarsi sotto forma di azioni promozionali, ma anche mediante l'esposizione di un marchio di cui è detentore e titolare un soggetto pubblico come nel caso, appunto, del marchio di qualità "Qualità/Alto Adige" o del "marchio ombrello Alto Adige";
- in caso di prodotti "IGP" (Indicazione Geografica Protetta) o "DOP" (Denominazione di Origine Protetta) la normativa comunitaria, riconoscendo il legame esistente tra il territorio di provenienza e la qualità del prodotto, ammette che quest'ultimo possa utilizzare il riferimento alla provenienza registrata (e a nessun'altra): "Speck Alto Adige" può utilizzare ad es. la locuzione "Alto Adige";
- per alcuni prodotti non protetti da marchio "IGP" o "DOP", benché l'UE non attribuisca le loro caratteristiche qualitative all'origine geografica, è ammesso il riferimento al territorio di provenienza, purché tale riferimento risulti subordinato al messaggio pubblicitario principale volto invece a sottolineare l'aspetto qualitativo del prodotto. Per tali prodotti è stato ideato il marchio di qualità "Qualità/Alto Adige" che può essere apposto solo su prodotti che soddisfano determinati standard qualitativi;
- conformemente a quanto disposto al punto 1, gli alimenti non protetti né da un marchio di qualità né da una "IGP" o "DOP", non possono contenere alcun richiamo all'origine del prodotto;
- in tutti i prodotti recanti il marchio di qualità, l'enfasi deve sempre essere posta sul messaggio di qualità, poiché il consumatore non può venire incoraggiato ad acquistare un prodotto solo sulla base della sua provenienza. La denominazione di origine rappresenta dunque un'informazione secondaria e come tale sarà collocata in posizione defilata. Per questo l'indicazione di origine o di provenienza viene fornita esclusivamente attraverso il marchio di qualità. L'unica deroga ammessa potrebbe riguardare i casi in cui l'elemento del "controllo di qualità" venga messo in risalto da un insieme di altri fattori, nel qual caso si aprirebbero nuovi orizzonti nelle modalità di comunicazione della provenienza del prodotto. La valutazione della giusta enfasi conferita al messaggio di qualità si evince dalla lettura complessiva di elementi testuali e/o simbolici (incluse le immagini e le rappresentazioni). Ciò vale sia per gli annunci pubblicitari, gli spot televisivi e per la stampa sulle confezioni;
- non sono ammesse azioni pubblicitarie direttamente o indirettamente volte a favorire singole imprese/singoli produttori. Analogamente non possono essere menzionati, nelle azioni pubblicitarie pubbliche o sovvenzionate con contributi pubblici, prodotti o produttori specifici. Ad esempio in un annuncio pubblicitario promosso con fondi pubblici, non può essere fatto riferimento ad un

Per ciascun prodotto o ciascuna categoria di prodotti autorizzata a utilizzare il “Marchio di qualità con indicazione d’origine”, la Commissione tecnica, prevista dalla normativa provinciale, elabora uno specifico disciplinare che dovrà essere approvato dalla Giunta provinciale.

Il disciplinare comprende le seguenti disposizioni:

- criteri di qualità e origine previsti per le varie categorie di prodotti;
- disposizioni relative ai controlli;
- sanzioni;
- modalità di applicazione del marchio di qualità.

I prodotti devono rispondere a criteri o a norme nettamente più rigorosi e specifici di quelli istituiti dalla relativa legislazione comunitaria o nazionale. Il disciplinare tiene conto in modo particolare anche dei criteri di qualità che riguardano i processi di produzione, la coltivazione, l'allevamento e il trasporto degli animali adeguati alla specie.

Fino ad oggi sono stati approvati i seguenti disciplinari:

- birra;
- canederli di speck e di formaggio;
- carne bovina;
- erbe aromatiche;
- grappa;
- latte e latticini;
- miele;
- pane, strudel e zelten;
- piccoli frutti (ciliegie);
- prodotti da frutto (succo di mela, nettari di frutta, frutta secca);
- uova di gallina ovaiole con accesso all’aperto;
- verdure e patate.

La qualità dei prodotti agricoli e alimentari è garantita attraverso un programma di controllo della qualità, eseguito da un organismo di controllo indipendente e accreditato, incaricato dall’associazione, dell’organizzazione o dal consorzio dei produttori della rispettiva categoria, abilitato a eseguire i controlli secondo le vigenti norme europee. Il programma di controllo è attuato in osservanza dei disciplinari previsti per le varie categorie di prodotti.

Attualmente sono 302 le aziende licenziatricie del marchio “Qualità Alto Adige”. La categoria di prodotto con il maggior numero di produttori è il miele (150), seguita dal pane (51) e dallo strudel di mela. (Tabella 18.1.)

La Provincia di Bolzano, nell’ambito della promozione dei propri prodotti è riuscita a costruire il sito www.prodottitipicaltoadige.com che in modo efficace riesce a contemperare sia le esigenze informative sia quelle commerciali.

Tabella 18.1. Categorie di prodotto e azienda licenziatarie del marchio “Qualità Alto Adige”²⁵¹

Prodotti	Aziende licenziatarie
Miele	150
Pane	51
Strudel di mela	22
Carne bovina	16
Erbe aromatiche	10
Latte	10
Succo di mela	8
Verdura	6
Birra	5
Grappa	5
Piccoli frutti	5
Uova	5
Confetture	3
Canederli di speck e di formaggio	2
Ciliegie	2
Frutta secca	2
Totale	302

La Provincia di Bolzano, nell’ambito delle attività di valorizzazione territoriale, il 30 novembre 2004, ha avviato il progetto di marchio ombrello “Alto Adige/Südtirol”. Esso ha “come obiettivo l’unione delle forze e lo sfruttamento del potenziale sinergico, permettendo così di accrescere la forza dell’impatto sul mercato”. Con il marchio ombrello i singoli marchi, fra cui “Qualità Alto Adige” si “presentano sul mercato con un denominatore comune, senza tuttavia rinunciare alla propria identità”. La definizione sintetica del posizionamento del marchio Alto Adige è: “L’Alto Adige è una simbiosi di contrasti tra elementi alpini e mediterranei, spontaneità e affidabilità, natura e cultura”.

18.1.2 La Provincia Autonoma di Trento

Il primo marchio di qualità con l’indicazione di origine è “Qualità Trentino”. Esso è di proprietà della Provincia Autonoma di Trento e la sua gestione, con la Delibera n. 988 del 13/05/2011, è stata affidata a Trentino Sviluppo S.p.A. Il marchio è conforme alle indicazioni degli Orientamenti comunitari per gli aiuti di Stato nel settore agricolo e forestale approvati, nel 2006, dalla Commissione europea.

Le finalità del marchio sono:

- assicurare un elevato livello qualitativo per i prodotti agricoli e alimentari secondo criteri noti, oggettivi e selettivi;
- informare i consumatori circa l’elevato livello qualitativo e le caratteristiche dei prodotti contrassegnati dal marchio, specificando l’origine del medesimo;
- promuovere e sostenere il marketing commerciale e la vendita di tali prodotti.

L’utilizzo non esclusivo del marchio è consentito unicamente per i prodotti o le categorie di prodotti agroalimentari che rispettino i criteri qualitativi definiti nei relativi disciplinari, con riferimento ai metodi di produzione, alle loro caratteristiche ed alla loro origine e che siano ricompresi, quali produzioni rappresentative del Trentino, nelle “Linee di indirizzo per la promozione dei prodotti del Trentino”, redatte annualmente dalla Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura di

²⁵¹ Prodotti Tipici dell’Alto Adige, <http://www.prodottitipicialtoadige.com/>

Trento e approvate dalla Provincia.

Le categorie di prodotto che possono fregiarsi del marchio "Qualità Trentino" sono:

- prodotti agroalimentari tradizionali;
- prodotti contraddistinti dalle DOP e IGP;
- prodotti contraddistinti dalla Specialità Tradizionale Garantita
- vini di qualità DOP e IGP;
- prodotti di produzione biologica.

Il marchio di qualità non viene utilizzato per prodotti contrassegnati dalla Denominazione di Origine Protetta (DOP) o Indicazione Geografica Protetta (IGP) recante il termine "Trentino". Per contro, il marchio può essere apposto sui prodotti con attestazione comunitaria non contenenti il termine "Trentino" nella denominazione, purché rappresentativi del territorio.

La Giunta della Provincia di Trento ha approvato con la Delibera n. 986 del 13/05/2011, il Regolamento di concessione del marchio "Qualità Trentino". I soggetti che intendano utilizzare il marchio collettivo devono essere in possesso del Certificato di conformità rilasciato dall'Organismo di controllo attestante la corrispondenza alle norme contenute nel relativo Disciplinare di Produzione e devono inoltrare specifica istanza di licenza d'uso a Trentino Sviluppo S.p.A., indicando i prodotti sui quali intendano usare il marchio.

Al fine di garantire la qualità dei prodotti agricoli e alimentari è stato istituito un programma di controllo della qualità che dovrà essere eseguito da un Organismo indipendente, secondo le norme UNI EN 45001 ed accreditato dalla Provincia Autonoma di Trento, che rilascerà un Certificato di Conformità del prodotto nel caso in cui questo risponda ai parametri previsti dal relativo disciplinare. Successivamente al rilascio del Certificato di Conformità, l'Organismo di controllo procede allo svolgimento delle verifiche annuali previste nel Piano di controllo, segnalando al Soggetto Gestore le eventuali non conformità.

Per ciascun prodotto o categoria di prodotti autorizzati ad utilizzare il marchio di qualità, il Comitato Tecnico, previsto dal Regolamento d'uso del marchio, predispone il Disciplinare di Produzione recante criteri di qualità e di origine. Il Disciplinare deve almeno contenere:

- nome del prodotto agricolo o alimentare;
- descrizione del prodotto agricolo o alimentare mediante l'indicazione delle materie prime, se del caso, e delle principali caratteristiche fisiche, chimiche, microbiologiche e organolettiche;
- delimitazione della zona geografica e l'indicazione degli elementi che comprovano l'origine del prodotto dalla zona geografica come delimitata;
- descrizione del metodo di ottenimento del prodotto.

Attualmente sono stati approvati i seguenti disciplinari:

- Disciplinare di Produzione per lampone, mora, mirtillo, ribes, uva spina;
- Disciplinare di Produzione per la mela;
- Disciplinare di Produzione per fragola e fragolina;
- Disciplinare di Produzione per la ciliegia;
- Disciplinare di Produzione per la patata;
- Disciplinare di Produzione degli ortaggi e loro trasformati;
- Disciplinare di Produzione della farina di mais da polenta;
- Disciplinare di Produzione per latte vaccino o ovicaprino e prodotti lattiero caseari;
- Disciplinare di Produzione per le carni bovine e/o suine lavorate e loro trasformati;
- Disciplinare di Produzione per i prodotti dell'acquacoltura.

La Trentino Marketing S.p.A., in applicazione della normativa vigente ha istituito l'Elenco pubblico dei licenziatarie ed attualmente sono state concesse 7 licenze che sono sintetizzate nella Tabella 18.2.

Tabella 18.2. Soggetti licenziatari del Marchio

Licenza	Prodotto	Realtà produttive
1	Latte fresco intero e parzialmente scremato	Latte Trento
2	Mela	APOT per "Melinda" e "La Trentina"
3	Ciliegia	APOT per "Sant'Orsola"
4	Carne Salata	Salumificio di Casa Largher
5	Carne Salata	Macelleria Sighei
6	Crauti, carote, sedano, rapa, cavolo cappuccio	Consorzio ortofrutticolo Val di Gresta
7	Latte fresco pastorizzato di alta qualità , formaggi (cuor di fassa, vezzena di lavarone, fontal di cavalese, tosela di primiero, casolet val di sole, puzzone di moena, affogato di sabbionara)	Consorzio Trentingrana – Consorzio dei Caseifici Sociali Trentini

Nel caso di prodotti agroalimentari trentini il marchio "Qualità Trentino", sotto il profilo grafico, è stato armonizzato con il marchio territoriale, a cui si affiancherà nella prospettiva di sviluppare ulteriormente la promozione di un'immagine unitaria del Trentino sui mercati nazionali ed internazionali ma anche di promuovere e valorizzare la complementarietà e le sinergie funzionali con le altre forme di promozione dell'offerta distintiva del territorio provinciale.

Per completare il quadro delle strategie utilizzate dalla Provincia di Trento, sono stati emanati:

- Determina n. 256 del 14/03/2014, che approva il Disciplinare di Produzione integrata 2014 per la coltura del melo (conferme alle Linee guida nazionali di produzione integrata predisposte dal Comitato produzione integrata istituito ai sensi del 17/04/2008 n. 2722 e rappresenta il livello volontario della difesa fitosanitaria a basso apporto di prodotti fitosanitari del Piano d'azione nazionale per l'uso sostenibile dei prodotti fitosanitari);
- Determina del Dirigente n. 279 del 19/03/2014, che approva i Disciplinari di Produzione integrata 2014 per ciliegio, actinidia (kiwi), susino, fragola, piccoli frutti, ortaggi, patata e mais da polenta.

18.2. L'Economia del Gusto del Trentino Alto Adige

18.2.A Produzione Agroalimentare ad IG

La prima componente dell'Economia del Gusto del Trentino Alto Adige è rappresentata dai 14 prodotti agroalimentari ad Indicazione Geografica, di cui 9 DOP e 5 IGP. Secondo i dati ISMEA, il fatturato alla produzione dei prodotti è stato di 449 milioni di euro (2011), coinvolgendo 12.039 operatori (2013), di cui 7.522 ubicati nella provincia di Bolzano e 4.517 in quella di Trento²⁵².

Tabella 18.3. Le produzioni agroalimentari ad IG del Trentino Alto Adige

DOP	IGP
1.2 Prodotti a base di carne	
	Mortadella Bologna* Speck dell'Alto Adige
1.3 Formaggi	
Asiago* Grana Padano* Puzzone di Moena- Spretz Tzaori Provolone Valpadana* Spessa delle Giudicherie Stelvio o Stilfser	
1.5 Oli e grassi	
Garda*	
1.6 Ortofrutticoli e cereali	
Mela Val di Non Susina di Dro	Mela Alto Adige o Südtiroler Apfel
1.7 Pesci, molluschi, crostacei freschi e prodotti derivati	
	Salmerino del Trentino* Trote del Trentino*

* prodotto ad Indicazione Geografica con valenza multi regionale

Fonte: Elaborazione propria su interrogazione dati Commissione Europea, DOOR - Database of Origin and Registration, 2014

Oltre alle produzioni agroalimentari di qualità multi regionali, il fatturato è realizzato principalmente da tre prodotti: "Mela Val di Non DOP", "Mela Alto Adige o Südtiroler Apfel IGP" e "Speck IGP".

Tra le filiere agroalimentari, quella melicola riveste, nell'economia regionale sicuramente un ruolo primario. Prima di illustrare le politiche di qualità perseguite in questo comparto dagli *stakeholders* provinciali, è utile offrire un sintetico quadro economico. La produzione complessiva europea di mele nel 2013, è stata di 10,9 milioni di tonnellate, con una stima di crescita, nel 2014, del 9%. I principali Paesi produttori, nel 2013, sono la Polonia con 3,17 milioni di tonnellate, l'Italia con 2,12 milioni di tonnellate (2,388 milioni di tonnellate, stima 2014) e la Francia con 1,57 milioni di tonnellate.

A livello europeo, la produzione di Golden Delicious, rappresenta circa un quarto (2,5 milioni di tonnellate) della produzione complessiva, seguita dalla Gala (1,2 milioni di tonnellate), dalla Idared (1,1 milioni di tonnellate) e dalla Red Delicious (597.000 tonnellate)

In base alle statistiche di Assomela, la dinamica di mercato interno è stata relativamente stabile. Nel 2013 la metà della produzione si è concentrata nella Provincia di Bolzano, con 1,096 milioni di tonnellate. Provincia di Trento (460.000 tonnellate), Veneto (188.014 tonnellate), Piemonte (156.578 tonnellate) e Emilia-Romagna (156.391 tonnellate)²⁵³ sono le principali aree produttive.

²⁵² ISTAT (2013), Rilevazione sui prodotti agroalimentari di qualità DOP, IGP e STG, http://www.istat.it/it/files/2014/09/Report_DOPIGP.pdf?title=Prodotti+di+qualit%C3%A0+Dop%2C+Igp%2C+Stg+-+18%2Fset%2F2014+-+Testo+integrale.pdf

²⁵³ Assomela (2014), Le previsioni di produzione di mele per la stagione 2014/2015. Comunicato stampa di Assomela del 07/08/2014, <http://www.csoservizi.com>.

