

consortium

La rivista a carattere scientifico delle Indicazioni Geografiche



FOCUS

Turismo DOP: indirizzo normativo e prospettive per il sistema IG



Le prospettive del nuovo Regolamento (UE) 2024/1143

La legislatura europea appena conclusa ci ha lasciato in eredità un importante strumento per la crescita e il progresso delle Indicazioni Geografiche: il nuovo Regolamento (UE) 2024/1143. Frutto delle esperienze europee iniziate nel 1991 con l'introduzione delle DOP IGP, questo Regolamento rappresenta un significativo passo avanti. Desideriamo ringraziare **Paolo De Castro**, padre della riforma, e tutti coloro che hanno contribuito a questa impresa sistemica, che per la prima volta unifica in una stessa norma la regolamentazione del cibo, del vino e delle bevande spiritose di qualità.

Con questo numero di Consortium si inaugura uno SPECIALE dedicato agli approfondimenti tecnico-giuridici sul nuovo Regolamento, che ci consentirà di esplorare numerose implicazioni e opportunità. Docenti ed esperti del settore ci offriranno una panoramica completa delle potenzialità del nuovo testo legislativo, aiutandoci anche a comprendere meglio le eventuali criticità. Iniziamo questo approfondimento con due interventi: il primo del Professor **Ferdinando Albisinni**, che ci ha fornito una visione lucida e originale, evidenziando come questo provvedimento rappresenti una svolta significativa per il settore; il secondo di **Stefano Vaccari**, attuale dirigente del Masaf, che ha sottolineato l'importanza del riconoscimento che il nuovo Regolamento attribuisce alle IG come presidio culturale europeo.

Sempre in merito al nuovo Regolamento che, grazie anche al lavoro svolto negli anni dalla Fondazione Qualivita, introduce tra le varie deleghe assegnate ai Consorzi di tutela la possibilità di gestire servizi turistici con una specifica funzione "didattica", offriamo una riflessione sul **Turismo DOP** attraverso uno specifico FOCUS. Questa nuova idea di turismo enogastronomico mira a distinguere le attività turistiche legate alle Indicazioni Geografiche da quelle più generiche del turismo enogastronomico più ad "uso commerciale". Sul tema del turismo e delle produzioni agricole, è fondamentale affrontare anche le questioni legate alla sostenibilità, che non possono essere separate dalle Indicazioni Geografiche. Con **Marina Montedoro**, presidente dell'Associazione per il Patrimonio delle Colline del Prosecco di Conegliano e Valdobbiadene, abbiamo approfondito l'aspetto della gestione corretta di un'area riconosciuta come patrimonio Unesco, che si sovrappone a una zona di produzione di un prodotto DOP. L'osservatorio che ha realizzato Fondazione Qualivita www.turismodop.it si presta come primo strumento di raccolta dati proprio per

gestire al meglio il turismo enogastronomico da parte dei Consorzi e delle imprese. Il tema del turismo e delle IG come strumento di marketing territoriale trova particolare spazio anche fra gli articoli di analisi in questo numero di Consortium, insieme a studi sull'economia circolare, sulla sostenibilità ambientale e sulla forza delle reti locali delle Indicazioni Geografiche.

Importanti novità provengono anche dall'Assemblea di Origin Italia che, come anticipato nel numero scorso, ha aderito alla strategia FAO sulla sostenibilità. L'obiettivo ambizioso è definire e applicare uno standard di sistema entro il 2030 per tutte le Indicazioni Geografiche italiane. Durante la stessa occasione, **Diego Canga Fano**, direttore delle Indicazioni Geografiche della DG AGRI, ha annunciato la volontà della Commissione di avviare un piano d'azione a livello europeo.

Per concludere dobbiamo riconoscere l'impegno straordinario del Ministero, e in particolare del Ministro **Francesco Lollobrigida**, che nei primi sei mesi del 2024 ha attuato una serie di iniziative di grande risonanza a sostegno del made in Italy, con un'attenzione speciale al settore DOP IGP. Le campagne promozionali abbinata a eventi sportivi, la collaborazione con enti internazionali e le iniziative di valorizzazione che hanno coinvolto cittadini, imprese, Consorzi di tutela ed enti territoriali, si sono basate su una strategia che valorizza la qualità, l'origine, la certificazione e la tracciabilità dei nostri prodotti. Questo impegno ha posizionato le produzioni DOP e IGP al vertice del modello italiano di qualità, rafforzando la fiducia degli operatori e di tutto il sistema delle Indicazioni Geografiche.