Sul sito della Camera di commercio di Bolzano, sono stati riportati i dati effettivi della produzione complessiva è stata pari a 1.103.962 t. Camera di commercio di Bolzano (2013), www.camcom.bz.it

Negli anni '80 e '90 le organizzazioni produttive frutticole del Trentino Alto Adige hanno implementato dei nuovi modelli organizzativi e societari della filiera melicola, volti alla concentrazione e alla differenziazione dell'offerta:

- Il principale attore dell'Alto Adige è il Consorzio delle Cooperative Ortofrutticole dell'Alto Adige (VOG). Al Consorzio, aderiscono 16 cooperative, per un totale di 5.200 soci. Il Consorzio, nell'ottobre del 1995, ha registrato il marchio "Marlene", uno dei più conosciuti a livello nazionale dai consumatori. L'Unione europea, nel 2005, ha conferito l'attestazione comunitaria IGP alla "Mela dell'Alto Adige" ed è stato costituito il Consorzio di tutela della "Mela dell'Alto Adige IGP". Attualmente fanno parte di questa organizzazione, oltre al Consorzio VOG, anche l'Associazione delle Cooperative Ortofrutticole della Val Venosta (Vi.P), al quale aderiscono circa 1.800 soci e 7 cooperative. Dai dati pubblicati da Qualivita, nel 2012, soltanto il 25% (241.593 tonnellate) della produzione delle mele dell'Alto Adige è certificato IGP, con un fatturato all'origine che è stato pari a 220 Mio€ (2011).
- In Trentino, verso la fine degli anni '80, i produttori frutticoli, a causa della presenza nel mercato italiano di una quantità di mele note come "Mele della Val di Non" in quantità tripla rispetto alla produzione della valle, decisero di fondare il Consorzio Melinda, che raggruppa ad oggi, oltre 4.000 frutticoltori della Valle di Non e di Sole. I soci produttori del Consorzio aderiscono al "Protocollo disciplinare per la produzione integrata". L'elemento portante della strategia di promozione implementata del Consorzio è stata la creazione di una "mela a marchio". Sicuramente la melicoltura locale (2005) ha ottenuto il riconoscimento della Denominazione di Origine Protetta "Mela Val di Non". Dai dati pubblicati da Qualivita, nel 2012, la produzione certificata è stata di 234.042 tonnellate, rappresentando il 50% della produzione complessiva trentina, con un fatturato alla produzione di 155 Mio€. ²⁵⁴

Un altro prodotto del patrimonio agroalimentare dell'Alto Adige è lo "Speck Alto Adige IGP", che deve il suo peculiare carattere allo stretto legame con la terra d'origine: la sua realizzazione si deve alla simbiosi di due metodi di conservazione della carne, la stagionatura, diffusa nell'area mediterranea, e l'affumicatura, tipica del Nord Europa ²⁵⁵.

La produzione totale di speck da parte dei produttori riconosciuti dal Consorzio ha raggiunto il livello record, nel 2013 di 6,4 milioni di baffe (28.850 tonnellate), di cui solo 2,4 milioni di baffe, ovvero il 37% sulla produzione totale, possono essere certificate e marchiate "Speck Alto Adige IGP". In base ai dati Qualivita, nel 2012, il fatturato alla produzione ha raggiunto gli 84,5 Mio€, quello al consumo i 129 Mio€. La produzione è commercializzata per il 62% nel mercato nazionale, soprattutto nelle regioni settentrionali e per il 38% nei mercati esteri, in nord Europa.

18.2.B I vini ad IG

La seconda componente dell'Economia del Gusto regionale è il settore vitivinicolo. Dagli ultimi dati pubblicati dall'ISTAT, la vendemmia 2013 è stata da record, con una produzione di vino inclusi i mosti pari a 1,362 milioni di ettolitri (+19% rispetto al 2008). Per quanto riguarda il patrimonio vitivinicolo di qualità regionale, attualmente sono stati registrati a livello comunitario 12 vini IG, di cui 8 DOP e 4 IGP.

²⁵⁴ Le principali regole del Disciplinare Melinda sono:

- rispetto del frutteto come parte integrante dell'eco-sistema della Valle;
- coltivazione e protezione delle piante con metodi a basso impatto;
- ambientali (Produzione Integrata);
- raccolta diversificata per caratteristiche del frutteto;
- confezionamento manuale delle mele.

Le principali regole del Disciplinare di Produzione DOP Mela Val di Non sono:

- qualità intrinseca dei frutti: valori minimi per zuccheri, acidità, durezza;
- regolazione della quantità di frutta prodotta: produzione massima per ettaro;
- numero massimo di piante per ettaro.

²⁵⁵ Consorzio Tutela Speck dell'Alto Adige, www.speck.it

Tabella 18.4. I vini IG del Trentino Alto Adige

DOP*	IGP*
DOCG**	IGT**
<ol style="list-style-type: none"> 1. Alto Adige/ dell'Alto Adige/ Südtirol/ Südtiroler 2. Casteller 3. Lago di Caldaro/ Caldaro/ Kalterersee/ Kalterer 4. Teroldego Rotaliano 5. Trentino 6. Trento 7. Valdadige/ Eschtaler 8. Valdadige Terradeiforti/ Terradeiforti 	<ol style="list-style-type: none"> 1. delle Venezie 2. Mitterberg 3. Vallagarina 4. Vigneti delle Dolomiti/ Weinberg Dolomiten

** Classificazione della qualità dei vini secondo il Regolamento (CE) n. 1493/99

* Classificazione della qualità dei vini secondo il Regolamento (CE) n. 491/2009

Fonte: Elaborazione propria su interrogazione dati Commissione Europea, E-Bacchus, 2014

La produzione vitivinicola regionale è fortemente orientata verso vini a Indicazione Geografica. Infatti, i vini DOP e IGP rappresentano il 17% della produzione totale. In base ai dati Federdoc, il "Trentino", rappresenta la DOP più importante, con una produzione di 520.300 ettolitri (2012) e "Alto Adige, con 287.178 ettolitri (2012).

Tabella 18.5. Produzione dei principali vini a Denominazione d'Origine Protetta

Denominazione	% Sul totale regionale	Denunce		Resa q.li/ha	Produz. Uvs q.li	Produzione vino hl 2012
		N° denunce prod.	Ettari relativi			
Trentino	54,34%	12.135	6.684	-	743.447	520.300
Alto Adige	29,99%	9.729	4.585	-	411.102	287.178
Trento	6,50%	1.080	972	150	88.924	62.247
Teroldego Rotaliano	4,56%	469	402	170	62.421	43.695
Caldaro o Lago di Caldaro	4,17%	793	443	140	57.017	39.909

Fonte: elaborazione propria su dati V.Q.P.R.D. d'Italia, Federdoc (2013)

18.2.C Bevande Spiritose

Il settore delle bevande spiritose costituisce, nel panorama delle produzioni del Trentino Alto Adige, un comparto di notevole rilievo, soprattutto per la qualità dei processi produttivi e dei distillati e per la rinomanza dei prodotti stessi. Infatti il Trentino Alto Adige è la regione con il più elevato numero di Indicazioni Geografiche registrate, in base al Regolamento (CE) n. 110/2008²⁵⁶.

Esse sono:

- Grappa trentina/Grappa del Trentino;
- Südtiroler Grappa/Grappa dell'Alto Adige;
- Südtiroler Enzian/Genziana dell'Alto Adige;
- Genziana trentina/Genziana del Trentino;
- Südtiroler Williams/Williams dell'Alto Adige;
- Südtiroler Aprikot/Aprikot dell'Alto Adige;
- Südtiroler Marille/Marille dell'Alto Adige;
- Südtiroler Kirsch/Kirsch dell'Alto Adige;
- Südtiroler Zwetschgeler/Zwetschgeler dell'Alto Adige;
- Südtiroler Obstler/Obstler dell'Alto Adige;
- Südtiroler Gravensteiner/Gravensteiner dell'Alto Adige;
- Südtiroler Golden Delicious/Golden Delicious dell'Alto Adige;

²⁵⁶ Le schede tecniche delle Indicazioni Geografiche "Brandy italiano" e "Grappa" prevedono che la produzione si possa svolgere su tutto il territorio nazionale.

- Sliwovitz del Trentino-Alto Adige;
- Distillato di mele trentino/Distillato di mele del Trentino;
- Williams trentino/Williams del Trentino;
- Sliwovitz trentino/Sliwovitz del Trentino;
- Aprikot trentino/Aprikot del Trentino;
- Kirsch Trentino/Kirschwasser Trentino.

18.2.D Agricoltura Biologica

Un altro asset dell'Economia del Gusto di qualità del Trentino Alto Adige è l'agricoltura biologica. In base alle statistiche del SINAB, il numero di operatori è passato da 1.492 unità (2008) a 1.644 (2013), con una superficie, nell'ultimo anno di rilevazione, di 10.965 ettari (+30% rispetto al 2008). La superficie è impiegata principalmente in prati e pascoli, e solo il 16% nella produzione di frutta. Le aziende agricole con produzione zootecnica sono 118 (2013) ed una azienda si occupa di acquacoltura²⁵⁷.

18.2.E Prodotti Agroalimentari Tradizionali (PAT)

Il patrimonio delle Produzioni Agroalimentari Tradizionali regionali è composto da 199 PAT²⁵⁸. I prodotti agroalimentari tradizionali della Provincia di Trento sono 107, principali sono: Carni (35), Paste fresche e prodotti da forno (24) e Prodotti vegetali naturali e trasformati (16).

I Prodotti Agroalimentari Tradizionali della Provincia di Bolzano sono 92, di cui Paste fresche (35), Prodotti vegetali naturali e trasformati (18), Prodotti a base di carne (16) e Formaggi (14).

18.3. I marchi collettivi

Oltre alla *policy* di tutela e di valorizzazione del patrimonio enogastronomico sviluppate dalla Regione, altre organizzazioni hanno elaborato delle strategie promozionali orientate all'utilizzo di marchi collettivi, in cui è presente un riferimento al territorio del Trentino e dell'Alto Adige. (Tabella 18.6.)

Tabella 18.6 I marchi collettivi registrati con riferimento al "Trentino Alto Adige"

Denominazione	Titolare	Marchio comunitario	Marchio nazionale	Classe di Nizza
Qualità Trentino	Provincia Autonoma di Trento	•	•	29 30 31 32 33
Jurka Che Frutta	Comune di Pergine Valsugana		•	31
Vita Nova Trentino Benessere	Azienda Per La Promozione Turistica Del Trentino		•	43
Agritur Trentino	Provincia Autonoma di Trentino		•	43
Comune di Zambana Asparago Bianco di Zambana De. Co.	Comune di Zambana	•	•	29 31
Trentino di Malga	Camera di commercio di Trento		•	29 43
Enoteca Provinciale Del Trentino	Camera di commercio di Trento		•	43
Trentino D.O.C.	Consorzio Per La Tutela Del Grano Padano		•	29

²⁵⁷ SINAB (2014), Bio in cifre 2014, http://www.sinab.it/sites/default/files/share/bio%20in%20cifre%202014_1.pdf

²⁵⁸ MIPAAF (2014), Quattordicesima revisione dei prodotti agroalimentari tradizionali, <http://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeAttachment.php/L/IT/D/7%252Fa%252F0%252FD.f0ab2e9ee2902b95e1ec/P/BLOB%3AID%3D3276>

Vanoi Cuore Verde del Trentino	Consorzio Turistico Valle Del Vanoi		•	29 30 31
Gelato Artigianale Trentino	Consorzio Gelato Artigianale Lattefresco Trentino Alto Adige SudTirolo		•	30 32 33
Consorzio di Tutela del Marzemino Trentino Gentile	Consorzio di Tutela del vino DOC "Marzemino Trentino Gentile"	•	•	33
SudTirolo Speck Alto Adige I.G.P.	Consorzio Tutela Speck Alto Adige	•	•	29
Mela Alto Adige I.G.P.	Consorzio Mela Alto Adige	•	•	
Prodotti Genuini dell' Alto Adige	Centro Latte Brunico Associazione Produttori di Brunico		•	29 31

Fonte: Elaborazione propria su interrogazione dati Ufficio Italiano Brevetti e Marchi ed European Trade Mark and Design Network (TMview), 2014

19. Umbria

19.1. Le politiche regionali di valorizzazione, tutela e promozione

La Regione Umbria, nell'ambito della promozione e valorizzazione dei prodotti agroalimentari di qualità, ha sviluppato le seguenti iniziative:

- Legge Regionale n. 39 del 30/08/1988 che prevede Spese per contributi per la partecipazione a fiere, mostre, mercati e manifestazioni similari di rilevanza regionale, interregionale e internazionale nel settore agro-alimentare, nonché per la gestione di marchi di qualità e per la partecipazione e organizzazione di convegni, conferenze, per inserzioni pubblicitarie, pubblicazioni e per materiali didattici e audiovisivi;
- Programma di Sviluppo Rurale dell'Umbria 2007/2013 misura 133 relativa al Sostegno alle Associazioni di produttori per attività di informazione e promozione riguardo ai prodotti che rientrano nei Sistemi di Qualità Alimentare;
- attività per favorire le produzioni biologiche e le altre produzioni di qualità a tutela dell'ambiente e del consumatore;
- Legge Regionale n. 38/99 "Disciplina delle Strade del vino in Umbria";
- azioni miranti a promuovere i prodotti agricoli di qualità, nei mercati extra europei al fine di farli conoscere, diffonderne il consumo, accrescerne il valore aggiunto e aumentarne gli sbocchi di mercato, tra cui rientra l'attuazione del Regolamento (CE) n.491/09 relativo all'Organizzazione Comune del Mercato vitivinicolo – Misura Promozione sui Mercati dei Paesi terzi. In tale ambito le azioni ammissibili riguardano in particolare promozione e pubblicità, campagne di informazione, partecipazione a manifestazioni, fiere ed esposizioni di importanza internazionale, degustazioni guidate ed incontri con operatori dei paesi terzi.

Le politiche per il sostegno di un'agricoltura di qualità sono attuate con risorse comunitarie, nazionali e regionali. In particolare, attraverso bandi emanati in applicazione di diverse misure del Programma di Sviluppo Rurale per l'Umbria 2007/2013, vengono erogati aiuti per partecipare a sistemi di qualità riconosciuti sia a livello comunitario sia nazionale nonché per l'introduzione o il mantenimento di metodi di produzione dell'agricoltura biologica. Inoltre la regione finanzia direttamente progetti di informazione e promozione delle produzioni biologiche e di qualità.

La Regione Umbria, in un'ottica di sviluppo sostenibile del territorio, mira ad incentivare la diffusione di un'agricoltura di qualità, con il fine di rafforzare sia la posizione degli agricoltori sui mercati, proteggendo i nomi dei prodotti tipici contro imitazioni ed abusi, sia le aspettative dei consumatori, sempre più attenti alla qualità dei prodotti e alla sicurezza alimentare.

Lo sviluppo di pratiche colturali e di tecniche di produzione rispettose dell'ambiente sono promosse anche dalle organizzazioni dei produttori che hanno come scopo principale la commercializzazione dei loro prodotti.

19.2. L'Economia del Gusto dell'Umbria

19.2.A Produzione Agroalimentare ad IG

La prima componente dell'Economia del Gusto di qualità umbra è quella relativa alle produzioni agroalimentari, composta da 8 prodotti ad Indicazione Geografica (IG) di cui 4 DOP e 4 IGP. Il fatturato alla produzione, in base agli ultimi dati ISMEA, è stato di 14 milioni di euro (2011) con un numero di operatori pari a 2.150 (2013). La Regione Umbria ha presentato al Ministero delle Politiche Agricole ed Alimentari, la domanda per la "Patata Rossa di Colfiorito IGP". (Tabella 19.1.)

Tabella 19.1. Le produzioni agroalimentari ad IG dell'Umbria

DOP	IGP
1.1 Carni fresche	
	Agnello del Centro Italia Vitellone bianco dell'Appennino Centrale
1.2 Prodotti a base di carne	
Salamini Italiani alla Cacciatora*	Prosciutto di Norcia
1.3 Formaggi	
Pecorino Toscano*	
1.5 Oli e grassi	
Umbria	
1.6 Ortofrutticoli e cereali	
Farro di Monteleone di Spoleto	Lenticchia di Castelluccio di Norcia*

* prodotto ad Indicazione Geografica con valenza multi regionale

Fonte: Elaborazione propria su interrogazione dati Commissione Europea, DOOR - Database of Origin and Registration, 2014

19.2.B I vini ad IG

La seconda componente dell'Economia del Gusto umbro è il settore vitivinicolo. La produzione vitivinicola è stata pari a 901.000 ettolitri (2013), in aumento rispetto all'ultimo triennio²⁵⁹.

Dalla lettura delle statistiche vitivinicole regionali, emerge un aspetto interessante riguardante l'orientamento delle politiche vitivinicole verso la produzione di vini di qualità. Attualmente, l'Umbria ha 21 vini a Indicazione Geografica, di cui 15 DOP (in base alla vecchia classificazione dei vini: 2 DOCG e 13 DOC). (Tabella 19.2.)

Tabella 19.2. I vini IG dell'Umbria

DOCG**	DOP*	IGP*
DOCG**	DOC**	IGT**
1. Montefalco Sagrantino	1. Amelia	1. Allerona
2. Torgiano Rosso Riserva	2. Assisi	2. Bettona
	3. Colli Altotiberini	3. Cannara
	4. Colli del Trasimeno/ Trasimeno	4. Narni
	5. Colli Martani	5. Spello
	6. Colli Perugini	6. Umbria
	7. Lago di Corbara	
	8. Montefalco	
	9. Orvieto	
	10. Rosso Orvietano/ Orvietano Rosso	
	11. Spoleto	
	12. Todi	
	13. Torgiano	

** Classificazione della qualità dei vini secondo il Regolamento (CE) n. 1493/99

* Classificazione della qualità dei vini secondo il Regolamento (CE) n. 491/09

Fonte: Elaborazione propria su interrogazione dati Commissione Europea, E-Bacchus, 2014

²⁵⁹ I numeri del vino, <http://www.inumeridelvino.it/2014/10/umbria-produzione-vino-dati-federdoc-2012-e-istat-2013.html>

Analizzando la situazione dei singoli vini, emerge un quadro statistico alquanto incompleto. Dalle informazioni desumibili dal rapporto di Federdoc, nel 2011, il vino di qualità con la produzione più elevata è l'“Orvieto DOP”, con 114.000 ettolitri, seguito dal “Rosso Orvietano DOP”, (21.000 ettolitri), dal vino “Colli del Trasimeno DOP” (14.000 ettolitri) e dal “Sagrantino” (13.000 ettolitri). (Tabella 19.3.)

Tabella 19.3. Produzione dei principali vini a Denominazione d'Origine Protetta

Denominazione	% Sul totale regionale	Denunce		Resa q.li/ha	Prodוז. Uvs q.li	Produzione vino hl 2012
		N° denunce prod.	Ettari relativi			
Orvieto	88,77%	588	1.942	110	142.690	99.878
Torgiano	6,32%	8	180	120	10.166	7.116

Fonte: elaborazione propria su dati V.Q.P.R.D. d'Italia, Federdoc (2013)

19.2.C Bevande Spiritose

In base al Regolamento (CE) N. 110/2008 (e successive modifiche) relativo alla definizione, alla designazione, alla presentazione, all'etichettatura e alla protezione delle indicazioni geografiche delle bevande spiritose, la Regione Umbria non presenta alcuna Indicazione Geografica registrata.

19.2.D Agricoltura Biologica

La politica regionale ha favorito lo sviluppo di questo regime di qualità, anche se in questi ultimi anni, vi sono trend contrastanti: è aumentato il numero di operatori passati da 1.203 (2008) a 1.379 (2013) è diminuita la superficie impiegata che è passata da 31.888 ettari (2008) a 28.513 ettari (2013). Le aziende agricole biologiche con produzione zootecnica, in base agli ultimi dati disponibili, sono 121. Le principali coltivazioni sono colture foraggere (6.288 ettari), cereali (4.547 ettari) e olivo (4.428 ettari)²⁶⁰.

19.2.E Prodotti Agroalimentari Tradizionali (PAT)

Le Prodotti Agroalimentari Tradizionali sono 70, di cui le categorie principali sono Paste fresche e prodotti da forno (31), Prodotti ortofrutticoli (13) e Carni e trasformati (13)²⁶¹.

²⁶⁰ (2014), Bio in cifre 2014, http://www.sinab.it/sites/default/files/share/bio%20in%20cifre%202014_1.pdf

²⁶¹ MIPAAF (2014), Quattordicesima revisione dei prodotti agroalimentari tradizionali, <http://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeAttachment.php/L/IT/D/7%252Fa%252FD.f0ab2e9ee2902b95e1ec/P/BLOB%3AID%3D3276>

19.3. I marchi collettivi

Per completare il quadro di analisi, è stata compiuta una ricerca sui marchi collettivi, registrati da organizzazioni pubbliche e private, che abbiano all'interno un riferimento all'Umbria. (Tabella 19.4.)

Tabella 19.4. I marchi collettivi registrati con riferimento all' "Umbria"

Denominazione	Titolare	Marchio comunitario	Marchio nazionale	Classe di Nizza
Regione Umbria Sistema Parchi	Regione Umbria	•	•	29 30 31 32 33
Le Acque dell'Umbria	Regione Umbria	•		32 43
Cipolla di Cannara	Comune di Cannara		•	29 31
Perugia 2019 Con i Luoghi di Francesco D'assisi e dell'Umbria	Comune di Perugia		•	29 30 31 32 33 43
Umbria For WineLovers I Vini Di San Valentino	Comune Di Terni		•	33
Zafferano di Cascia-Zafferano Purissimo dell'Umbria	Confagricoltura Perugia		•	29 30 32 33
Zafferano di Cascia-Zafferano Purissimo dell'Umbria	Unione Provinciale Agricoltori Perugia		•	29 30
Umbria Biologica Associazione di Produttori	Umbria Biologica		•	29 31 33
Menu a Km 0-Questo Ristorante dà la Precedenza a Prodotti di Origine Regionali	Federazione Regionale Coldiretti Umbria	•	•	29 30 31 32 33 43
Tipico Umbria	Umbria In Campagna		•	29 30 33 43
Umbria Ceri di Gubbio e Testa di Mucca	Consorzio Regionale Fra Cooperative Produttori e Trasformatori Latte	•	•	29
Agritop Umbria	Agritop Umbria-Consorzio Regionale Valorizzazione Prodotti Tipici	•	•	29 30
Pure Umbria	Consorzio Pure Umbria		•	29 33 43
Qui Umbria	Umbria Viticoltori Associati		•	29 30 31 32 33
Umbria Agriturst Qualità Tradizione Trasparenza Garanzia	Agriturst Associazione per L'agriturismo,L'ambiente e Il Territorio		•	43
Pecorino Dell'Alta Umbria	Gruppo Azione Locale Alta Umbria S.r.l.		•	29
Salsa Tartufata dell'Alta Umbria	Gruppo Azione Locale Alta Umbria S.r.l.		•	29
Crescia dell'Alta Umbria	Gruppo Azione Locale Alta Umbria S.r.l.		•	29

Fonte: Elaborazione propria su interrogazione dati Ufficio Italiano Brevetti e Marchi ed European Trade Mark and Design Network (TMview), 2014

20. Valle d'Aosta

20.1. Le politiche regionali di valorizzazione, tutela e promozione

Per quanto concerne le azioni di promozione e valorizzazione dei prodotti agroalimentari, trovano riferimento legislativo nelle seguenti leggi e normative:

- Legge Regionale n. 17 del 11/08/2004, relativa alla nuova disciplina del Centro di ricerche, studi, salvaguardia, rappresentanza e valorizzazione per la viticoltura di montagna (CERVIM). Abrogazione delle Leggi Regionali n. 46 del 24/12/1996, e n. 26 del 4/05/1998;
- Legge Regionale n. 17 del 28/04/2003, riguardante l'istituzione e la gestione del Sistema informativo agricolo regionale (SIAR) e dell'Anagrafe regionale delle aziende agricole valdostane;
- Legge Regionale n. 18 del 28/04/2003 che disciplina la *Route des vins de la Vallée d'Aoste*;
- Legge Regionale n. 36 del 16/11/1999 riguardante le disposizioni in materia di controlli e promozione per le produzioni agricole ottenute mediante metodi biologici;
- Legge Regionale n. 81 del 30/11/1993 sulla concessione di contributi per la realizzazione di iniziative promozionali di interesse agricolo.

La Regione Valle d'Aosta ha promosso le seguenti iniziative in ambito promozionale

- manifestazione "Alpages ouverts": l'iniziativa, si svolge nel periodo estivo ed ha l'obiettivo di far conoscere gli alpeggi, i prodotti che si realizzano (ad esempio la Fontina) degustarli ed eventualmente acquistarli in loco;
- fiere e manifestazioni enogastronomiche: sono molteplici le fiere e le manifestazioni che periodicamente si svolgono in questa Regione allo scopo di valorizzare i prodotti dell'agricoltura regionale. A titolo d'esempio è possibile citare la "Fiera dei vini DOC e dei prodotti tipici", "Expo Vini" che si tiene nel capoluogo regionale, "*Le Marché au Fort*" a Bard, il concorso "*Fontine d'alpage*" ecc.;
- progetto NeProValTer: il progetto, denominato "*Network of the local agricultural Production for the Valorisation and the knowledge of the Alpine area*", prevede lo svolgimento di una specifica attività di valutazione delle produzioni agricole locali come strumento mirante a valorizzare il territorio alpino. A tale scopo, il Dipartimento Agricoltura della Regione Autonoma Valle d'Aosta (RAVA) ha affidato all'Istituto Nazionale di Economia Agraria (INEA) il compito di descrivere, dal punto di vista qualitativo e quantitativo, le produzioni agroalimentari tipiche di un circoscritto ambito territoriale;
- sostegno alle iniziative di promozione dei vini sui Paesi terzi ai sensi della misura omonima dell'OCM Vino;
- creazione del percorso "Strada dei vini", che conduce tra i vigneti e le cantine ai piedi delle montagne più alte d'Europa. Ad ogni tappa vengono organizzati interessanti incontri con coloro che lavorano la terra e producono il vino a raccontare come la passione può dare frutti eccellenti anche in situazioni geografiche e climatiche talora estreme.

Oltre alle molteplici iniziative ed attività, che la Regione svolge per promuovere il proprio territorio, la Valle d'Aosta, con riferimento alla tutela e valorizzazione delle produzioni agroalimentari, ha istituito un contrassegno di qualità per il settore agroalimentare ed enogastronomico valdostano, denominato "*Saveurs du Val d'Aoste*", da assegnare a pubblici esercizi di somministrazione al pubblico di alimenti e bevande, nonché ad esercizi commerciali di vendita al dettaglio (Legge Regionale n. 15 del 10/08/2004, modificata dalla Legge regionale n. 23 del 7/10/2011).

Ai fini del rilascio del contrassegno di qualità, i titolari degli esercizi interessati sono tenuti a dimostrare il possesso di specifici requisiti, riferiti alla tipologia dei prodotti, alle caratteristiche delle strutture e alla formazione del personale, che ne attestano la particolare qualificazione nella promozione delle produzioni agroalimentari ed enogastronomiche regionali.

I soggetti interessati al rilascio del contrassegno di qualità dovranno presentare la domanda alla struttura regionale competente in materia di commercio che in caso di esito dell'istruttoria tecnica positivo, rilascerà il contrassegno.

Per quanto riguarda i controlli, la Regione, si avvarrà di un soggetto autorizzato che provvederà

all'effettuazione di idonei controlli, anche a campione, volti a verificare la permanenza dei requisiti richiesti ai fini del rilascio del contrassegno di qualità e ciò anche su segnalazione delle associazioni dei consumatori e degli utenti riconosciute dalla legge regionale.

La prima tappa di un lungo percorso per la stesura del disciplinare, è avvenuta nel 2006, in cui la Regione, con un approccio partecipato, ha coinvolto tutti gli *stakeholders* (produttori delle filiere enogastronomiche associazioni commercianti, associazione albergatori ecc) per individuare le reali esigenze, al fine di costruire uno strumento di promozione utile per il territorio²⁶².

Nel 2007 è stato istituito il Comitato di pilotaggio, organismo rappresentante le categorie economico-sociali direttamente coinvolte dall'applicazione del contrassegno (produzione agroalimentare, commercio, turismo) che, unitamente ai competenti uffici regionali, ha avviato un confronto che potesse portare alla definizione dei principi e dei criteri relativi ai requisiti professionali e formativi.

La Giunta regionale ha approvato requisiti obbligatori contenuti nel disciplinare per il rilascio del contrassegno (Delibera del 01/02/2008). Il contrassegno viene concesso in uso per un periodo di tre anni ed è rinnovabile, previa visita ispettiva che ha il compito di accertare l'esistenza e la permanenza di tutti i requisiti e le condizioni necessarie al mantenimento della concessione del contrassegno di qualità. La concessione del marchio è subordinata al raggiungimento di un punteggio minimo in ognuna delle seguenti attività: la formazione del personale, l'adeguatezza architettonica del locale agli standard tradizionali locali, l'utilizzo di prodotti del territorio e soprattutto la somministrazione di piatti della tradizione.

Ristoranti, bar, *bed&breakfast* ed altre attività commerciali, possono ottenere il contrassegno "*Saveurs du Val d'Aoste*" soltanto se presentano precisi ed indispensabili requisiti, di per sé non sufficienti a raggiungere le soglie di accesso se non opportunamente implementati con altri prodotti e/o servizi.

Nel disciplinare sono inoltre presenti le tabelle dei prodotti a Denominazione di Origine Controllata, a Denominazione di Origine Protetta, i Prodotti Agroalimentari Tradizionali nonché di una serie di prodotti locali che non sono riconducibili alle tabelle dei prodotti appena menzionati, ma hanno un comune denominatore: filiere complete che si svolgano interamente in Valle d'Aosta e filiere parziali, di cui l'origine della materia prima o la trasformazione avvengano anch'esse in Valle d'Aosta. Per quanto concerne la formazione, necessaria per ottenere la concessione del contrassegno di qualità "*Saveurs du Val d'Aoste*", il titolare dell'impresa o altro soggetto formalmente nominato deve:

- disporre dell'attestato di frequenza al corso obbligatorio di abilitazione;
- essere in possesso della certificazione attestante la competenza necessaria, richiesta per la gestione del contrassegno "*Saveurs du Val d'Aoste*";
- partecipare alle attività annuali di formazione continua definite dalla Regione Autonoma Valle d'Aosta nell'ambito dell'esercizio del contrassegno.

Dopo una fase sperimentale, ad oggi si possono fregiare del contrassegno di qualità 77 operatori, di cui 61 ristoranti, 14 negozi e 2 hotel.

²⁶² Nel gruppo di lavoro per la stesura del disciplinare ha preso parte anche il Dipartimento di Scienze Merceologiche dell'Università degli Studi di Torino

20.2. L'Economia del Gusto della Valle d'Aosta

20.2.A Produzione Agroalimentare ad IG

Il primo asset dell'Economia del Gusto di qualità valdostana è rappresentato dai 4 prodotti agroalimentari ad Indicazione Geografica con attestazione comunitaria DOP. Il fatturato alla produzione, in base agli ultimi dati ISMEA, è stato di 21 milioni di euro (2011) con un numero di operatori pari a 803 (2013). (Tabella 20.1.)

Le due produzioni che hanno una elevata notorietà nel mercato italiano ed internazionale sono la "Fontina DOP" e "Valle d'Aosta Lard d'Arnad DOP".

Tabella 20.1. Le produzioni agroalimentari ad IG della Valle d'Aosta

DOP	IGP
1.2 Prodotti a base di carne	
Valle d'Aosta Jambon de Bosses	
Valle d'Aosta Lard d'Arnad	
1.3 Formaggi	
Fontina	
Valle d'Aosta Fromadzo	

* prodotto ad indicazione geografica con valenza multi regionale

Fonte: Elaborazione propria su interrogazione dati Commissione Europea, DOOR - Database of Origin and Registration, 2014

20.2.B I vini ad IG

La produzione vitivinicola della Valle d'Aosta, dagli ultimi dati pubblicati dall'ISTAT nel 2013, è stata pari a 20.000 ettolitri²⁶³. L'unico vino di qualità è "Valle d'Aosta DOP" che nel 2012, in base ai dati Federdoc ha realizzato una produzione di 10.794 ettolitri²⁶⁴. (Tabelle 20.2. e 20.3.)

Tabella 20.2. I vini IG della Valle d'Aosta

DOP*		IGP*
DOCG**	DOC**	IGT**
1. Valle d'Aosta/ Valée d'Aoste		

** Classificazione della qualità dei vini secondo il Regolamento (CE) n. 1493/99

* Classificazione della qualità dei vini secondo il Regolamento (CE) n. 491/09

Fonte: Elaborazione propria su interrogazione dati Commissione Europea, E-Bacchus, 2014

Un elemento particolarmente interessante è la "viticoltura eroica", in quanto una buona parte delle impianti viticoli, sono caratterizzati da difficoltà strutturali quali pendenze superiori al 30% ed elevata altitudine degli impianti²⁶⁵.

Tabella 20.3. Produzione dei principali vini a Denominazione d'Origine Protetta

Denominazione	% Sul totale regionale	Denunce		Resa q.li/ha	Produz. Uvs q.li	Produzione vino hl 2012
		N° denunce prod.	Ettari relativi			
Valle d'Aosta	100	525	153	120	15.551	10.794

Fonte: elaborazione propria su dati V.Q.P.R.D. d'Italia, Federdoc (2013)

20.2.C Bevande Spiritose

Per quanto riguarda le bevande spiritose, le indicazioni geografiche registrate dalla Regione Valle d'Aosta, in base al Regolamento (CE) n. 110/2008 sono "Genepi della Valle d'Aosta" e il "Genepi des Alpes-Genepi delle Alpi"^{266,267}.

²⁶³ I numeri del vino, www.inumeridelvino.it

²⁶⁴ VQPRD: i vini italiani a denominazione di origine, Federdoc, 2013.

²⁶⁵ Centro di Ricerche, Studi e Valorizzazione per la Viticoltura Montana, www.cervim.it

²⁶⁶ La denominazione "Génépi des Alpes/ Genepi delle Alpi" è nato nell'ambito del Progetto GENEALP, Programma transfrontaliero Alcotra 2007-2014 Italia Francia. La relazione finale del progetto è consultabile al seguente indirizzo http://www.genepy.it/pdf/relazione_finale.pdf

20.2.D Agricoltura Biologica

Dal 2008 al 2013 è aumentato sia il numero di operatori, passati da 83 a 93, sia la superficie impiegata passata da 2.161 ettari (2008) a 2.417 (2013) ettari. Più della metà della superficie è dedicata ai prati e pascoli. In base agli ultimi dati disponibili, le aziende agricole biologiche con produzione zootecnica sono 52²⁶⁸.

20.2.E Prodotti Agroalimentari Tradizionali (PAT)

Le Prodotti Agroalimentari Tradizionali sono 32, di cui Formaggi (9) e Prodotti carnei e trasformati (6)²⁶⁹.

20.3. I marchi collettivi

Per completare il quadro, oltre alle iniziative intraprese dalla Valle d'Aosta, è stato compiuto un censimento presso le banche dati dei marchi e brevetti, per individuare le organizzazioni che perseguendo obiettivi di tutela e promozione delle produzioni agroalimentari di qualità e turistiche hanno registrato marchi collettivi, in cui vi sia un riferimento al territorio valdostano. (Tabella 20.4.)

Tabella 20.4. I marchi collettivi registrati con riferimento alla "Valle d'Aosta"

Denominazione	Titolare	Marchio comunitario	Marchio nazionale	Classe di Nizza
Valle d'Aosta Fromadzo	MIPAAF	•	•	29
Valle d'Aosta Jambon de Bosses	MIPAAF	•	•	29
Valle d'Aosta Lard d'Arnard	MIPAAF	•	•	29
Prodotto Valle d'Aosta-Assessorato Agricoltura	Assessorato Agricoltura, Forestazione e Risorse Naturali		•	29 30 31 32 33
Consorzio Per La Tutela Olio Extravergine Di Oliva Piemonte e Valle d'Aosta	Consorzio Per La Tutela Olio Extravergine Di Oliva Piemonte e Valle d'Aosta	•	•	29
Valle d'Aosta	Consorzio Apistico Della Valle d'Aosta	•	•	30
Fontina Dop Zona Di Produzione Regione Autonoma Valle d'Aosta	Consorzio Produttori e Tutela della D.O.P. Fontina	•		29

Fonte: Elaborazione propria su interrogazione dati Ufficio Italiano Brevetti e Marchi ed European Trade Mark and Design Network (TMview), 2014

²⁶⁷ Le schede tecniche delle indicazioni geografiche "Brandy italiano" e "Grappa" prevedono che la produzione si possa svolgere su tutto il territorio nazionale.