Mauro Rosati
Direttore Editoriale Consortium

consortium

Anno VII - N. 23 aprile - giugno 2024
ISSN 2611-8440 cartaceo - ISSN 2611-7630 online

Rivista trimestrale a carattere scientifico
Iscritta nel Registro della Stampa del Tribunale di Roma al n. 111 del 27/6/2018

Direttore responsabile: Mauro Rosati

Proprietario ed editore:



Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato SpA
Via Salaria 691, 00138 Roma
www.ipzs.it



Ideazione e progettazione grafica:



Fondazione Qualivita
Via Fontebranda 69 - 53100 Siena
www.qualivita.it - www.qualigeo.eu



Comitato scientifico Qualivita:

Paolo De Castro (presidente),
Simone Bastianoni, Stefano Berni, Riccardo Cotarella,
Riccardo Deserti, Alessandra Di Lauro, Stefano Fanti,
Maria Chiara Ferrarese, Angelo Frascarelli, Roberta Garibaldi,
Antonio Gentile, Luca Giavi, Gabriele Gorelli, Lucia Guidi,
Alberto Mattiacci, Christine Mauracher, Luca Sciascia,
Filippo Trifiletti, Lorenzo D'Archi, Dario Bagarella

Redazione

Elena Conti, Giovanni Gennai, Alberto Laschi,
Alessandro Maurilli, Geronimo Nerli, Marilena Pallai

Chiuso in redazione Giugno 2024

Gli articoli sono a cura della redazione con la collaborazione dei
ricercatori e degli autori delle ricerche analizzate

Stampa a cura

dell'Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato S.p.A.
Sede legale e operativa: Via Salaria, 691 - 00138 Roma

Vai al sito della rivista

www.qualivita.it/edizioni/rivista-consortium

© 2024 Riproduzione riservata
Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato S.p.A. - Libreria dello Stato

I diritti di traduzione, adattamento, riproduzione con qualsiasi procedimento,
della presente opera o di più parti della stessa, sono riservati per tutti i Paesi.

L'Editore, ai sensi dell'art. 13 del Regolamento UE 2016/679 (GDPR), in qualità
di Titolare del trattamento dati, informa che i dati personali forniti sono
necessari e saranno trattati per le finalità connesse agli adempimenti dei
rapporti contrattuali. Il cliente gode dei diritti di cui agli artt. 15, 16, 17, 18, 20
e 21 del GDPR e potrà esercitarli inviando raccomandata a.r. al Data Protection
Officer (DPO) Via Salaria 691 - 00138 Roma, o e-mail all'indirizzo privacy@ipzs.it
it o utilizzando il modulo disponibile sul sito www.garanteprivacy.it.
L'informativa completa è disponibile su
https://www.ipzs.it/docs/public/informativa_clienti.pdf

NOTIZIE
Atlante Qualivita Treccani
in dono ai Capi di Stato del G7

02

SPECIALE - Analisi del Regolamento (UE) 2024/1143

ANALISI
Ferdinando Albisinni, Professore Università della Tuscia
Indicazioni Geografiche e innovazioni disciplinari: il nuovo Pacchetto Qualità

05

06

ANALISI
Stefano Vaccari, dirigente Masaf
Le IG come patrimonio culturale dell'UE: prime riflessioni sul nuovo Regolamento UE

09

FOCUS - Turismo DOP

13

ANALISI
Mauro Rosati, direttore Qualivita e Origin Italia
Dal nuovo Regolamento europeo sulle IG un passo avanti per lo sviluppo del "Turismo DOP"

14

ANALISI
Mara Giua, Cristina Vaquero Piñeiro, Elina De Simone, Università Roma Tre
Unesco e IG: l'effetto del riconoscimento congiunto sui flussi turistici

19

ANALISI
Ariela Bankier, Università di Pisa
Promozione turistica delle aree rurali attraverso i prodotti IG: il caso della Toscana

23

ANALISI
Marina Montedoro, Ass. Patrimonio Colline Prosecco Conegliano Valdobbiadene
Le Colline del Prosecco di Conegliano e Valdobbiadene. Tutela e valorizzazione di un patrimonio

27

NOTIZIE
Progetto EcoLog
Viabilità sostenibile nelle Colline di Conegliano e Valdobbiadene

30

ANALISI
Strategie partecipative per i vini DOP IGP
Approcci per la sostenibilità del settore vitivinicolo: il caso del Prosecco DOP

33

ANALISI
Economia circolare
Un nuovo paradigma per la sostenibilità delle IG

38

ANALISI
Sostenibilità ambientale
Le IG promuovono la sostenibilità ambientale nelle filiere alimentari?

42

NOTIZIE
Assemblea Origin Italia 2024
Eletto il nuovo Consiglio Direttivo e approvata la strategia di sostenibilità

46

NOTIZIE
Seminario Origin Italia 2024
Dalla Riforma verso l'innovazione e la sostenibilità delle IG europee

48

OSSERVATORIO
Ricerca IG | Sistema IG | Normativa IG | Nuove IG

50

Sommario



Atlante Qualivita Treccani in dono ai Capi di Stato del G7

Realizzata un'edizione speciale dell'Atlante Qualivita-Treccani per il G7, con la prefazione del Premier Meloni e del Ministro Lollobrigida, che racconta il made in Italy agroalimentare

L'agroalimentare made in Italy è stato al centro degli eventi che si sono tenuti in occasione della Presidenza italiana del G7 2024 rappresentato dalle Indicazioni Geografiche, scelte come simbolo dell'eccellenza italiana, grazie ad una edizione speciale dell'Atlante Qualivita e uno spazio dedicato ai Consorzi di tutela all'interno dell'International Media Centre alla Fiera del Levante di Bari.