²⁶⁸ SINAB (2014), Bio in cifre 2014, http://www.sinab.it/sites/default/files/share/bio%20in%20cifre%202014_1.pdf

²⁶⁹ MIPAAF (2014), Quattordicesima revisione dei prodotti agroalimentari tradizionali, <http://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeAttachment.php/L/IT/D/7%252Fa%252F0%252FD.f0ab2e9ee2902b95e1ec/P/BLOB%3AID%3D3276>

21. Veneto

21.1. Le politiche regionali di valorizzazione, tutela e promozione

Le principali iniziative promosse dalla Regione Veneto, con l'intento di promuovere e valorizzare i prodotti agroalimentari del territorio hanno riguardato:

- campagna di informazione sul marchio regionale "Qualità Verificata";
- partecipazione a manifestazioni e fiere tra cui "Gusto in scena", "Salone del Gusto", "CIBUS" e "Fruit Logistica di Berlino";
- realizzazione della Guida on-line degli operatori del biologico del Veneto che contiene tutte le informazioni (dalla tipologia alla quantità media delle produzioni) delle aziende di produzione, di trasformazione e di commercializzazione operanti nel Veneto. La guida è frutto di un progetto denominato "BioVeneto", realizzato nell'ambito del "Piano regionale di intervento per il rafforzamento e lo sviluppo dell'agricoltura biologica" della Regione Veneto. Il Piano regionale, la cui realizzazione operativa è stata affidata all'Azienda Regionale Veneto Agricoltura, si è sviluppata attorno a cinque azioni particolarmente importanti: la comunicazione verso il consumatore (bio-promo), le dinamiche economiche (bio-studio), le tecniche produttive (bio-demo), le capacità professionali degli operatori (bio-farm), e la promozione dei consumi (bio-market);
- iniziative regionali di promozione, sviluppo economico e valorizzazione commerciale delle produzioni agroalimentari venete nei mercati internazionali tra cui il progetto RI.QUA. in Macedonia, Montenegro ed Albania finalizzato a promuovere le produzioni italiane nel settore ho.re.ca.;
- organizzazione di incontri telematici tra aziende venete e operatori canadesi del settore *food*;
- *incoming* nel Veneto di operatori del settore agroalimentare (importatori, distributori) provenienti da Germania, Austria e Svizzera e l'organizzazione di incontri con aziende venete e visite sul territorio;
- collaborazione con la Fondazione Italia Cina²⁷⁰ e Veneto Promozione S.c.p.A, per realizzare delle iniziative commerciali nei mercati internazionali delle produzioni agroalimentari venete, con un particolare focus nel mercato cinese.

Per la qualificazione delle produzioni agroalimentari, la Regione Veneto ha istituito, con la Legge Regionale n. 12 del 31/05/2001 relativa alla tutela e valorizzazione dei prodotti agricoli e agroalimentari di qualità, il sistema di qualità alimentare "Qualità Verificata". Tale sistema deve rispondere ai seguenti requisiti:

- specificità del prodotto finale deriva da obblighi tassativi concernenti i metodi di ottenimento che garantiscono caratteristiche specifiche, compresi i processi di produzione, oppure una qualità del prodotto finale significativamente superiore alle norme commerciali correnti in termini di sanità pubblica, salute delle piante e degli animali, benessere degli animali o tutela ambientale;
- metodo di ottenimento di ciascun prodotto è descritto in un disciplinare di produzione vincolante il cui rispetto è verificato da un organismo di controllo indipendente;
- sistema di qualità è aperto a tutti i produttori;
- sistema di qualità è trasparente e assicura una tracciabilità completa dei prodotti;
- sistema di qualità risponde agli sbocchi di mercato attuali o prevedibili;
- rispetto dell'applicazione dei principi della produzione integrata, qualora regolamentati per la particolare produzione.

²⁷⁰La Fondazione Italia Cina, costituita a Milano l'11 novembre 2003, è stata voluta e creata da Cesare Romiti per migliorare l'immagine e le modalità della presenza dell'Italia in Cina e per realizzare un diverso posizionamento strategico-commerciale.

Tabella 21.1. I disciplinari di produzione del sistema di qualità alimentare "Qualità Verificata"²⁷¹

Settore vegetale	Colture orticole (27)	aglio, asparago, bietola da costa, carota, cavoli, cetriolo, cipolla, cocomero, fagiolino, fagiolo, fragola, indivia e scarola, lattuga, melanzana, melone, patata, patata dolce, peperone, pomodoro in coltura protetta, pomodoro da industria, porro, radicchio, sedano, spinacio, zucca, zucchini, colture orticole IV gamma.
	Colture frutticole (8)	actinidia, albicocco, ciliegio, melo, noce da frutto, pero, pesco, susino
	Funghi coltivati (2)	funghi pleurotus e pioppino, funghi prataioli
	Colture floricole (3)	ornamentali arboree e arbustive, ornamentali in vaso, rose
	Colture cerealicole e industriali (4)	frumento tenero e duro, mais da granella, orzo soia
Settore zootecnico	Carni (3)	coniglio "al fieno" vitello "al latte e cereali" vitellone e scottona "ai cereali"
	Lattiero-caseari (1)	latte crudo e alimentare (vaccino)

Attualmente sono 10 le aziende che si possono fregiare del marchio, di cui 4 produttori di funghi prataioli, 3 di carne di vitello e scottona "ai cereali", 1 di patate, ciliegie, kiwi, mele e pere, e di latte crudo²⁷².

²⁷¹ Regione Veneto (2014), Disciplinari di produzione "Qualità Verificata", <http://www.regione.veneto.it/web/agricoltura-e-foreste/disciplinari-qualita-verificata>

²⁷² Regione Veneto (2014), elenco dei concessionari del marchio "Qualità Verificata" http://www.regione.veneto.it/c/document_library/get_file?uuid=7e33da3a-02a1-4075-9a64-ef142c87f2c7&groupId=10701

21.2. L'Economia del Gusto di qualità del Veneto

21.2.A Produzione Agroalimentare ad IG

La prima componente dell'Economia del Gusto di qualità veneta è quella delle produzioni agroalimentari, composta da 16 prodotti ad Indicazione Geografica (IG) di cui 19 DOP e 18 IGP. Il fatturato alla produzione, in base agli ultimi dati ISMEA, è stato di 366 milioni di euro (2011)²⁷³ con un numero di operatori pari a 4.830 (2013)(-10% rispetto al 2012)²⁷⁴.

Tabella 21.2 Le produzioni agroalimentari ad IG del Veneto

DOP	IGP
1.2 Prodotti a base di carne	
Prosciutto Veneto Berico – Euganeo	Cotechino Modena*
Salamini Italiani alla Cacciatora*	Mortadella Bologna*
Sopressa Vicentina	Salame Cremona*
	Zampone Modena*
1.3 Formaggi	
Asiago*	
Casatella Trevigiana	
Grana Padano*	
Montasio*	
Monte Veronese	
Piave	
Provolone Valpadana*	
Taleggio*	
1.4 Altri prodotti di origine animale	
Miele delle Dolomiti Bellunesi	
1.5 Oli e grassi	
Garda*	
“Veneto Valpolicella”***	
“Veneto Euganei e Berici” **	
“Veneto del Grappa” **	
1.6 Ortofrutticoli e cereali	
	Asparago Bianco di Cimadolmo
	Asparago di Badoere
	Ciliegia di Marostica
	Fagiolo di Lamon della Valleta Bellunese
	Insalata di Lusia
Aglio Bianco Polesano	Marrone di Combai
Asparago Bianco di Bassano	Marroni del Monfenera
Marrone di San Zeno	Pesca di Verona
Marroni di Monfenera	Radicchio di Chioggia
	Radicchio di Verona
	Radicchio Rosso di Treviso
	Radicchio Variegato di Castelfranco
	Riso Nano Vialone Veronese
	Riso del Delta del Po*
1.7 Pesci, molluschi, crostacei freschi e prodotti derivati	
Cozza di Scardovari	

* prodotto ad Indicazione Geografica con valenza multi regionale

**Le tre denominazioni costituiscono una unica DOP riconosciuta: “Olio Extra Vergine di Oliva Veneto DOP”

Fonte: Elaborazione propria su interrogazione dati Commissione Europea, DOOR - Database of Origin and Registration, 2014

²⁷³ L'Università di Padova, su dati provenienti dai Consorzi di Tutela, ha stimato il fatturato alla produzione di oltre 376 milioni di euro ed un fatturato al consumo di 718 milioni di euro. (DOP e IGP in numeri, Veneto primo in Italia, 3 ottobre 2014, Veneto Agricoltura)

²⁷⁴ ISTAT (2013), Rilevazione sui prodotti agroalimentari di qualità DOP, IGP e STG, http://www.istat.it/it/files/2014/09/Report_DOPIGP.pdf?title=Prodotti+di+qualit%C3%A0+Dop%2C+Igp%2C+Stg+-+18%2Fset%2F2014+-+Testo+integrale.pdf

Analizzando le singole filiere agroalimentari di qualità, quella lattiero casearia concorre per il 94% del fatturato alla produzione delle Indicazioni Geografiche della regione, grazie al “Grana Padano” e all’“Asiago”, seguiti da “Montasio”, “Monte Veronese” e “Piave”, che hanno un peso inferiore.

Per quanto riguarda la produzione di “Grana Padano”, il Veneto, in base al numero di forme (666.586) contribuisce per circa il 14,6%, con una produzione concentrata nelle province di Verona e Vicenza. Nel panorama nazionale, a livello produttivo nel 2013, oltre al Grana Padano (173.917 tonnellate), Parmigiano Reggiano (132.189 tonnellate) e la Gorgonzola (50.107 tonnellate), tra i formaggi veneti, l’“Asiago” è al quarto posto con una produzione di 22.002 tonnellate, in calo in questi ultimi anni, il “Montasio” (8.674 tonnellate), il “Piave” (2.063 tonnellate) e il “Monte Veronese” (717 tonnellate)²⁷⁵.

Nel 2012, la produzione certificata di “Asiago” è stata pari a 18.263 tonnellate, con un fatturato alla produzione di 88,2 milioni di euro ed un fatturato al consumo di 152 milioni di euro. Per quanto riguarda il “Montasio DOP”, nel 2012, la produzione certificata è stata di 6.900 tonnellate, con un fatturato alla produzione di 45,1 milioni di euro ed un fatturato al consumo 61,2 milioni di euro²⁷⁶.

La dinamica produttiva del comparto dell’olio di oliva è positiva, soprattutto con la denominazione “Garda”. Nel contesto regionale, le DOP dell’olio di oliva, rappresentano poco più del 2%, mentre nel contesto nazionale il peso è del 5,1%.

Il comparto zootecnico ha avuto delle buone dinamiche produttive, soprattutto per il “Prosciutto Veneto Berico-Euganeo” che ha visto aumentare la produzione di un terzo tra il 2006 ed il 2012, con un fatturato al consumo, nel 2012, di 18 milioni di euro.

Infine il comparto ortofrutticolo, pur avendo 24 Indicazioni Geografiche, rappresenta poco più dell’1% a livello regionale. Tra le produzioni più importanti, vi è il “Radicchio di Treviso” e il “Riso Vialone Nano Veronese”.

21.2.B I vini ad IG

Il Veneto è la prima regione italiana per la produzione vitivinicola che nel 2013, in base ai dati ISTAT, ha raggiunto il valore di 9,2 milioni di ettolitri (+29% rispetto al 2005), il valore più elevato dal 2000²⁷⁷. Per quanto riguarda il patrimonio vitivinicolo di qualità regionale, attualmente sono stati registrati a livello comunitario 40 vini a Denominazione di Origine Protetta (in base alla vecchia classificazione dei vini 13 DOCG e 27 DOC) e 6 IGP.

²⁷⁵ CLAL (2014), http://www.clal.it/index.php?section=formaggi_dop

²⁷⁶ ISMEA (2012), <http://www.ismea.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/1>

²⁷⁷ I numeri del vino (2014), <http://www.inumeridelvino.it/2014/09/veneto-produzione-di-vino-e-superfici-vitate-2013-dati-istat.html>

Tabella 21.3. I vini IG del Veneto

DOP*		IGP*
DOCG**	DOC**	IGT**
1. Bagnoli Friularo/ Friularo di Bagnoli	1. Bagnoli di Sopra/ Bagnoli	1. Alto Livenza
2. Bardolino Superiore	2. Bardolino	2. Colli Trevigiani
3. Colli Asolani- Prosecco/ Asolo-Prosecco	3. Bianco di Custoza/ Custoza	3. Conselvano
4. Colli di Conegliano	4. Breganze	4. Delle Venezie
5. Colli Euganei Fior d'Arancio/ Fior d'Arancio Colli Euganei	5. Colli Berici	5. Marca Trevigiana
6. Conegliano Valdobbiadene-Prosecco/ Conegliano-Prosecco	6. Colli Euganei	6. Valla Garina
7. Lison	7. Corti Benedettine del Padovano	
8. Montello Rosso/ Montello	8. Gambellara	
9. Piave Malanotte/ Malanotte del Piave	9. Garda	
10. Recioto della Valpolicella	10. Lessini Durello/ Durello Lessini	
11. Recioto di Gambarella	11. Lison- Pramaggiore	
12. Recioto di Soave	12. Lugana	
13. Soave Superiore	13. Merlara	
	14. Montello- Colli Asolani	
	15. Monti Lessini	
	16. Piave	
	17. Prosecco	
	18. Riviera del Brenta	
	19. San Martino della Battaglia	
	20. Soave	
	21. Valdadige/ Eschtaler	
	22. Valdadige Terradeiforti/ Terradeiforti	
	23. Valpolicella	
	24. Valpolicella Ripasso	
	25. Venezia	
	26. Vicenza	
	27. Vigneti della Serenissima/ Serenissima	

** Classificazione della qualità dei vini secondo il Regolamento (CE) n. 1493/99

* Classificazione della qualità dei vini secondo il Regolamento (CE) n. 491/09

Fonte: Elaborazione propria su interrogazione dati Commissione Europea, E-Bacchus, 2014

La produzione vitivinicola regionale è fortemente orientata verso vini a Indicazione Geografica. Infatti, i vini DOP, sono passati dal 30,7% (2005) al 46,1% (2013) della produzione regionale, mentre i vini IGP, dal 59,3% (2005) al 42,3% (2013). In base ai dati Federdoc 2012, la principale DOP è il "Prosecco", con una produzione di 1,8 milioni di ettolitri (il dato produttivo è aggregato con il Friuli Venezia Giulia), seguita dal "Conegliano Valdobbiadene Prosecco" (570.701 ettolitri), "Soave, Soave Superiore e Ricciotto di Soave" (530.042 ettolitri, dato aggregato dall'Ente di Controllo), "Valpolicella" (353.615 ettolitri) e "Bardolino e Bardolino Superiore" (254.640 ettolitri dato aggregato dall'Ente di Controllo).

Tabella 21.4. Produzione dei principali vini a Denominazione d'Origine Protetta

Denominazione	% Sul totale regionale	Denunce		Resa q.li/ha	Produz. Uvs q.li	Produzione vino hl 2012
		N° denunc e prod.	Ettari relativi			
Prosecco**	40,92%	10.744	14.285	180	2.571.045	1.798.032
Conegliano Valdobbiadene Prosecco	12,99%	3.231	6.259	135	815.369	570.701
Soave, Soave Superiore e Recioto di Soave	12,06%	-	5.645	-	757.203	530.042
Valpolicella	8,05%	-	7.061	120	505.165	3535.615
Bardolino e Bardolino Superiore	5,80%	-	2.932	-	363.771	254.640
Bianco di Custoza	2,62%	-	1.242	150	164.329	115.030

Fonte: elaborazione propria su dati V.Q.P.R.D. d'Italia, Federdoc (2013) ** Dato produttivo aggregato Regioni Friuli V. G. e Veneto

21.2.C Bevande Spiritose

Per quanto riguarda le bevande spiritose, le indicazioni geografiche registrate dalla Regione Piemonte, in base al Regolamento (CE) n. 110/2008 sono la "Grappa veneta/Grappa del Veneto", lo "Sliwovitz del Veneto" e il "Kirsch Veneto/Kirschwasser Veneto"²⁷⁸.

21.2.D Agricoltura Biologica

Un altro asset dell'Economia del Gusto di qualità del Veneto è l'agricoltura biologica. Analizzando le statistiche del SINAB²⁷⁹, si evince che le aziende agricole hanno manifestato una certa difficoltà nell'implementare il sistema di qualità alimentare comunitario dell'agricoltura biologica. Dagli ultimi dati disponibili, vi è stato, da un lato, un aumento del numero di aziende, passato da 1.558 (2008) a 1.804 (2013), dall'altro una leggera flessione della superficie, attestatasi, nel 2013, a 15.205 ettari. La superficie è impiegata principalmente in prati e pascoli (2.992 ettari), cereali (2.863 ettari), vite (2.405 ettari) e frutta (1.953 ettari). Il numero delle aziende agricole biologiche con produzione zootecnica è pari a 153 e fondate sull'acquacoltura pari a 6 aziende.

21.2.E Prodotti Agroalimentari Tradizionali (PAT)

Il Veneto è la quarta regione in Italia per numero di Prodotti Agroalimentari Tradizionali. Dall'ultimo censimento sono 371 le produzioni iscritte nell'elenco nazionale dei PAT, di cui Prodotti vegetali (113), Carne e prodotti trasformati (104) e Paste fresche e prodotti da forno (74)²⁸⁰.

²⁷⁸ Le schede tecniche delle Indicazioni Geografiche "Brandy italiano" e "Grappa" prevedono che la produzione si possa svolgere su tutto il territorio nazionale.

²⁷⁹ SINAB (2014), Bio in cifre 2014, http://www.sinab.it/sites/default/files/share/bio%20in%20cifre%202014_1.pdf

²⁸⁰ MIPAAF (2014), Quattordicesima revisione dei prodotti agroalimentari tradizionali, <http://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeAttachment.php/L/IT/D/7%252Fa%252F0%252FD.f0ab2e9ee2902b95e1ec/P/BLOB%3AID%3D3276>

21.3 I marchi collettivi

Per completare il quadro, oltre alle iniziative intraprese dalla Regione Veneto, è stato compiuto un censimento presso le banche dati dei marchi e brevetti, per individuare le organizzazioni che perseguendo obiettivi di tutela e promozione delle produzioni agroalimentari di qualità e turistiche hanno registrato marchi collettivi, in cui vi sia un riferimento al territorio veneto.

Tabella 21.5. I marchi collettivi registrati con riferimento al "Veneto"

Denominazione	Titolare	Marchio comunitario	Marchio nazionale	Classe di Nizza
Veneto Valpolicella	MIPAAF		•	29
Veneto Euganei e Berici	MIPAAF		•	29
Veneto Del Grappa	MIPAAF		•	29
Parco Regionale Veneto Del Delta Del Po	Ente Parco Regionale Veneto Del Delta Del Po	•	•	29 30 31 32 33
Veneto	E.S.A.V		•	33
Paniere Veneto	E.S.A.V		•	33
Radicchio di Asigliano Veneto	Comune Di Asigliano Veneto	•	•	31
Il Veneto	Consorzio Veneto Latte S.COOP.AR.L		•	29
Grana Padano Veneto	Consorzio Per La Tutela Del Formaggio Grana Padano	•	•	29
Grana Veneto	Consorzio Per La Tutela Del Formaggio Grana Padano		•	29
Veneto	Consorzio Del Prosciutto Veneto Berico-Euganeo		•	29
Consorzio Di Tutela dell'Olio Extravergine di Oliva Del Veneto	Consorzio Di Tutela dell'Olio Extravergine di Oliva Del Veneto	•	•	29
Bio	Consorzio Gruppo Produttori Lombardia Veneto Bio Love		•	29 30 31 32 33
COVES	Consorzio Ortofrutta Veneto Servizi	•	•	31
Produttori Ittici Del Veneto	Associazione Tra Produttori Ittici Del Veneto	•	•	29
Le Mele Del Doge	Associazione Produttori Ortofrutticoli Del Medio Adige		•	29 31
ASVEN	Associazione Suinicoltori Del Veneto	•	•	29 31
Terra da Formaggi	Associazione Regionale Produttori Latte del Veneto	•	•	29

Fonte: Elaborazione propria su interrogazione dati Ufficio Italiano Brevetti e Marchi ed European Trade Mark and Design Network (TMview), 2014

CONCLUSIONI

Il presente progetto di ricerca è nato con lo scopo di analizzare quali siano gli strumenti di promozione adottati dalle Regioni Italiane per valorizzare l'Economia del Gusto. Quella del gusto è un'economia che ha riscoperto le tipicità del territorio, evidenziandone il radicamento nel tessuto identitario locale, che unisce un peso economico rilevante a caratteristiche astratte proprie del patrimonio culturale.

Comunemente i prodotti agroalimentari sono stati sempre considerati come *commodities*. Il Dizionario Treccani definisce una *commodity* come una "locuzione anglosassone che descrive ogni tipo di merce o materia prima tangibile e fruibile sul mercato, facilmente immagazzinabile e conservabile nel tempo. Deriva dal francese *commodité*, con il significato di ottenibile comodamente"²⁸¹. Dal "viaggio" compiuto nella penisola italiana è emerso un profondo radicamento, una diversificazione, una varietà e un'identità dei prodotti agroalimentari presenti in tutto il territorio. Non solo quindi prodotti "comodamente ottenibili" ma anche distinti da specificità, intesa come "l'elemento o l'insieme di elementi che distinguono nettamente un prodotto agricolo o alimentare da altri prodotti o alimenti analoghi appartenenti alla stessa categoria"²⁸². In questo senso il prodotto agroalimentare tipico sta assumendo una connotazione propria che devia dalla definizione classica di bene *specialty*, diminuendo il valore che si attribuisce alla marca e al *brand*, per accentuare il valore intrinseco del prodotto. Esso possiede caratteristiche uniche per qualità e contenuto di immagine per i quali il consumatore è disposto a spendere più di quanto gli costerebbero altri prodotti analoghi o simili. Egli cerca intenzionalmente all'interno del mercato senza accettare la sostituzione con altri.

Il termine cultura deriva dal latino *colere*, coltivare la terra, trasformare la natura. Secondo l'antropologo *Taylor* "la Cultura, o civiltà, intesa nel suo ampio senso etnografico, è quell'insieme complesso che include la conoscenza, le credenze, l'arte, la morale, il diritto, il costume, e qualsiasi altra capacità e abitudine acquisita dall'uomo come membro di una società"²⁸³. "È una visione della cultura che ingloba tutte le attività umane e non solo quelle di carattere ideazionale"²⁸⁴. Il radicamento con il territorio va a fondersi nelle tradizioni e nella cultura, nella storia e nella geografia dell'Italia. L'incrociarsi di relazioni sociali ed economiche determinano e definiscono il prodotto agroalimentare italiano come bene culturale, costituendo una testimonianza del valore storico del patrimonio nazionale²⁸⁵. I beni si esprimono, riprendendo la definizione, all'interno dei distretti del gusto, "sistema di relazioni socio-economiche, temporaneamente stabili che scaturiscono dall'interazione tra i diversi attori-produttori di senso territoriale attraverso un meccanismo generalmente rifacentesi (...) all'intero territorio come elemento qualificativo di una determinata realtà sociale".

I beni enogastronomici non presentano in media un evidente scarto fra prezzi di fascia più alta e prezzi di fascia più bassa ma si differenziano fortemente tra beni di qualità e beni di non qualità²⁸⁶. Ciò rende molto importante tutelare e valorizzare la sub-cultura territoriale dei prodotti agroalimentari. In quest'ottica, l'Unione Europea ha previsto tre linee di intervento che vanno a tutelare l'intero comparto:

1. Regolamento (CE) n. 3/2008 sull'informazione e promozione dei prodotti agricoli;
2. Politica Agricola Comune che sostiene i Sistemi di Qualità Alimentare;
3. OCM vitivinicolo e OCM ortofrutticola.

²⁸¹ Treccani (2012), Treccani (2012), Dizionario di Economia e Finanza, http://www.treccani.it/enciclopedia/commodity_%28Dizionario-di-Economia-e-Finanza%29/

²⁸² Consiglio delle Comunità Europee (1992), Regolamento (CEE) n. 2082/92, Art. 2

²⁸³ Cerqueti M. (2010), Dall'economia della cultura al management per il patrimonio culturale: presupposti di lavoro e ricerca, Il Capitale Culturale, Studies on the Value of Cultural Heritage, Vol. I, 2010, EUM Edizioni, Università di Macerata

²⁸⁴ Fabietti U. e Remotti F. (1997), Dizionario di antropologia, p. 216, Bologna, Zanichelli

²⁸⁵ Bortoletto N. e Minardi E. (2007), I distretti del gusto: nuovi sistemi produttivi di loisir, tra deficit di politiche e i nuovi processi di sviluppo locale, Department of Communication, Università di Teramo

²⁸⁶ Ministero per i Beni e la Attività Culturali, Commissione sulla Creatività e Produzione di Cultura in Italia (2007), Libro Bianco sulla Creatività, http://www.beniculturali.it/mibac/export/UfficioStudi/sito-UfficioStudi/Contenuti/Pubblicazioni/Volumi/Volumi-pubblicati/visualizza_asset.html_1410871104.html

Dallo studio svolto dalla AND International, finanziato dalla Commissione Europea²⁸⁷, si evince che nel 2010 il valore delle vendite mondiali dei prodotti ad Indicazione Geografica (IG), prodotti all'interno dell'Unione Europea dei 27 Paesi membri, sia stato di circa 54,3 miliardi di Euro nello stadio di vendita all'ingrosso nella zona di produzione. Le IG rappresentano il 5,7% dell'intero settore agro-industriale con quasi 956 miliardi di Euro. L'area domestica rappresenta il maggior mercato per i prodotti IG (60%) mentre il mercato Intra-EU rappresenta il 20% come quello Extra-EU con il 20%. Da sottolineare la crescita del settore Extra-EU che nel periodo 2005-2010 è cresciuto del 29%. A livello europeo, il settore vitivinicolo conta il 56% del mercato IG (30,4 miliardi di Euro), seguito poi dai prodotti alimentari 29% (15,8 miliardi di Euro) e dalle bevande alcoliche 15% (8,1 miliardi di Euro).

All'interno del panorama agroalimentare è possibile notare come i prodotti di qualità, che fino a qualche anno fa sembravano ostacoli per lo sviluppo dei mercati, siano un volano in grado di favorire la crescita e lo sviluppo del comparto agroalimentare italiano.

Il cambio culturale, etico-sociale ed economico che ha coinvolto il consumatore, sempre più attento al benessere proprio e dall'ambiente che lo circonda, ha contribuito a riscoprire quei beni portatori di storia, di cultura e di valori cui l'Italia è *leader* a livello europeo. Con 269 prodotti agroalimentari DOP/IGP, 523 vini DOCG/DOC/IGT e oltre 4.800 Prodotti Agroalimentari Tradizionali, secondo i dati emersi dal 12° rapporto Ismea-Qualivita sui prodotti a Denominazione di Origine e a Indicazione Geografica, l'Italia ha raggiunto nel 2012 un valore alla produzione pari a 7 miliardi di Euro con un valore al consumo attestatosi intorno ai 12,6 miliardi di Euro, di cui circa 9 realizzati sul mercato nazionale. Cifre importanti che dimostrano come un settore possa trasformarsi in vantaggio competitivo sia per l'agroalimentare sia per il turismo. Dall'indagine *Customer care turisti* curato dall'Istituto Nazionale Ricerche Turistiche per Unioncamere in collaborazione con dell'Osservatorio Nazionale del Turismo²⁸⁸, emerge che la motivazione enogastronomica, al secondo posto dopo quella del patrimonio artistico monumentale, è la ragione di viaggio per il 24,7% degli italiani e per il 25,1% degli stranieri, con un'incidenza maggiore per gli europei (25,6%) rispetto agli extra europei (20,8%). L'impatto economico del turismo è stimato per il 2013 pari a 11 miliardi, ovvero il 16% dei 73 miliardi di euro complessivamente spesi dai turisti durante i loro soggiorni, in crescita rispetto al 2012 (+14%).

Come indicato nella Tabella C.1., le Regioni italiane che hanno registrato più prodotti agroalimentari IG sono l'Emilia-Romagna (39 prodotti IG, di cui 19 DOP e 20 IGP), il Veneto (37 prodotti IG, di cui 19 DOP e 18 IGP) e la Lombardia (31 prodotti IG, di cui 19 DOP e 12 IGP). Le Regioni con il maggior numero di vini ad IG sono la Toscana (59 vini IG, di cui 53 DOP e 6 IGP), il Piemonte (58 vini IG che globalmente hanno il marchio DOP), il Veneto (46 vini IG, di cui 40 DOP e 6 IGP) e la Lombardia (42 vini IG, di cui 27 DOP e 15 IGP). Per quanto riguarda i Prodotti Agroalimentari Tradizionali la Toscana ha censito 463 PAT, seguita dalla Campania con 429 PAT e il Lazio con 386 PAT.

Oltre alle due Indicazioni Geografiche nazionali (Grappa e Brandy Italiano), le Regioni italiane hanno registrato 37 Bevande spiritose ad IG. Il Trentino Alto Adige rappresenta il 49% delle indicazioni, con 18 registrazioni, suddivise tra la Provincia Autonoma di Bolzano (10), la Provincia Autonoma di Trento (7) e lo "Sliwovitz del Trentino-Alto Adige" per entrambe le Province.

²⁸⁷ AND International (2012), Value of production of agricultural products and foodstuffs, wines, aromatised wines and spirits protected by a geographical indication (GI)

²⁸⁸ INEA (2014), L'agricoltura italiana conta 2014, Roma http://dspace.inea.it/bitstream/inea/1008/4/Agricoltura_it_conta_2014.pdf

Tabella C.1. Il patrimonio enogastronomico di qualità delle Regioni italiane

Regioni	Prodotti agroalimentari ad IG			Vini IG			Bevande spiritose IG	PAT
	DOP	IGP	Totale	DOP	IGP	Totale		
Abruzzo	6	3	9	9	8	17	0	147
Basilicata	6	4	10	5	1	6	0	90
Calabria	10	4	14	9	10	19	0	269
Campania	13	9	22	19	10	29	2	429
Emilia-Romagna	19	20	39	20	9	29	1	356
Friuli Venezia Giulia	5	1	6	14	3	17	4	156
Lazio	15	12	27	30	6	36	0	386
Liguria	2	1	3	8	4	12	0	295
Lombardia	19	12	31	27	15	42	1	246
Marche	5	7	10	20	1	21	0	152
Molise	5	1	6	4	2	6	0	159
Piemonte	13	7	20	58	0	58	3	341
Puglia	11	5	16	32	6	38	0	233
Sardegna	6	1	7	18	15	33	1	184
Sicilia	17	11	28	24	7	31	2	235
Toscana	14	12	26	53	6	59	0	463
Trentino Alto Adige	9	5	14	8	4	12	18	199
Umbria	4	4	8	15	6	21	0	70
Valle d'Aosta	4	0	4	1	0	1	2	32
Veneto	19	18	37	40	6	46	3	371

Fonte: elaborazione propria

Dall'analisi complessiva, come illustrato nella Tabella C.2., possiamo *clusterizzare* gli strumenti di valorizzazione enogastronomica in due *asset*:

- “Sistemi di Qualità Alimentare”
- “Altri strumenti di promozione”.

I Sistemi di Qualità Alimentare sono un importante strumento di comunicazione e di promozione dei prodotti, garantiscono elevati standard qualitativi e assicurano visibilità nei confronti dei consumatori e prevedono l'intervento da parte di un ente terzo.

Gli “Altri strumenti di promozione” sono sistemi di qualità che devono essere ancora implementati, o già implementati senza l'intervento da parte di un ente terzo, che in futuro potrebbero essere trasformati in SQA.

Tabella C.2. Strumenti pubblici di informazione e promozione delle Regioni italiane

Regione	Sistemi di Qualità Alimentare	Altri strumenti di promozione
Abruzzo	1	1
Basilicata	-	-
Calabria	-	1
Campania	1	4
Emilia-Romagna	1	-
Friuli-Venezia Giulia	1	3
Lazio	-	1
Liguria	-	2
Lombardia	-	-
Marche	1	2
Molise	-	1
Piemonte	-	3
Puglia	1	-
Sardegna	1	6
Sicilia	1	7
Toscana	1	2
Trentino-Alto Adige	2	1
Umbria	-	3
Valle d'Aosta	1	-
Veneto	1	-

Fonte: elaborazione propria

Ai sensi dell'articolo 2 della Legge n. 4 del 03/02/2011 relativa alle "Disposizioni in materia di etichettatura e di qualità dei prodotti alimentari" e dell'articolo 16 del Regolamento (UE) n. 1305/2013, le Regioni italiane che hanno implementato un Sistema di Qualità Alimentare (SQA) sono 11.

I SQA possono essere anche accordati a servizi correlati ai prodotti a marchio sulla base di appositi disciplinari, per garantire al consumatore la massima informazione, fondamenta e base del rapporto di fiducia che si instaura con il produttore.

I Sistemi di Qualità Alimentare implementati dalle Regioni italiane prevedono tutti l'attuazione di disciplinari di produzione. In particolare la Regione Friuli Venezia Giulia, per il SQA A.Qu.a – Ambiente Agricoltura e Qualità – ha approvato con delibere regionali sei disciplinari tecnici di produzione specifici per 6 prodotti. I SQA "QC – Qualità Controllata", "QM – Qualità Marche", "Qualità Trentino", "Agriqualità" e "QV – Qualità Verificata" prevedono dei disciplinari di produzione integrata, regolamentati da Leggi Regionali. "Prodotti di Qualità Puglia" prevede l'applicazione del marchio ai prodotti agricoli e agli alimentari regolati da sistemi di qualità riconosciuti dall'Unione Europea (DOP e IGP). (Tabella C.3.)

Come osservabile nella Tabella C.4. gli ambiti di applicazione dei Sistemi di Qualità Alimentare sono molteplici (nell'Allegato II sono elencati i disciplinari di produzione dei vari SQA).