Proprio per promuovere l'eccellenza agroalimentare made in Italy, il Governo italiano ha scelto l'Atlante Qualivita edizione Treccani, l'opera che raccoglie il patrimonio a Indicazione Geografica italiano, come dono per accogliere i Capi di Stato dei Paesi partecipanti al G7, tenutosi in Puglia dal 13 al 15 giugno 2024. Nell'occasione è stata realizzata una versione speciale dell'opera in lingua inglese con la prefazione del Premier **Giorgia Meloni** e del Ministro dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste **Francesco Lollobrigida**.

Una scelta che conferma l'**importanza del cibo di alta qualità come strumento di soft power**, proprio per la sua capacità di diffondere i valori di riferimento del Paese, insieme alla cucina italiana, recentemente candidata a patrimonio Unesco e colonna portante della **Dieta Mediterranea**. Non a caso l'Italia è il Paese con più prodotti DOP IGP al mondo, capaci di esprimere la grande cultura enogastronomica nazionale, il valore e la biodiversità delle filiere territoriali.

L'edizione speciale dell'Atlante Qualivita "G7 Italia 2024" racconta l'identità di questo patrimonio ed è stata realizzata con il supporto del Masaf appositamente per offrire agli ospiti internazionali del forum un'espressione di punta della cultura e dell'eccellenza made in Italy.

"I prodotti DOP, IGP e STG rappresentano un asset strategico dell'economia italiana. Le decine di migliaia di imprese impegnate nel settore generano un indotto fondamentale per i territori e l'occupazione e trascinano l'export agroalimentare nazionale. Il Governo ringrazia la Fondazione Qualivita e l'Istituto dell'Enciclopedia Italiana - Treccani per aver realizzato e pubblicato questo Atlante, una vera e propria guida per esplorare il mondo della Dop economy italiana, conoscere i prodotti dell'enogastronomia italiana e scoprire le storie, le persone e i paesaggi che sono dietro ad ogni etichetta. [...] L'Italia è un modello, e offre al mondo il suo patrimonio unico, di conoscenze e competenze, anche per affrontare la sfida globale della sicurezza alimentare, tra le priorità della Presidenza italiana del G7". Dalla prefazione del Presidente del Consiglio **Giorgia Meloni**.

Durante il G7, inoltre, la rappresentazione dell'agroalimentare italiano ha avuto ampia visibilità anche nell'ambito dell'**International Media Centre alla Fiera del Levante di Bari**, lo spazio da cui oltre mille giornalisti accreditati hanno seguito i lavori del forum. Oltre alla presentazione dell'Atlante Qualivita tenutasi durante la conferenza di apertura degli spazi espositivi del made in Italy, dal 13 giugno si sono tenuti numerosi **eventi formativi e di degustazione dei prodotti DOP IGP realizzati e guidati dai Consorzi di tutela** con la collaborazione di **Origin Italia**.





"Un importante contributo di quello che l'agroalimentare è e di come il tricolore si propone nei mercati internazionali"

Francesco Lollobrigida
Ministro dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste

"Prosegue al G7 il nostro percorso per la diffusione e la promozione internazionale della cultura delle Indicazioni Geografiche"

Cesare Mazzetti
Presidente Fondazione Qualivita

"L'edizione dell'Atlante Qualivita al G7, segna un momento importante per il Paese e per l'Istituto della Enciclopedia Italiana"

Massimo Bray
Direttore generale dell'Istituto della Enciclopedia Italiana

"Il racconto del sistema italiano DOP IGP, un modello agricolo e alimentare di qualità costruito con un approccio democratico"

Mauro Rosati
Direttore Fondazione Qualivita e Autore

"La rete dei Consorzi partecipa a questo importante momento di racconto del patrimonio italiano DOP IGP"

Cesare Baldrighi
Presidente Origin Italia



#qualivitaatlasG7

Glossario

Regolamento (UE) 2024/1143

- 1. Associazioni di gruppi di produttori:** Organizzazioni costituite da più gruppi di produttori che si uniscono per rappresentare gli interessi collettivi dei loro membri, promuovere la cooperazione e migliorare la gestione della produzione e della commercializzazione dei loro prodotti.
- 2. Evocazione:** Uso di termini, immagini, o simboli che richiamano un prodotto protetto da una Denominazione d'Origine o da una Indicazione Geografica, in modo da indurre il consumatore a credere che il prodotto in questione possieda le stesse qualità o provenga dalla stessa area geografica del prodotto protetto.
- 3. Gruppo di produttori:** Un'organizzazione non ufficialmente riconosciuta costituita da produttori dello stesso prodotto o degli stessi prodotti designati da un'Indicazione Geografica che collaborano per raggiungere obiettivi comuni, come migliorare la qualità dei loro prodotti, ottimizzare la produzione e la commercializzazione o difendere gli interessi dei membri.
- 4. Gruppo di produttori riconosciuti:** Un'organizzazione ufficialmente riconosciuta da un'autorità competente che rappresenta i produttori di uno o più prodotti designati da un'Indicazione Geografica e ne promuove gli interessi, soddisfacendo i requisiti legali stabiliti dallo Stato membro per tale riconoscimento.
- 5. Indicazioni facoltative di qualità:** Informazioni supplementari fornite volontariamente dai produttori sulle etichette dei loro prodotti per indicare caratteristiche aggiuntive di qualità, metodi di produzione o modalità di trasformazione, che non sono richieste dalle normative ma possono aiutare a distinguere i prodotti sul mercato.
- 6. Nomi di dominio di primo livello geografico:** Domini internet che terminano con un'estensione che indica una specifica regione geografica o Paese (ad esempio, ".it" per Italia, ".eu" per l'Unione Europea).
- 7. Pratiche commerciali sleali:** Comportamenti o azioni da parte di un'impresa che sono contrari ai principi di buona fede e correttezza nei rapporti tra imprese e nelle transazioni commerciali, causando uno svantaggio ingiusto a un'altra impresa o al consumatore.
- 8. Pratiche sleali e svalorizzanti:** Comportamenti che denigrano, svalutano o diffamano ingiustamente prodotti, marchi, o operatori del mercato o che risultano fuorvianti e ingannevoli per il consumatore, spesso per ottenere un vantaggio competitivo scorretto.
- 9. Prodotto Trasformato:** Un prodotto alimentare ottenuto dalla trasformazione di prodotti non sottoposti ad alcun trattamento, che subisce uno o più processi di lavorazione che ne modificano le caratteristiche originali, come la forma, la struttura, la composizione o la natura.
- 10. Relazioni sulla sostenibilità:** Documenti redatti da gruppi di produttori che descrivono e valutano le pratiche sostenibili adottate, l'impatto ambientale delle loro attività e i progressi verso obiettivi di sostenibilità specifici.
- 11. Regolazione dell'offerta:** Misure adottate dalle organizzazioni di produttori o gruppi di produttori riconosciuti per controllare la quantità di un prodotto immesso sul mercato, al fine di stabilizzare i prezzi, prevenire eccessi di offerta o carenze e garantire una produzione sostenibile, vincolanti per tutti i produttori.

SPECIALE

Analisi del Regolamento (UE) 2024/1143



EUR-Lex

ANALISI

Ferdinando Albisinni, Professore Università della Tuscia

Indicazioni Geografiche e innovazioni disciplinari: il nuovo Pacchetto Qualità

Stefano Vaccari, dirigente Masaf

Le IG come patrimonio culturale dell'UE: prime riflessioni sul nuovo Regolamento UE

ANALISI



Indicazioni Geografiche e innovazioni disciplinari: il nuovo *Pacchetto Qualità*

Il Regolamento (UE) 2024/1143 introduce novità rilevanti nella disciplina IG, nel merito e anche nel disegno istituzionale, nelle competenze e procedure. I produttori e le organizzazioni sono al centro della regolazione, che si propone quale modello ben oltre i confini politici e disciplinari

Un modello unitario e una disciplina sistemica

Il nuovo Regolamento (UE) 2024/1143 del Parlamento Europeo e del Consiglio, dell'11 aprile 2024, in applicazione dal 13 maggio 2024, ha introdotto una disciplina originale e innovativa in tema di Indicazioni Geografiche e di altre Indicazioni di qualità.

Il legislatore europeo, che oltre dieci anni fa aveva regolato in un unico testo DOP, IGP, e STG dei prodotti agricoli e alimentari, e altri regimi di qualità, prosegue lungo un percorso di riordino sistemico, regolando in modo unitario anche i vini e le bevande spiritose, sin qui oggetto di testi normativi formalmente (ed in più punti anche sostanzialmente) separati e distinti.

Tutto ciò ha conseguenze rilevanti, anzitutto quanto alla configurazione unitaria dei prodotti del territorio, espressamente riconosciuti nel loro insieme come "un punto di forza e un vantaggio competitivo importante per i produttori dell'Unione e ... parte integrante del suo patrimonio culturale e gastronomico vivo" (considerando 6 del Reg.).

Sul piano operativo ne deriva la generalizzata applicazione della tutela *ex officio*, con obbligo di intervento a tutela delle IG da parte delle Autorità degli Stati di commercializzazione oltre che di quelli di produzione; tutela *ex officio*, che il Regolamento del 2012 aveva introdotto con formula innovativa ma limitata alle sole DOP e IGP dei prodotti agricoli e alimentari, e che oggi è estesa anche alle IG del vino e delle bevande spiritose.

Sul piano dei modelli, il nuovo Regolamento introduce altresì un'esplicita estensione della tutela ai nomi di dominio (artt. 26 e 35) sin qui non espressamente considerati, nonché regole innovative quanto alla relazione fra IG e marchi (art. 31).