Tabella C.3. Elenco degli strumenti pubblici di informazione e promozione delle Regioni italiane

Regioni	Sistemi di Qualità Alimentare	Altri strumenti di promozione
Abruzzo	Qualità Controllata dalla Regione Abruzzo	Buongusto l'arrosticino d'Abruzzo
Basilicata		Filiera del pecorino di Filiano DOP
Calabria		Clè clementine di Calabria
Campania	Sapori di Campania	MQS - Marchio di Qualità Sanitaria Ambientale, Regione Campania fattorie didattiche Strade del vino della Campania Patata felix Sapore di Campania
Emilia-Romagna	QC - Qualità Controllata	
Friuli-Venezia Giulia	A.Qu.A. - Agricoltura Ambiente Qualità	Friuli Venezia Giulia Prodotto nella Regione Friuli Venezia Giulia Friuli Venezia Giulia - Strada dei sapori
Lazio		Natura in campo - I prodotti dei parchi
Liguria		Qualità Liguria Itinerari di Liguria
Lombardia		
Marche	QM - Qualità Marche	Luxury Marche - The best of made in Italy Marche di Charme
Molise		Piacere Molise
Piemonte		Agri Qualità Eccellenza Artigiana, Sommi
Puglia	Prodotti di Qualità Puglia	
Sardegna	Qualità Garantita della Regione Sardegna	Zafferano di Sardegna Formaggi Sardi Regione Sardegna Prodotti biologici Fattoria didattica Sardegna Marcetto di Sardegna Porchetto sardo
Sicilia	Qualità Sicura Sicilia	Sicilia - produzioni di qualità Fragolina Ribera di Sicilia Vini di Sicilia Latte siciliano 100% Morbido di Sicilia – 100% formaggio fresco di pecora CestoBarocco:Cultura&Salute Sicilia Agricoltura
Toscana	Agriqualità	Vetrina Toscana I grandi vini della Maremma toscana
Trentino-Alto Adige	Qualità Alto Adige Qualità Trentino	Agritur Trentino
Umbria		Green Heart Quality Regione Umbria Sistema Parchi Le acque dell'Umbria

Valle d'Aosta	Saveurs du Val d'Aoste
Veneto	QV - Qualità Verificata

Fonte: elaborazione propria

Tabella C.4. Ambiti dei Sistemi di Qualità Alimentare

Sistema di Qualità Alimentare	Birra	Bevande Liquorose	Viticolo	Ortolo	Frutticolo	Cerealicolo	Floricolo	Oleicolo	Prodotti da frutto	Lattiero-Caseario	Zootecnico	Ittico	Prodotti da acquacoltura	Prodotti trasformati	Miele	Somministrazione alimenti e bevande
Sapori di Campania	●							●		●	●	●		●	●	
QC – Qualità Controllata (Emilia Romagna)			●	●	●	●		●		●	●	●	●	●	●	
A.Qu.A. - Agricoltura Ambiente Qualità (Friuli Venezia Giulia)				●	●					●	●	●				
QM – Qualità Marche	●			●	●	●		●		●	●	●		●		●
Qualità Alto Adige	●	●	●	●	●				●	●	●			●	●	
Qualità Trentino				●	●	●				●	●		●			
Qualità Sicura Sicilia			●	●	●	●		●		●						
Agriqualità (Toscana)			●	●	●	●	●	●		●	●		●	●		
Saveurs du Val d'Aoste																●
QV - Qualità Verificata (Regione Veneto)				●	●	●	●			●	●					

Fonte: Elaborazione propria

I SQA QC (Abruzzo e Qualità Garantita Sardegna) non risultano ancora attivi.

Come si evince dalla Tabella C.5., “Sapori di Campania”, “Agriqualità” e “QC – Qualità Certificata” hanno rispettivamente registrato 282 imprese campane, 204 imprese (di cui 7 extraregionali) e 140 imprese (di cui 4 extraregionali).

“Qualità Controllata” della Regione Abruzzo e “Qualità Garantita” della Regione Sardegna sono i marchi che non risultano essere attivati.

Tabella C.5. Grado diffusione Sistema di Qualità Alimentare

Regione	Sistema di Qualità Alimentare	Imprese registrate
Abruzzo	Qualità controllata della Regione Abruzzo	Non attivo
Campania	Sapori di Campania	282 Imprese ²⁸⁹ al 30/11/2014
Emilia-Romagna	QC – Qualità Certificata	140 imprese ²⁹⁰ al 31/12/2013
Friuli Venezia Giulia	A.Qu.A. - Agricoltura Ambiente Qualità	7 imprese ²⁹¹ al 30/11/2014
Marche	QM – Qualità Marche	34 licenziatari ²⁹² e 17 convenzionati in attesa al 30/11/2014
Provincia Autonoma di Bolzano	Qualità Alto Adige	82 imprese ²⁹³ al 30/11/2013
Provincia Autonoma di Trento	Qualità Trentino	8 imprese ²⁹⁴ al 30/11/2014
Puglia	Prodotti di Qualità Puglia	70 imprese al 30/11/2014
Sardegna	Qualità Garantita della Regione Sardegna	Non attivo
Sicilia	Qualità Sicura Sicilia	3 imprese ²⁹⁵ al 30/11/2014
Toscana	Agriqualità	205 imprese ²⁹⁶ al 31/12/2013
Valle d'Aosta	Saveurs du Val d'Aoste	14 negozi, 16 hotel, 60 ristoranti ²⁹⁷ al 30/11/2014
Veneto	QV – Qualità Verificata	10 imprese ²⁹⁸ al 30/11/2014

Fonte: elaborazione propria su dati forniti dalle Regioni

A titolo informativo e al fine di completare l'analisi, è stato svolto un censimento presso le banche dati dei marchi e brevetti, per individuare i marchi²⁹⁹ collettivi per la tutela delle produzioni agroalimentari di qualità. Dall'indagine è emerso che tali marchi collettivi ammontano a 360. Dalla ricerca è emerso che sono stati censiti 360 marchi collettivi. Le Regioni italiane che ne detengono il maggior numero sono la Sicilia (44), la Toscana (36) e la Calabria (33).

²⁸⁹ Regione Campania, Assessorato Agricoltura, Sapore di Campania, http://www.saporedicampania.it/aziende_indice.html

²⁹⁰ Regione Emilia Romagna, Produzioni agroalimentari, <http://agricoltura.regione.emilia-romagna.it/produzioni-agroalimentari/temi/qualita/documenti-qualita/Documenti-qc-qualita-controllata/concessionari-marchio-qc-anno-2013>

²⁹¹ ERSA, Concessioni d'uso del marchio AQUA, <http://www.ersa.fvg.it/divulgativa/i-prodotti-a-qu-a/concessioni-duso-del-marchio-aqua>

²⁹² Regione Marche, QM qualità garantita delle Marche, <http://84.38.50.190/agricoltura/Portals/1/normativa/licenze/elenco%20concessionari%20e%20licenziatari.pdf>

²⁹³ Alto Adige, Aziende certificate, <http://www.provincia.bz.it/marchioombrello/agenzie-certificate.asp>

²⁹⁴ Il portale del marchio Trentino, Prodotti certificati a Marchio Qualità Trentino, <http://www.marchiotrentino.it/it/marchio-qualita%27-trentino/prodotti-certificati-a-marchio-qualita%27-trentino/>

²⁹⁵ Regione Sicilia, Agricoltura e Foreste, <http://www.regione.sicilia.it/ric/Agricolturaeforeste/Assessorato/allegati/qualitasicura/REGISTRO%20del%20MARCHIO%20imprese.pdf>

²⁹⁶ ARISA, Agriqualità e agricoltura integrata, <http://controlli.arsia.toscana.it/pagebase.asp?p=621>

²⁹⁷ Valle d'Aosta, Saveurs du Val d'Aoste, <http://www.lovevda.it/it/enogastronomia/saveurs-du-val-d-aoste>

²⁹⁸ Regione Veneto, Elenco dei concessionari del marchio "Qualità Verificata", http://www.regione.veneto.it/c/document_library/get_file?uuid=7e33da3a-02a1-4075-9a64-ef142c87f2c7&groupId=10701

²⁹⁹ Il marchio è un utile strumento di riconoscimento e promozione del territorio, e di conseguenza dei prodotti ad esso annessi, ma una registrazione deve seguire una successiva fase di utilizzo del marchio stesso.

L'analisi sin qui svolta ha permesso di delineare alcune caratteristiche che accomunano gli strumenti pubblici di informazione e promozione delle Regioni italiane che possono essere sintetizzate nella matrice SWOT³⁰⁰. (Tabella C.6.)

Tabella C.6. Matrice SWOT degli strumenti pubblici di informazione e promozione delle Regioni italiane

Punti di Forza	Punti di Debolezza
<ul style="list-style-type: none"> · creazione di sinergie nelle filiere agroalimentari · miglioramento della <i>governance</i> pubblica · elaborazione di strategie territoriali 	<ul style="list-style-type: none"> · eccessiva proliferazione degli strumenti · posizionamento approssimativo degli strumenti · barriere all'adozione degli strumenti · ridotta conoscenza dei prodotti da parte dei consumatori · comunicazione parziale al consumatore · ridotta attività di monitoraggio
Opportunità	Minacce
<ul style="list-style-type: none"> · maggior conoscenza dei prodotti certificati da parte del consumatore · maggiore disponibilità di finanziamenti comunitari · miglioramento della sostenibilità, soprattutto di tipo ambientale 	<ul style="list-style-type: none"> · calo dei consumi e della fiducia dei consumatori · rischio di immobilismo territoriale · ridotta dimensione delle imprese

1) Punti di forza:

- creazione di sinergie nelle filiere agroalimentari: gli "asset" pubblici di informazione e promozione delle produzioni enogastronomiche, in particolare alcuni Sistemi di Qualità Alimentare, hanno ottenuto un buon grado di adesione, permettendo di migliorare i rapporti tra gli *stakeholder*, in ambito sia B2B sia B2C;
- miglioramento della *governance* pubblica: alcune regioni italiane hanno implementato strumenti di valorizzazione, e in particolar modo i Sistemi di Qualità Alimentare, inseriti nelle policy agroalimentari regionali, in chiave "Europa 2020";
- elaborazione di strategie territoriali: gli strumenti di informazione e di valorizzazione delle produzioni agroalimentari possono essere un tassello di una strategia regionale di valorizzazione territoriale che coinvolge, ad esempio, aspetti di natura turistica.

2) Punti di debolezza:

- eccessiva proliferazione degli strumenti: alcune regioni italiane hanno istituito diversi strumenti di promozione (ad esempio SQA, marchi ecc), senza realizzare alcuna strategia di coordinamento, né a livello regionale né con gli altri attori istituzionali del territorio (province, camere di commercio ecc);
- posizionamento approssimativo degli strumenti: il ridotto utilizzo di studi di posizionamento dello strumento, porta ad un grado di utilizzo scarso e, in alcuni casi, con un ciclo di vita breve;

³⁰⁰ L'analisi SWOT (conosciuta anche come matrice SWOT) è uno strumento di pianificazione strategica usato per valutare i punti di forza (*Strengths*), debolezza (*Weaknesses*), le opportunità (*Opportunities*) e le minacce (*Threats*) di un progetto o in un'impresa o in ogni altra situazione in cui un'organizzazione o un individuo debba svolgere una decisione per il raggiungimento di un obiettivo. L'analisi può riguardare l'ambiente interno (analizzando punti di forza e debolezza) o esterno di un'organizzazione (analizzando minacce ed opportunità).

- barriere all'adozione degli strumenti di promozione: molti operatori delle filiere produttive hanno difficoltà ad implementare tali strumenti, in particolare i Sistemi di Qualità Alimentare, in quanto gli sforzi fatti per assolvere gli iter procedurali e per sostenere i costi di adozione e di mantenimento, non sempre sono riconosciuti dal mercato;
- ridotta conoscenza dei prodotti da parte dei consumatori: i consumatori, spesso non riconoscono la superiorità dei prodotti riportanti un marchio di qualità regionale e non sono disponibili a pagare un premium price;
- comunicazione parziale al consumatore: il processo di comunicazione di questi strumenti di promozione da parte degli *stakeholder* interessati è spesso inefficace, in quanto le informazioni si aggiungono e si sovrappongono ad altre di natura cogente e/o volontaria disorientando l'acquirente;
- ridotta attività di monitoraggio: la ridotta diffusione ed implementazione di attività di monitoraggio sugli strumenti di promozione, in modo da misurare l'efficacia dei risultati, in una logica di miglioramento continuo, limita la selezione e il miglioramento degli strumenti più idonei per accrescere la competitività aziendale e, più in generale, l'economia regionale.

3) Opportunità:

- maggior conoscenza dei prodotti certificati del consumatore: nel processo di acquisto, i consumatori rivolgono la loro attenzione verso i prodotti certificati con sistemi di qualità europea (DOP, IGP e biologico) ed altri sistemi di qualità a livello nazionale e/o regionale.
- Maggiore disponibilità di finanziamenti comunitari: l'Unione Europea ha messo a disposizione dei Paesi membri consistenti risorse finanziarie nell'ambito della nuova politica di informazione promozione e della PAC, per sostenere i vari strumenti promozionali;
- Miglioramento della sostenibilità, soprattutto di tipo ambientale: la *policy* europea è orientata sempre più all'implementazione di azioni che rafforzino il *greening* come strategia migliorativa della competitività aziendale e dell'economia rurale

4) Minacce:

- calo dei consumi e della fiducia dei consumatori: la crisi economica, iniziata nel 2008, se perdurerà nel tempo, potrebbe inficiare gli sforzi degli stakeholder territoriali nell'ambito degli strumenti di valorizzazione dei prodotti agroalimentari e vitivinicoli;
- rischio di immobilismo territoriale: perpetuare una situazione data come buona senza attuare azioni migliorative finalizzate alla valorizzazione dei patrimoni locali;
- ridotta dimensione delle imprese: la predominanza di imprese di piccole dimensioni, poco orientate a comportamenti proattivi verso il mercato, potrebbe pregiudicare la partecipazione del territorio a processi di creazione di valore territoriale;

ALLEGATI

ALLEGATO 1

QUESTIONARIO



MODELLI PUBBLICI DI PROMOZIONE, VALORIZZAZIONE E TUTELA DEI PRODOTTI AGROALIMENTARI



- 1) Con riferimento alla Sua Regione di appartenenza, qual è il quadro normativo regionale inerente le politiche per la promozione e valorizzazione dei prodotti agroalimentari, comprendendo anche quelle mirate ad evidenziare il legame tra agricoltura, territorio, prodotto, consumatore (es. Enotecche, Strade del vino, Fattorie didattiche, ecc.)? (max 1000 caratteri)
- 2) Quali sono le principali iniziative che la Sua Regione ha sviluppato nell'ambito della promozione e valorizzazione dei prodotti agroalimentari? (max 2000 caratteri)

Possibili tipologie:

- a) iniziative a regia regionale dell'Assessorato agricoltura;
 - b) iniziative a regia regionale di altri Soggetti (Assessorati diversi dall'Agricoltura, Agenzie, Enti strumentali, ecc.);
 - c) iniziative interassessorili (Agricoltura, Turismo, Commercio, ecc.);
 - d) iniziative in partnership (Sistema camerale, Enti strumentali, ecc.);
 - e) misure di sostegno alla promozione delle aziende (es. misura 133 PSR, OCM VINO promozione Paesi terzi)
- 3) Le iniziative promozionali finora sviluppate dalla Sua Regione hanno previsto/prevedono sistemi di monitoraggio per la valutazione delle ricadute economiche e sociali?

SÌ NO

SE SÌ, potrebbe indicarci brevemente le caratteristiche peculiari del/i sistema/i di monitoraggio ed, eventualmente, i risultati ottenuti dalla Sua/loro applicazione? (max 500 caratteri)

- 4) Le iniziative promozionali gestite dal Suo Assessorato sono sostenute con risorse finanziarie di quale natura?

ORIGINE	%	OSSERVAZIONI
Comunitari a		
Nazionale		
Regionale		

- 5) Se possibile, potrebbe indicarci l'ammontare complessivo dei finanziamenti destinati a iniziative di promozione dei prodotti agroalimentari nel corso degli ultimi tre anni?

ANNO	(.000) euro	OSSERVAZIONI
2010		
2011		
2012		

- 6) Le iniziative promozionali finora sviluppate dalla sua Regione prevedono la valorizzazione dei sistemi di qualità (DOP/IGP, BIO, PAT, marchi regionali, ecc.)?

SÌ NO

SE SÌ, descrivere brevemente come. (max 500 caratteri)

- 7) Con riferimento alla tutela delle produzioni agroalimentari di qualità, il suo Assessorato ha implementato dei propri sistemi di qualità?

SÌ NO

Se sì, descrivere il sistema o i sistemi di qualità già realizzati o in corso di implementazione, indicandone le caratteristiche peculiari. (max 2000 caratteri)

8)

- 9) Al fine di implementare i propri sistemi di qualità, la Sua Regione si avvale della collaborazione di altri enti istituzionali del territorio?

SÌ NO

Se sì, quali sono e quale/i funzione/i svolgono? (max 1000 caratteri)

- 10) I sistemi di qualità implementati o in corso di realizzazione del Suo Assessorato sono sostenuti con risorse finanziarie di quale natura?

ORIGINE	%	OSSERVAZIONI
Comunitaria		
Nazionale		
Regionale		

11) Se possibile, potrebbe indicarci l'ammontare complessivo dei finanziamenti dedicati ai propri sistemi di qualità dei prodotti agroalimentari nel corso degli ultimi tre anni?

ANNO	(.000) euro	OSSERVAZIONI
2010		
2011		
2012		

Ente di appartenenza	
Funzione ricoperta	

La ringraziamo per la preziosa collaborazione.

ALLEGATO 2

Elenco disciplinari di produzione

CAMPANIA

Sapore di Campania ha i seguenti disciplinari di produzione: Birra artigianale, Carne di bovino podolico, Carne di bufalo, Miele, Prodotti delle colture erbacee ed arboree, Pane casereccio, Carne di suino, Coniglio semibrado e coniglio ischitano semibrado, Mozzarella, Scamorza, Alici, Nasello, Provola, Fiordilatte, Provolone, Ricotta, Carne di Vitellone, Ricotta di fuscella, Olio Extra Vergine di Oliva, Prosciutto.