Novità importanti riguardano poi l'espressa applicazione della disciplina a tutti i prodotti realizzati nel territorio dell'Unione Europea, anche se destinati esclu-



Ferdinando Albisinni

professore ordinario di Diritto Agrario presso l'Università degli Studi della Tuscia e Accademico Emerito dell'Accademia dei Geografi

sivamente all'esportazione al di fuori dell'Unione (art. 26), e l'adozione di disposizioni in tema di uso dell'IG nella denominazione di vendita di prodotti che contengono tale IG fra i propri ingredienti, con la previsione, fra l'altro, della preventiva notifica scritta di tale uso al gruppo riconosciuto di produttori (art. 27).

Trova conferma, nelle nuove disposizioni così introdotte, il dialogo fra istituzioni europee e nazionali, e fra legislatori e giudici (ad esempio quanto all'adozione di una specifica disciplina UE sull'uso del nome protetto all'interno della denominazione di prodotti composti, che propone alcune prime risposte al noto caso dello *Champagne Sorbet* deciso dalla Corte di giustizia, e riprende alcuni elementi della disciplina italiana; e quanto all'estensione della tutela anche ai prodotti destinati esclusivamente all'esportazione al di fuori del territorio dell'Unione, che offre risposte alle criticità evidenziate dalla Corte di giustizia nella decisione del 2022 sulla produzione in Danimarca di un formaggio denominato "*Feta*", che non rispettava il disciplinare di tale prodotto).

Il ruolo centrale assegnato alle collettività dei produttori

Nell'originale disegno introdotto dal nuovo Regolamento, un ruolo centrale è assegnato alle collettività di produttori, investite del governo delle denominazioni e chiamate a rispondere alle domande, anche in tema di sostenibilità, dell'intera società, complessivamente intesa, oltre che dei produttori e dei consumatori.

Se i primi regolamenti del 1992 dichiaratamente miravano a proteggere i nomi di prodotti agricoli e alimentari di qualità al fine di sostenere economicamente "*il mondo rurale*" e "*i redditi degli agricoltori*", e il regolamento del 2012 aveva affiancato la tutela "*del patrimonio culturale e gastronomico vivo*" all'obiettivo di sostenere i redditi degli agricoltori, il nuovo Pacchetto Qualità del 2024 ha esplicitamente posto al centro della propria attenzione le comunità dei produttori.

Tale prospettiva è largamente presente nelle singole disposizioni, e così nell'art. 4, rubricato "*Obiettivi*", che alla lettera (a) individua quale primo obiettivo assegnato alla nuova disciplina quello di operare: "*garantendo che i produttori che agiscono collettivamente dispongano dei poteri e delle responsabilità necessari per gestire l'Indicazione Geografica in questione, anche per rispondere alle esigenze della società, ad esempio per la salute e il benessere degli animali, rivolte a prodotti che sono il risultato di una produzione sostenibile nelle sue tre dimensioni di valore economico, ambientale e sociale, e per operare e essere competitivi sul mercato.*"; e nell'art. 32, lì ove si prevede che: "*4. Un gruppo di produttori può svolgere in particolare i compiti seguenti: d) concordare le pratiche sostenibili di cui all'articolo 7, comprese nel disciplinare o separate da quest'ultimo, anche con disposizioni per verificare la conformità con tali pratiche e garantire ad esse un'adeguata pubblicità, in particolare in un sistema di informazione fornito dalla Commissione; e) intrapren-*

dere azioni per migliorare le prestazioni dell'Indicazione Geografica, in termini di sostenibilità ambientale, sociale ed economica".

Queste norme rendono esplicito, sul piano delle regole, quanto solennemente dichiarato nelle premesse del nuovo regolamento, lì ove si legge, al considerando 19: "*I produttori che agiscono collettivamente hanno maggiori poteri rispetto ai singoli produttori e si assumono la responsabilità collettiva di gestire le loro Indicazioni Geografiche, anche rispondendo alle esigenze della società rivolte a prodotti che sono il risultato di una produzione sostenibile...*", con ciò riconoscendo espressamente in capo alle comunità di produttori la responsabilità collettiva nell'uso delle IG nel mercato.

Ne emerge un disegno, che valorizza fortemente le capacità di autogoverno, con un approccio *down-up*, che innova profondamente rispetto al tradizionale approccio *bottom-down*.

Ai compiti tradizionalmente assegnati alle collettività dei produttori, dalla presentazione delle domande di riconoscimento di nuove DOP e IGP e di modifica dei disciplinari di produzione, alla legittimazione ad agire in sede amministrativa e giurisdizionale a tutela della denominazione, si aggiunge quello, assolutamente centrale, del governo della denominazione nel mercato.

È una linea, che da alcuni anni è presente nelle generali riforme della PAC, con il riconoscimento alle organizzazioni dei produttori e alle loro associazioni del compito di operare nel mercato all'interno di un quadro di specialità delle regole.

Il nuovo Pacchetto Qualità fa però un ulteriore passo in avanti, lì ove individua nei produttori e nelle loro organizzazioni i soggetti centrali per la realizzazione delle finalità assegnate ai Prodotti di Qualità, e dunque delle stesse finalità assegnate alla PAC.