EMILIA ROMAGNA

QC – Qualità Controllata ha i seguenti disciplinari di produzione **integrata** approvati dalla Regione Emilia Romagna per l'uso del marchio:

- Produzioni Vegetali:
 - SPECIE ORTICOLE: aglio, asparago, basilico, bietola, carota, cavoli, cece, cetriolo, cicorie-radicchio e indivie, cipolla, cocomero, fagiolino, fagiolo, finocchio, fragola, lattuga, mais dolce, melanzana, melone, patata, peperone, pisello da industria, pomodoro a pieno campo (da industria e da consumo), pomodoro da mensa in coltura protetta, prezzemolo, ravanello, scalogno, sedano, spinacio da industria, zucca, zucchini
 - SPECIE FRUTTICOLE: actinidia, albicocco, castagno, ciliegio, cachi, melo, noce da frutto, pero, pesco, susino
 - SPECIE CEREALICOLE: grano duro, grano tenero, orzo, riso, farro
 - ALTRE SPECIE: funghi, olivo da olio, vite ad uva da vino
 - ALTRE PRODUZIONI olio extravergine di oliva
- Produzione zootecnica:
 - Disciplinare di produzione per il miele
 - Disciplinare di produzione per le carni di agnellone e castrato
 - Disciplinare di produzione per le carni cunicole
 - Disciplinare di produzione per le carni di pollo
 - Disciplinare di produzione per suino mora romagnola
 - Disciplinare di produzione per l'uovo da consumo fresco
 - Disciplinare di produzione per il prodotto ittico di valle
 - Disciplinare di produzione per i pesci di allevamento (orata e branzino)
 - Disciplinare di produzione per i pesci di allevamento semintensivo vallivo (orata e branzino)
 - Disciplinare di produzione per il pesce azzurro (acciuga, sardina)
 - Disciplinare di produzione per i crostacei (cannocchia, mazzancolla)
 - Disciplinari di produzione per i molluschi bivalvi (vongola)
 - Disciplinari di produzione per i molluschi bivalvi (vongola, cozza)
- Prodotti Trasformati:
 - Disciplinari di produzione per l'Olio
 - Disciplinari di produzione per il Pane

FRIULI VENEZIA GIULIA

A.Qu.A. - Agricoltura Ambiente Qualità ha i seguenti disciplinari tecnici di produzione approvati dalla Regione Friuli Venezia Giulia: asparago bianco, trota iridea e salmerino, mela, carne suina, latte crudo vaccino e derivati, patata.

MARCHE

QM – Qualità Marche presenta i seguenti disciplinari di emanazione regionale: Birra, Cerali e prodotti di prima e seconda trasformazione, Produzione di “molluschi”, Produzione “Filiera Ittica”, Filiera Carni Suine Fresche e trasformate, Settore uova, Produzione Miele, Agriturismi, Servizio “Ristorazione”, Filiera Prodotti Lattiero-Caseari, Filiera Carni Ovine, Filiera Latte Alta Qualità.

TRENTINO ALTO ADIGE

ALTO ADIGE

Qualità Alto Adige 15 gruppi merceologici: Birra, Canederli di speck e di formaggio, Carne bovina, Erbe aromatiche dell'Alto Adige, Grappa, Latte e prodotti caseari, Miele, Pane, strudel di mele e zelten, Piccoli frutti, Ciliegie, Prodotti da frutto: Succo di mela, frutta essiccata, Uova di gallina ovaiaola con accesso all'aperto, Verdura e patate, Speck dell'Alto Adige IGP, Mela Alto Adige IGP, Vini Alto Adige DOC.

TRENTINO

- Qualità Trentino:
 - Disciplinare di produzione per Lampone, Mora, Mirtillo, Ribes, Uva Spina
 - Disciplinare di produzione per la Mela
 - Disciplinare di produzione per Fragola e Fragolina
 - Disciplinare di produzione per la Ciliegia
 - Disciplinare di produzione per la Patata
 - Disciplinare di produzione degli ortaggi e loro trasformati
 - Disciplinare di produzione della farina di mais da polenta
 - Disciplinare di produzione per latte vaccino o ovicaprino e prodotti lattiero caseari
 - Disciplinare di produzione per le carni bovine e/o suine lavorate e loro trasformati
 - Disciplinare di produzione per i prodotti dell'acquacoltura

PUGLIA

Prodotti di Qualità Puglia: prodotti: i prodotti agricoli e alimentari regolati da sistemi di qualità riconosciuti dall'Unione Europea (DOP e IGP);

i prodotti agricoli e alimentari che partecipano ai sistemi di qualità alimentare ai sensi del Regolamento CE n. 1698 del Consiglio del 20 settembre 2005, per i quali sono definite schede tecniche di prodotto che prevedono criteri e norme rigorose e specifiche tali da garantire una qualità del prodotto significativamente superiore alle norme commerciali correnti e a quelle generali istituite dalla legislazione europea o nazionale e comprendenti le seguenti disposizioni: il nome dei prodotti o servizi; la descrizione dei prodotti; i criteri di qualità previsti per le varie categorie di prodotti; le disposizioni relative ai controlli; le sanzioni; le modalità di applicazione del marchio; l'individuazione degli organismi di controllo indipendenti e, incaricati di eseguire i controlli.

Rientrano tra i servizi: i servizi di ristorazione per la somministrazione dei prodotti a marchio “Prodotti di Qualità Puglia”.

SICILIA

Qualità Sicura Sicilia presenta i seguenti disciplinari di produzione:

- Sale Marino di Trapani IGP
- Formaggi: Pecorino Siciliano DOP, Piacentinu Ennese DOP, Ragusano DOP, Vastedda Valle del Belice DOP.
- Olio Extravergine di oliva: Monte Etna DOP, Monti Iblei DOP, Valdelmonte DOP, Valle del Belice DOP, Valli Trapanesi DOP, Val di Mazara DOP.
- Prodotti Ortofrutticoli: Arancia di Ribera DOP, Arancia rossa di Sicilia IGP, Cappero di Pantelleria IGP, Carota novella di Ispica IGP, Ciliegia dell'Etna DOP, Ficodindia di San

Cono DOP, Ficodindia enta DOP, Limone di Siracusa IGP, Limone Interdonato di Messina IGP, Nocellara del Belice DOP, Pesca bivona IGP, Pesca di Leonforte IGP, Pistacchio Verde di Bronte DOP, Pomodoro di Pachino IGP, Uva da tavola di Canicattì IGP, Uva da tavola di Mazzarone IGP.

- Trasformati: Pagnotta del dittaino DOP, Salame S'Angelo IGP.
- Vini: DOP (i DOC Alcamo, Contea di Sclafani, Contessa Entellina, Delia Nivolelli, Eoro, Erice, Etna, Faro, Malvasia delle Lipari, Mamertino di Milazzo o Mamertino, Marsala, Menfi, Monreale, Noto, Pantelleria, Riesi, Salaparuta, Sambuca di Sicilia, Santa Margherita di Belice, Sciacca, Sicilia, Siracusa, Vittoria e il DOCG Cerasuolo di Vittoria) e IGP (gli IGT Avola, Camarro, Fontanarossa di Cerda, Salemi, Salina, Terre Siciliane, Valle Belice)

TOSCANA

Agriqualità, disciplinari di produzione e trasformazione:

- Produzioni vegetali: Colture cerealicole, Colture orticole, Colture frutticole, Piccoli frutti, Castagno da frutto, Olivicoltura, Viticoltura, Produzioni vegetali ad uso zootecnico, Colture foraggere, Colture industriali e oleaginose - no food, Colture officinali, Colture floricole, Vivaismo
- Produzioni Animali: Produzioni zootecniche, Acquacoltura

VALLE D'AOSTA

Saveurs du Val d'Aoste presenta i seguenti disciplinari di produzione per le attività che si approvvigionano di DOC, DOP, PAT e filiere valdostane approvate dalla Regione: Ristoranti (inclusi agriturismi e rifugi), Bar, Attività di prima colazione in strutture ricettive, Esercizi commerciali.

VENETO

QV – Qualità Verificata

- Settore vegetale:
 - Colture orticole (27) aglio , asparago, bietola da costa, carota, cavoli, cetriolo, cipolla, cocomero, fagiolino, fagiolo, fragola, indivia e scarola, lattuga, melanzana, melone, patata, patata dolce, peperone, pomodoro in coltura protetta, pomodoro da industria, porro, radicchio, sedano, spinacio, zucca, zucchini, colture orticole IV gamma.
 - Colture frutticole (8): actinidia, albicocco, ciliegio, melo, noce da frutto, pero, pesco, susino.
 - Funghi coltivati (2): funghi pleurotus e pioppino, funghi prataioli.
 - Colture floricole (3) ornamentali arboree e arbustive, ornamentali in vaso, rose.
 - Colture cerealicole e industriali (4): frumento tenero e duro, mais da granella, orzo, soia.
- Settore zootecnico
 - Carni (3) coniglio "al fieno", vitello "al latte e cereali", vitellone e scottona "ai cereali".
- Lattiero-caseari (1):
 - latte crudo e alimentare (vaccino).

**RIFERIMENTI
BIBLIOGRAFICI E
SITOGRAFICI**

Agenzia Regionale per lo Sviluppo Rurale (2012), Disciplinare tecnico di produzione Asparago Bianco, <http://www.ersa.fvg.it/divulgativa/i-prodotti-a-qu-a/marchio-aqua-documentazione/disciplinari%20tecnici/asparago-bianco/Disciplinare%20asparago%20bianco.pdf/>

Agenzia Regionale per lo Sviluppo Rurale (2012), Disciplinare tecnico di produzione Trota Iridea e Salmerino, http://www.ersa.fvg.it/divulgativa/i-prodotti-a-qu-a/marchio-aqua-documentazione/disciplinari%20tecnici/trota-iridea-e-salmerino/Trota%20e%20salmerino_BUR.pdf

Agenzia Regionale per lo Sviluppo Rurale (2012), Disciplinare tecnico di produzione della Mela, http://www.ersa.fvg.it/divulgativa/i-prodotti-a-qu-a/marchio-aqua-documentazione/disciplinari%20tecnici/mela/Mela%20e%20derivati_BUR.pdf

Agenzia Regionale per lo Sviluppo Rurale (2012), Disciplinare tecnico di produzione Carni Suine, http://www.ersa.fvg.it/divulgativa/i-prodotti-a-qu-a/marchio-aqua-documentazione/disciplinari%20tecnici/carni-suine/Disciplinare%20tecnico%20prodotto%20_carne%20suina_.pdf

Agenzia Regionale per lo Sviluppo Rurale (2012), Disciplinare tecnico di produzione Latte crudo vaccino e derivati, http://www.ersa.fvg.it/divulgativa/i-prodotti-a-qu-a/marchio-aqua-documentazione/disciplinari%20tecnici/latte-crudo-vaccino-e-derivati/latte%20crudo%20vaccino%20e%20derivati_BUR.pdf.pdf

Agenzia Regionale per lo Sviluppo Rurale (2012), Regolamento d'uso del marchio collettivo, http://www.ersa.fvg.it/divulgativa/i-prodotti-a-qu-a/marchio-aqua-documentazione/normativa-di-riferimento_marchio-aqua/Marchio%20AQUA%20-%20Regolamento%20duso%20-%202027.09.2012.pdf/

Agri Liguria Net, Disciplinare pesto genovese, <http://www.agriligurianet.it/it/impresa/marchi-e-disciplinari/disciplinari-di-produzione/disciplinare-pesto-genovese.html>

Agri Liguria Net, Disciplinari agroambientali, <http://www.agriligurianet.it/it/impresa/marchi-e-disciplinari/disciplinari-di-produzione/disciplinari-agroambientali.html>

Alto Adige, Aziende certificate, <http://www.provincia.bz.it/marchioombrello/agenzie-certificate.asp>

AND International (2012), Value of production of agricultural products and foodstuffs, wines, aromatised wines and spirits protected by a geographical indication (GI)

Arfini F e Mancini M.C (2011), Le azioni dell'Unione Europea di informazione e promozione dei prodotti agricoli, *Agriregioneeuropa*, anno 7, n. 25, Giugno 2011.

ARISA, Agriqualità e agricoltura integrata, <http://controlli.arsia.toscana.it/pagebase.asp?p=621>

Assessorato Agricoltura Regione Campania (2011), Regolamento d'uso del marchio collettivo "Sapore di Campania", http://www.saporedicampania.it/pdf/regolamento_marzo_2011.pdf

Associazione Genepi Occitan, Rapporto Finale Attività Progetto 105 GENEALP, http://www.genepy.it/pdf/relazione_finale.pdf

Assomela (2014), Le previsioni di produzione di mele per la stagione 2014/2015. Comunicato stampa di Assomela del 07/08/2014, <http://www.csoservizi.com>

Bertolli M.G. (2013), *Il Sole 24 Ore*, Tintilia: vitigno simbolo della crescita dei vini molisani (10 maggio 2013)

Bonadonna A. (2014), I diversi significati del termine qualità nel settore agroalimentare, di Peira G., Bonadonna A. e Arnoldi S. *La qualità nel settore agroalimentare. Sistemi di qualità e strumenti innovativi*, Torino: Celid.

Bortoletto N. e Minardi E. (2007), I distretti del gusto: nuovi sistemi produttivi tra i *loisir*, tra deficit di politiche e i nuovi processi di sviluppo locale, http://wp.comunite.it/data/wp_no_30_2007.pdf

Bortoletto N. e Minardi E. (2007), I distretti del gusto: nuovi sistemi produttivi di loisir, tra deficit di politiche e i nuovi processi di sviluppo locale, Department of Communication, Università di Teramo

Camera di commercio di Bolzano (2013), www.camcom.bz.it

Camera di commercio di Cagliari (2010), Speciale "La questione lattiero casearia", Sardegna Economica, Bimestrale della Camera di commercio di Cagliari, n.5-6/2010.

Camera di commercio industria artigianato e agricoltura dell'Aquila (2013), Listino mensile dei prezzi all'ingrosso, http://www.cciaa-aq.it/moduli/output_immagine.php?id=1104

Centro di Ricerche, Studi e Valorizzazione per la Viticoltura Montana, www.cervim.it

Cerquetti M. (2010), Dall'economia della cultura al management per il patrimonio culturale: presupposti di lavoro e ricerca, Il Capitale Culturale, Studies on the Value of Cultural Heritage, Vol. I, 2010, EUM Edizioni, Università di Macerata

Chiodo E., Perito M.A., Camaioni B., Gaito M. (2014), L'agroalimentare abruzzese tra crisi e crescita. Rapporto 2013 sul Sistema Agroalimentare Abruzzese, Franco Angeli

CLAL (2014), www.clal.it. Sul sito del CLAL sono consultabili dei report statistici delle altre annualità COLDIRETTI, www.coldiretti.it

Commissione Europea, Agriculture and Rural development DG - Annual Financial Report & accounting (sector Administrative expenditure: EC, Budget DG)

Commissione Europea, Details Communiqué de presse, http://europa.eu/rapid/press-release_ECA-09-40_it.htm?locale=FR

Consiglio delle Comunità Europee (1992), Regolamento (CEE) n. 2082/92, Art. 2

Consorzio "Prosciutto Crudo San Daniele DOP", <http://www.prosciuttosandaniele.it>

Consorzio del Pecorino Toscano DOP, www.pecorinotoscanodop.it

Consorzio del Prosciutto Toscano DOP, www.prosciuttotoscano.com

Consorzio del Vino Brunello di Montalcino, www.consorziobrunellomontalcino.it

Consorzio di Ricerca sul Rischio Biologico in Agricoltura, <http://www.coribia.it/sicilia-agricoltura.php>

Consorzio di Tutela Mozzarella di Bufala Campana, <http://www.mozzarelladop.it>

Consorzio Gragnano Città della Pasta, <http://www.consorziogragnanocittadellapasta.it/>

Consorzio per la tutela della IGP agnello di Sardegna, <http://www.agnellodisardegnaigp.it/>

Consorzio Tutela Speck dell'Alto Adige, www.speck.it

D'Oronzio M.A. e Verrascina M. (2012), Agrobiodiversità e produzioni di qualità in Basilicata, Inea

E. Vesce, A. Bonadonna, M. B. Pairotti, R. Beltramo, F. Percivale (2010), I marchi di qualità come strumento di promozione nel settore della somministrazione di alimenti e di bevande, De qualitate, XIX, 8, 30-39.

ERSA, Concessioni d'uso del marchio AQUA, <http://www.ersa.fvg.it/divulgativa/i-prodotti-a-qu-a/concessioni-duso-del-marchio-aqua>

European Commission, Agriculture and Rural Development, Annual Statistical and Economical Report: UE, http://ec.europa.eu/agriculture/statistics/agricultural/index_en.htm

European Commission, http://ec.europa.eu/trade/policy/in-focus/ttip/about-ttip/index_it.htm

Fabietti U. e Remotti F. (1997), Dizionario di antropologia, p. 216, Bologna, Zanichelli

Fanfani R. e Pieri R. (2013), Il sistema agroalimentare dell'Emilia-Romagna. Rapporto 2013, Maggioli Editore

Federdoc (2013), <http://www.federdoc.com/pdf/vinitaly2014-web.pdf>

Federdoc (2013), VQPRD: i vini italiani a denominazione di origine

Fragalà F.e Pulvirenti T. (2012), Lo zafferano in Sicilia, Progetto MEDISS (MEDIterrané Innovation, Senteurs, Saveurs).