I produttori organizzati acquistano nel disegno europeo un ruolo essenziale nella relazione con il mercato, e con i consumatori. Da ciò una serie di disposizioni, rivolte anche agli Stati membri, intese ad assicurare la democraticità e la rappresentatività di tali organizzazioni nella definizione delle strutture interne e nell'operatività quotidiana (artt. 32-34), valorizzando l'attenzione alla sostenibilità (artt. 7-8); disposizioni che incidono in misura significativa sul modello di governo del settore, a livello nazionale oltre che unionale.

La sostenibilità quale canone identitario delle IG

Peculiare rilievo è assegnato alla "*sostenibilità*", nelle sue plurime declinazioni come "*sostenibilità, ambientale, sociale o economica o di benessere degli animali*" (art. 7), con la richiamata attribuzione alle organizzazioni dei produttori di un ruolo di leadership nella promozione di produzioni sostenibili (art. 4), la previsione di relazioni periodiche sulla sostenibilità delle pratiche utilizzate (art. 8), e l'inserimento delle pratiche sostenibili all'interno del disciplinare (art. 49).

La dimensione unionale e quella transnazionale

Il nuovo regolamento introduce norme assai dettagliate sui procedimenti e sulle opposizioni, superando le incertezze che in tema di riconoscimento di DOP e IGP avevano portato in anni recenti ad irrisolti conflitti giudiziari; affianca alle formali opposizioni il nuovo istituto della "notifica di osservazioni" (art. 26); semplifica le procedure di modifica dei disciplinari (art. 24).

La competenza a decidere sulle domande di registrazione e di cancellazione di una IG, così come quella relativa alle richieste di modifica dei disciplinari nei punti maggiormente rilevanti, è confermata in capo alla Commissione europea (artt. 21, 24, e 25), mentre è assegnato all'EUIPO (innovando rispetto alla disciplina precedente) il compito di gestire e tenere aggiornato il registro delle IGs, fermo restando che spetta alla Commissione la decisione sulla denominazione (art. 22).

La dimensione transnazionale – coerentemente con una linea emersa più volte nei i recenti provvedimenti in materia agroalimentare – è anch'essa presente in misura crescente rispetto ai testi precedenti, con la previsione di specifiche procedure di registrazione di prodotti di Paesi terzi (artt. 14 e 57) nonché di opposizione da parte di soggetti di Paesi terzi (art. 17), di emendamenti alle registrazioni, e di controlli nei Paesi terzi.

In una parola la dimensione transnazionale, sia in entrata che in uscita, si conferma componente essenziale della disciplina europea in materia di IG, così come avvenuto di recente con la proiezione esterna alla UE della disciplina delle pratiche commerciali sleali nella filiera agroalimentare.

Il modello espansivo della disciplina delle IG dei prodotti agricoli e alimentari

Occorre aggiungere che l'innovazione disciplinare, introdotta in riferimento alle Indicazioni Geografiche del settore agroalimentare, si propone quale modello espansivo, che va ben oltre tale settore. Pochi mesi fa è stato emanato l'innovativo Regolamento (UE) 2023/2411 che, ad oltre 30 anni dal Regolamento (CE) n. 2081/1992, ha previsto la registrazione e la protezione, in sede europea e internazionale, di Indicazioni Geografiche che designano prodotti artigianali e industriali, riprendendo in molti aspetti, a partire dalle definizioni e dagli strumenti di tutela, le esperienze disciplinari elaborate in ambito agroalimentare.

Il diritto europeo delle IG dei prodotti agricoli e alimentari, muovendo dal fondo e dal territorio si conferma così quale modello innovativo ed espansivo, operante ben oltre i confini geografici e di area disciplinare.

Resta da verificare in che misura gli ordinamenti nazionali sapranno adeguarsi a queste sollecitazioni e a queste sfide.

RIFERIMENTI

Autore

F. Albisinni

Abstract

Il nuovo Regolamento (UE) 2024/1143 dell'11 aprile 2024, in applicazione dal 13 maggio 2024, in tema di Indicazioni Geografiche e di altre Indicazioni di qualità, ha introdotto significative innovazioni nella disciplina della materia, sia sotto il profilo sistematico (nella misura in cui ha raccolto in un unico testo normativo le disposizioni sulle IG dei prodotti agricoli e alimentari e quelle sulle IG dei vini e della bevande alcoliche), sia nel merito (ad esempio quanto all'uso delle IG come ingredienti di prodotti composti), sia e soprattutto quanto al governo delle IGs nel mercato.

Un ruolo centrale è stato assegnato alle comunità dei produttori, radicate localmente e organizzate nel rispetto dei principi fissati dal Regolamento, con una proiezione transnazionale della tutela, che va oltre gli stessi confini dell'Unione Europea.

Bibliografia essenziale

1. Commissione Europea, https://agriculture.ec.europa.eu/farming/geographical-indications-and-quality-schemes_it
2. Comunicazioni della Commissione al Parlamento europeo, al Consiglio, al Comitato economico e sociale europeo e al Comitato delle Regioni:
3. Il futuro dell'alimentazione e dell'agricoltura. Comunicazione sulla politica agricola comune post 2020, Bruxelles, 29 novembre 2017, COM(2017) 713 final;
4. Il Green Deal europeo, Bruxelles, 11 dicembre 2019, COM(2019) 640 final;
5. Strategia dell'UE sulla biodiversità per il 2030. Riportare la natura nella nostra vita, Bruxelles, 20.5.2020, COM(2020) 380 final;
6. Una strategia "Dal produttore al consumatore" per un sistema alimentare equo, sano e rispettoso dell'ambiente, Bruxelles, 20 maggio 2020, COM(2020) 381 final;
7. Sfruttare al meglio il potenziale innovativo dell'UE. Piano d'azione sulla proprietà intellettuale per sostenere la ripresa e la resilienza dell'UE, Bruxelles, 25.11.2020
8. COM(2020) 760 final;- Commission Staff Working Document, Analysis of links between CAP Reform and Green Deal, Bruxelles, 20 maggio 2020, COM(2020) 93 final. [Ndr: questo documento è pubblicato soltanto in lingua inglese];
9. Comunicazione della Commissione – Orientamenti sull'etichettatura dei prodotti alimentari che utilizzano come ingredienti prodotti a Denominazione di Origine Protetta (DOP) o a Indicazione Geografica Protetta (IGP) (2010/C 341/03).



Le IG come patrimonio culturale dell'UE: prime riflessioni sul nuovo Regolamento UE

In questo articolo viene analizzato il legame tra patrimonio culturale europeo e le Indicazioni Geografiche. Con la Riforma del sistema delle Indicazioni Geografiche viene segnato un passo avanti per la costruzione dell'identità europea: questa infatti sancisce che i prodotti IG dell'Unione sono "parte integrante del suo patrimonio culturale e gastronomico vivo"

Dopo circa due anni di dibattito serrato l'Unione Europea ha approvato l'attesa riforma della regolamentazione delle Indicazioni Geografiche, includendo in un unico Regolamento la disciplina dei prodotti agricoli, dei vini e delle bevande spiritose a Indicazione Geografica¹.

Il percorso legislativo non è stato semplice anche perché le critiche all'unificazione della normativa non sono mancate, specie in Italia e paradossalmente proprio dal mondo delle DOC del vino². La normativa europea sulle Indicazioni Geografiche, come noto, si era in precedenza fondata sul Reg. UE n. 1151/12³ per quanto riguarda i prodotti agricoli, sul Reg. UE n. 1308/2013⁴ relativamente ai vini e sul Reg. UE n. 2019/787⁵ per quanto concerne le bevande spiritose.

In parallelo, con il Reg. (UE) 2017/1001⁶ era stato disciplinato il marchio dell'Unione Europea e istituito l'Ufficio dell'UE per la proprietà intellettuale.

Il nuovo Regolamento, pubblicato nella Gazzetta Ufficiale CE nell'aprile 2024, interviene su tutte le predette basi giuridiche definendo una sorta di Testo unico delle IG europee.

Si tratta di un Regolamento assai corposo sia nelle premesse (85 *considerando*), che nell'articolato (89 articoli) che cerca di unificare procedure e protezione dei diritti di proprietà intellettuale riferiti alle IG alimentari. Ricordiamo infatti che nell'UE esistono anche le Indicazioni Geografiche dei prodotti artigianali la cui normativa è affidata al Reg. (UE) 2023/2411⁷.



Stefano Vaccari

economista e giurista, ha ricoperto a lungo incarichi di vertice nell'Amministrazione agricola italiana. È stato Capo Dipartimento e direttore generale presso il Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste

In questo primo, necessariamente sintetico, commento ci si sofferma su un aspetto apparentemente poco operativo della nuova normativa sulle IG, ma fondamentale per comprendere la portata della norma: il legame tra il patrimonio culturale europeo e le Indicazioni Geografiche.

Nel 2012, il primo dei considerando del Reg. UE n. 1151/12 sulle IG food sancì:

"La qualità e la varietà della produzione agricola, ittica e dell'acquacoltura dell'Unione rappresentano un punto di forza e un vantaggio competitivo importante per i produttori dell'Unione e sono parte integrante del suo patrimonio culturale e gastronomico vivo. Ciò è dovuto alle competenze e alla determinazione degli agricoltori e dei produttori dell'Unione, che hanno saputo preservare le tradizioni pur tenendo conto dell'evoluzione dei nuovi metodi e materiali produttivi".

L'inserimento dei prodotti agricoli di qualità nel patrimonio culturale dell'UE non è stato privo di significato pratico. L'art. 3 par. 3 del Trattato UE sancisce solennemente che l'Unione Europea *"rispetta la ricchezza della sua diversità culturale e linguistica e vigila sulla salvaguardia e sullo sviluppo del patrimonio culturale europeo"*. Ciò significa che l'UE è, prima ancora degli Stati membri, titolare della missione di salvaguardia e tutela del patrimonio culturale, anche con riferimento alle Indicazioni Geografiche. Sotto il profilo pratico il Reg. 1151/12, all'art. 13, par. 3, ha introdotto il meccanismo di protezione dei nomi a IG noto come *ex officio*, per il quale *"Gli Stati membri adottano le misure amministrative e giudiziarie adeguate per prevenire o far cessare l'uso illecito delle Denominazioni di Origine Protette e delle Indicazioni Geografiche Protette ai sensi del paragrafo 1, prodotte o commercializzate in tale Stato membro"*. In coerenza con la missione di salvaguardia del patrimonio culturale dell'UE, tutti gli stati membri sono quindi obbligati ad assicurare protezione a tutti i prodotti UE che si fregiano di IG.