Fragalà F.e Pulvirenti T. (2012), Lo zafferano in Sicilia, Progetto MEDISS (MEDIterrané Innovation, Senteurs, Saveurs), <https://www.yumpu.com/it/document/view/15082936/lo-o-zaff-sic-erano-cilia-o-in-programme-med/3>

GeneAlp, Programma ALCOTRA transfrontaliero 2007-2013 Italia Francia, http://www.genepy.it/pdf/relazione_finale.pdf

Glossario sulla Agricoltura Biologica, Preparatore biologico, http://www.disclit.unige.it/glos_bio/show.php?id=87&lang=it

I numeri del vino, www.inumeridelvino.it statistiche regionali (fonte ISTAT)

Idda L., Furesi R., Pulina P. (dicembre 2010), L'allevamento ovino in Sardegna tra crisi di mercato e politiche di rilancio, Agriregionieuropa, n. 23

Il parco del basilico di Genova di Pra, [www.parcobasilico.it/newsinhome/ilconsorziodelpesogenoveseversolaSTG /tabid/676/default.aspx](http://www.parcobasilico.it/newsinhome/ilconsorziodelpesogenoveseversolaSTG/tabid/676/default.aspx)

Il portale del marchio Trentino, Prodotti certificati a Marchio Qualità Trentino, <http://www.marchiotrentino.it/it/marchio-qualita%27-trentino/prodotti-certificati-a-marchio-qualita%27-trentino/>

INEA (2014), <http://www.inea.it/>

INEA (2014), Interrogazione Datawarehouse, <http://banchedati.inea.it:8080/dwh-inea/>

INEA (2014), L'agricoltura italiana conta 2014, Roma http://dSPACE.inea.it/bitstream/inea/1008/4/Agricoltura_it_conta_2014.pdf

INEA (2014), Lo Sviluppo Rurale in Abruzzo nel 2014-2020, http://www.rica.inea.it/download/Priorita_3_16_aprile_2014.pdf

INEA(2013) Piano Olivicolo Oleario <http://www.inea.it/documents/10179/184646/Work%20in%20progress%201%20Schema%20DM%20istituzione%20SQN%20olio%20extra%20vergine%20di%20oliva%20-%20Piano%20olivicolo.pdf>

ISMEA (2012), <http://www.ismea.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/1>

ISTAT (2011)

ISTAT (2013), Rilevazione sui prodotti agroalimentari di qualità DOP, IGP e STG, http://www.istat.it/it/files/2014/09/Report_DOPIGP.pdf?title=Prodotti+di+qualit%C3%A0+Dop%2C+Igp%2C+Stg+-+18%2Fset%2F2014+-+Testo+integrale.pdf

Landi R. (2007), Lo zafferano: tradizione e tipicità, Camera di commercio di Firenze

Ministero delle Politiche Agricole (2011), linee guida : <http://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/4886>

Ministero per i Beni e la Attività Culturali, Commissione sulla Creatività e Produzione di Cultura in Italia (2007), Libro Bianco sulla Creatività, http://www.beniculturali.it/mibac/export/UfficioStudi/sito-UfficioStudi/Contenuti/Pubblicazioni/Volumi/Volumi-pubblicati/visualizza_asset.html_1410871104.html

MIPAAF (2014), Quattordicesima revisione dei prodotti agroalimentari tradizionali, <http://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeAttachment.php/L/IT/D/7%252Fa%252F0%252FD.f0ab2e9ee2902b95e1ec/P/BLOB%3AID%3D3276>

MIPAAF Piano di Sviluppo Rurale 2000 2006, <http://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeAttachment.php/L/IT/D/6%252Fa%252Fd%252FD.d1f0eabfb7c237cd96f7/P/BLOB%3AID%3D3186>. Basilicata PSR 2000-2006

MIPAAF, Gazzetta Ufficiale della Repubblica Italiana, Decreto consultabile al seguente indirizzo: http://www.gazzettaufficiale.it/atto/serie_generale/caricaDettaglioAtto/originario;jsessionid=J76rZOgLFm2lcnxgUQRAA__ntc-as2-guri2b?atto.dataPubblicazioneGazzetta=2014-07-29&atto.codiceRedazionale=14A05975&elenco30giorni=false

MIPAAF, Consorzio di Tutela Razza Piemontese, istanza di riconoscimento disciplinare di produzione "Fassone Piemontese", <https://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/4882>.

MIPAAF, disciplinari di produzione, <http://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/4882>
Miroglio A. (12 maggio 2014), Il Sole 24 Ore, Accademia del Barolo, 12 produttori da tre anni insieme per portare il loro vino nel mondo, <http://adrianomoraglio.blog.ilsole24ore.com/2014/05/12/accademia-del-barolo-12-produttori-da-tre-anni-insieme-per-portare-il-loro-vino-nel-mondo-nel-mirino/>

Natura in Campo (2009), pubblicazione "Natura in Campo" Atlante dei prodotti tipici e tradizionali dei Parchi del Lazio, <http://www.naturaincampo.it/naturaincampo/home~nomepagina-pubblicazioni+id-25.htm>

OCM (2014), www.ocmvino.it

Pantini D. (agosto 2012), I prodotti DOP e IGP pugliesi: stato dell'arte, criticità, percorsi per una maggiore valorizzazione di mercato, Ciheam, Istituto Agronomico Mediterraneo

Peira G., Bonadonna A., Arnoldi S. (2014), La qualità nel settore agroalimentare Sistemi di qualità e strumenti innovativi, Celid.

Peira G., Bonadonna A., Varese E. (2010), Artigianato Artistico e Tradizionale (AAT): sintesi del quadro normativo. Il percorso dell'eccellenza. L'artigianato artistico e tipico in Piemonte, Neos,.

Piacere Molise, Marchio regionale di qualità, www.moliseinfiera.it

Prodotti Tipici dell'Alto Adige, <http://www.prodottitipicaltoadige.com/>

Programma di sviluppo rurale Puglia 2007-2013, http://svilupporurale.regione.puglia.it/portal/pls/portal/PSR_PORTALE.DYN_DOCUMENTO_VIEW.show?p_arg_names=id_documento&p_arg_values=30690&p_arg_names=sottosezione&p_arg_values=44&p_arg_names=asse&p_arg_values=&p_arg_names=gal&p_arg_values=

Provincia Regionale di Ragusa, <http://www.provincia.ragusa.it/cestobarocco.php>

PSR Basilicata (2014), Dipartimento Agricoltura Informa, <http://www.basilicatapsr.it/item/456-28-e-29-giugno-2014-eventi-per-la-valorizzazione-della-filiera-olivicola-lucana-tra-passata-e-futura-programmazione>

PSR Basilicata (2014), Il settore agricolo e agroalimentare della Basilicata. Analisi delle principali filiere agricole regionali, Inea – sede regionale della Basilicata, (versione del 18 aprile 2014)

PSR Basilicata (2014-2020), Programma di sviluppo rurale della Regione Basilicata per il periodo 2014-2020, <http://www.basilicatapsr.it/politica-agricola-comune--2014-2020>

Regione autonoma Friuli Venezia Giulia (2014), Delibera n. 1243/2014 della Giunta regionale, <http://www.conaf.it/sites/default/files/Testo%20integrale%20della%20Delibera%20n%201243-2014.pdf>

Regione Campania (2013), "Sistema di tracciabilità della filiera bufalina", <http://www.beta.regione.campania.it/assets/documents/delibera-tracciabilita-filiera-bufalina.pdf>

Regione Campania, Assessorato Agricoltura (2014), <http://www.agricoltura.regione.campania.it/bio/agrobio.html>

Regione Campania, Assessorato Agricoltura, Sapere di Campania, http://www.saporedicampania.it/aziende_indice.html

Regione Emilia Romagna, Disciplinari di Produzione, <http://agricoltura.regione.emilia-romagna.it/produzioni-agroalimentari/temi/qualita/marchio-qc>

Regione Emilia Romagna, Produzioni agroalimentari, <http://agricoltura.regione.emilia-romagna.it/produzioni-agroalimentari/temi/qualita/documenti-qualita/Documenti-qc-qualita-controllata/concessionari-marchio-qc-anno-2013>

Regione Emilia-Romagna (2014), Disciplinari di Produzione Integrata 2014, sintesi delle linee tecniche di difesa e diserbo, <http://agricoltura.regione.emilia-romagna.it/produzioni-agroalimentari/doc/disciplinari/sintesi-dei-disciplinari-di-produzione-integrata-2014>

Regione Emilia-Romagna (2014), Guida per l'utilizzo del marchio QC Qualità Controllata, <http://agricoltura.regione.emilia-romagna.it/produzioni-agroalimentari/doc/normativa/qualita-controllata-qc/guida-per-l-utilizzo-del-marchio-qualita-controllata-qc/view>

Regione Friuli Venezia Giulia (2014), Deliberazioni adottate dalla Giunta regionale, http://www.regione.fvg.it/asp/delibere/layout2008_2.asp?pag=1&num=1243&tx_dataDel=04.07.2014&key=&uf=&btnCerca=vai Regione Friuli Venezia Giulia, marchi di qualità, il quadro normativo, <http://www.regione.fvg.it/rafvfg/cms/RAFVG/economia-imprese/agricoltura-foreste/FOGLIA32/>

Regione Lazio (2013), Lazio qualità spese bene, www.arsialweb.it/cms/images/stories/com Lazio2.doc

Regione Lazio, Case dell'Agricoltura, <http://www.agricoltura.regione.lazio.it/agriweb/casa-agricoltura/>

Regione Lazio, Disciplinare per la concessione d'uso del marchio collettivo "NATURA IN CAMPO – I prodotti dei parchi", allegato 1, www.naturaincampo.it/naturaincampo/elementi/disciplinare_Natura_in_campo.pdf

Regione Lazio, Programma di Sviluppo Rurale 2014-2020, http://www.agricoltura.regione.lazio.it/agriweb/dettaglio_wordpress.php?id=focuson_1

Regione Lombardia (2013), Circuiti del biologico in Lombardia, http://www.buonalombardia.it/images/File/Allegati%20pubblicazioni/opuscolo_circuiti%20del%20biologico.pdf

Regione Lombardia, ERSFA, www.ersaf.lombardia.it

Regione Lombardia, "Nuovo PSR 2014-2020 – Bozza documento generale", www.agricoltura.regione.lombardia.it

Regione Marche (2006), I prodotti tradizionali della Regione Marche. http://www.agri.marche.it/pubblicazioni/Libri/Tradizioni_RegioneOK.pdf

Regione Marche (2014), Delibera della Giunta Regionale n. 108 del 17/07/2014 sul Programma di sviluppo rurale e 2014/2020, http://www.consiglio.marche.it/banche_dati_e_documentazione/iter_degli_atti/paa/pdf/d_am80_9.pdf

Regione Marche, Conoscere il biologico nelle Marche, <http://conoscereilbiologico.regione.marche.it/>

Regione Marche, Disciplinare Produzioni biologiche QM, http://84.38.50.190/agricoltura/Portals/1/disciplinari/2009%2003%2023%20DDPF%20CSI_10%2098-09%20QMbio%20INTEGRAZIONI.pdf

Regione Marche, Disciplinari di emanazione regionale, <http://84.38.50.190/agricoltura/home/aziende/disciplinari.aspx>

Regione Marche, elenco licenziatari e convenzionati Marchio QM, <http://84.38.50.190/agricoltura/Portals/1/normativa/licenze/elenco%20concessionari%20e%20licenziatari.pdf>

Regione Marche, Legge Regionale n. 23/2003, <http://84.38.50.190/agricoltura/Portals/1/normativa/Manuale%20QM%20Testo%20Coordinato.pdf>

Regione Marche, QM qualità garantita delle Marche, <http://84.38.50.190/agricoltura/Portals/1/normativa/licenze/elenco%20concessionari%20e%20licenziatari.pdf>

Regione Molise (2014), Delibera n. 325/2014 della Giunta regionale, file:///C:/Documents%20and%20Settings/Administrator/Documenti/Downloads/DGR_n.325_2014_presa_atto_proposta_PSR.pdf

Regione Piemonte (2009), Approvazione del Progetto "Piemonte Agri Qualità", http://www.regione.piemonte.it/governo/bollettino/abbonati/2009/47/attach/dgr_12515_040_09112009.pdf

Regione Piemonte (2011), Il Sistema di Qualità Nazionale Zootecnia, <http://www.asprocarne.com/wp-content/uploads/2011/07/Il-Sistema-di-Qualit%C3%A0-Nazionale-Zootecnia.pdf>

Regione Piemonte, Carta degli impegni e della qualità delle fattorie didattiche della Regione Piemonte, http://www.regione.piemonte.it/agri/politiche_agricole/edu_aliment/dwd/cartaqualita.pdf

Regione Piemonte, Disciplinari di produzione, <http://www.regione.piemonte.it/artigianato/disciplinari.htm>

Regione Piemonte, Piano di Sviluppo Rurale 2014-2020, http://www.regione.piemonte.it/agri/psr2014_20/

Regione Piemonte, Piemonte Agri Qualità, <http://www.piemonteagri.it/qualita/>

Regione Piemonte, Protocollo d'intesa per favorire la collaborazione tra il mondo dell'agricoltura, le istituzioni e la scuola, per arricchire il patrimonio culturale delle nuove generazioni, <http://www.piemonteagri.it/qualita/media/files/protocolloint.pdf>

Regione Piemonte, Sistemi di qualità, <http://www.piemonteagri.it/qualita/it/#Mod100>

Regione Puglia, "Riconoscimento delle masserie didattiche", http://www.regione.puglia.it/burp_doc/pdf/xxxix/N034suppl_29_02_2008.pdf

Regione Puglia, Marchio "Prodotti di Qualità Puglia", <http://www.regione.puglia.it/index.php?page=prg&id=25>

Regione Sicilia, Agricoltura e Foreste, <http://www.regione.sicilia.it/ric/Agricolturaeforeste/Assessorato/allegati/qualitasicura/REGISTRO%20del%20MARCHIO%20imprese.pdf>

Regione Sicilia, Qualità Sicura Sicilia, http://pti.regione.sicilia.it/portal/page/portal/PIR_PORTALE/PIR_LaStrutturaRegionale/PIR_Assessoratoregionale/delleRisorseAgricoleeAlimentari/PIR_DipIntStrutturali/PIR_qualitasicura

Regione Toscana, Agriqualità e Agricoltura integrata, <http://agriqualita.arsia.toscana.it/>

Regione Veneto (2014), Disciplinari di produzione "Qualità Verificata", <http://www.regione.veneto.it/web/agricoltura-e-foreste/disciplinari-qualita-verificata>

Regione Veneto (2014), elenco dei concessionari del marchio "Qualità Verificata" http://www.regione.veneto.it/c/document_library/get_file?uuid=7e33da3a-02a1-4075-9a64-ef142c87f2c7&groupId=10701

Regione Veneto, Elenco dei concessionari del marchio "Qualità Verificata", http://www.regione.veneto.it/c/document_library/get_file?uuid=7e33da3a-02a1-4075-9a64-ef142c87f2c7&groupId=10701

S. Petrucci, (2013), Il sistema olio e le DOP, relazione presentata al Seminario "Norme e regole per la commercializzazione dell'olio di oliva", Inea, Roma.

San Gavino Monreale.net, Lo zafferano, <http://www.sangavinomonreale.net/lo-zafferano/>

Sardegna Agricoltura, Osservatorio della filiera ovi-caprina, <http://www.sardegnaagricoltura.it/index.php?xsl=446&s=14&v=9&c=9413&na=1&n=10>

SINAB (2014), Bio in cifre 2014, http://www.sinab.it/sites/default/files/share/bio%20in%20cifre%202014_1.pdf. Sul sito del SINAB sono consultabili dei report statistici delle altre annualità

SMEA (2013), 11° Rapporto 2013 sulle produzioni agroalimentari italiane, Qualivita e ISMEA.

Treccani (2012), Dizionario di Economia e Finanza, http://www.treccani.it/enciclopedia/commodity_%28Dizionario-di-Economia-e-Finanza%29/

UE (2011), Evaluation of Promotion and Information Actions for Agriculture Products, Final Report, November 2011, ADE

UE (2014), 3337th Council meeting Agriculture and Fisheries, PRESS RELEASE (Provisional Version) http://www.consilium.europa.eu/uedocs/cms_data/docs/pressdata/en/agricult/145101.pdf

UE (2014), Promotion measures for agricultural products adopted by the Council, http://www.consilium.europa.eu/uedocs/cms_Data/docs/pressdata/en/agricult/145073.pdf (consultato in ottobre 2014)

UE, Organizzazioni comuni dei mercati agricoli, http://europa.eu/legislation_summaries/glossary/common_agricultural_markets_it.htm

Unioncamere (2014), Rapporto Unioncamere Calabria, www.uc-cal.camcom.gov.it/uploaded/Rapporto_Calabria.pdf

Unioncamere Lazio e Luiss (2013), Osservazione sull'internazionalizzazione del Lazio, Analisi di Settore, L'industria Agroalimentare nel Lazio, <file:///C:/Documents%20and%20Settings/Administrator/Documenti/Downloads/OIL%20Agroalimentare%20Lazio%202013.pdf>

Unioncamere Molise (2014), Rapporto sull'economia delle province molisane, 12° giornata dell'economia

Valle d'Aosta, Saveurs du Val d'Aoste, <http://www.lovevda.it/it/enogastronomia/saveurs-du-val-d-aoste>

Varese E., Bonadonna A, Percivale F. (Anno XIX, 6, 2010), Il progetto "Piemonte Agriqualità": la valorizzazione delle produzioni agroalimentari piemontesi, De Qualitate,.

Ventura A. (2013), Il marchio QC dell'Emilia Romagna, Convegno "Filiera di Qualità. Esperienze a confronto", http://84.38.50.190/agricoltura/Portals/1/doc/Tipicita2013/06_Alberto_Ventura.pdf

Venusti M. (2009), I formaggi di Sardegna, Agenzia Laore Sardegna

Vesce E., Bonadonna A., Pairotti M.B, Beltramo R., Percivale F. (11/12, 2010), Ristorazione sostenibile. Il progetto SOMMI della Regione Piemonte, Alimenti e Be