Sino all'approvazione del nuovo Regolamento il meccanismo di protezione dei vini e degli spiriti era differente, basato su norme derivanti dall'Organizzazione Comune di Mercato dei vini o specifiche per gli spiriti, tali da assicurare una protezione sostanziale ai nomi registrati ma non ricadente sotto il cappello protettivo dell'art. 3, par. 3 del Trattato mancando, nei Regolamenti nn. 1308/13 e 2019/787 l'esplicito aggancio tra IG e patrimonio culturale dell'UE.

La sostanziale efficacia della protezione derivante dalla registrazione del nome nel registro UE *eAmbrosia*⁸, vale a dire il Registro europeo delle Indicazioni Geografiche, non deve far dimenticare che la base giuridica di tale protezione, per i vini e gli spiriti, era costituita da una regolamentazione di settore, vale a dire la Politica Agricola Comune,

come tale soggetta a modifiche ed evoluzioni contingenti. La PAC è stata per oltre sessant'anni la principale politica dell'UE in termini finanziari e non solo: nel corso dei decenni la PAC ha saputo inglobare numerose finalità extragricole attuando politiche di sicurezza alimentare, ambientali e commerciali, sempre avendo come base giuridica gli articoli da 38 a 44 dell'attuale Trattato FUE. Per fare due esempi, la PAC ha costituito base giuridica per la normativa unionale sul food security (Reg. n. 178/02) e per le pratiche commerciali sleali (Dir. n. 633/19).

Negli ultimi cinque anni, tuttavia, abbiamo assistito ad una decisa invasione di campo da parte di altre politiche, a cominciare da quelle ambientali e sanitarie, che hanno ridotto significativamente la sfera di influenza della PAC anche su materie afferenti la produzione agroalimentare. Un esempio su tutti è la normativa UE in materia di uso del suolo e carbon farming, discendente dal Green Deal e che ha come base giuridica l'art. 192 del TFUE, vale a dire la politica ambientale.

La digressione sull'impiego della PAC quale base giuridica di determinate politiche è funzionale a mostrare come la tutela dei vini e degli spiriti, prima del nuovo Regolamento sulle IG, fosse comunque influenzabile dai rapporti di forza delle diverse politiche unionali. Essendo vini e spiriti prodotti contenenti alcool, è nota la posizione di parte della Commissione Europea e di numerosi Stati membri mirante a un ridimensionamento delle politiche indirizzate al settore e a un'etichettatura precauzionale come quella adottata dall'Irlanda, con il placet della Commissione Europea, recante l'avviso: *"Il vino nuoce gravemente alla salute"*.

Il nuovo Regolamento UE sulle IG introduce importanti novità portando tutti i prodotti a IG sotto l'ala protettiva dell'art. 3, par. 3 del Trattato UE.

Il 6° considerando, riprendendo quanto già enunciato per le IG food nel Reg. 1151/2, sancisce che:

"La qualità e la varietà della produzione agricola e alimentare dell'Unione rappresentano un punto di forza e un vantaggio competitivo importante per i produttori dell'Unione e sono parte integrante del suo patrimonio culturale e gastronomico vivo. Ciò è dovuto alle competenze e alla determinazione dei produttori, che hanno saputo preservare le tradizioni e l'identità culturale come parte del patrimonio dell'Unione, pur tenendo conto dell'evoluzione dei nuovi metodi e materiali produttivi i che hanno fatto dei prodotti tradizionali dell'Unione un simbolo di qualità".

Tutti i prodotti normati dal nuovo Regolamento, cioè food, wine & spirits, sono parte integrante del patrimonio culturale UE.

L'8° considerando si spinge ad affermare che:
"I prodotti di alta qualità rappresentano una delle maggiori risorse dell'Unione, sia per la nostra economia che per la nostra identità culturale. Tali prodotti sono la più forte rappresentazione del marchio "made in the EU", riconoscibile in tutto il mondo, che genera crescita e tutela il nostro patrimonio. I vini, le bevande spiritose e i prodotti agricoli sono una risorsa europea che deve essere ulteriormente rafforzata e protetta".

L'affermazione che i prodotti di alta qualità siano *"la più forte rappresentazione del marchio "made in the EU", riconoscibile in tutto il mondo, che genera crescita e tutela il nostro patrimonio"*, nella sua enfasi, induce ad alcune riflessioni. Il Considerando introduce una definizione di prodotti "ad alta qualità", non esplicitamente presente nella precedente normativa, che definiva "prodotti di qualità" le IG registrate. La costruzione della frase sembra indicare che l'aggettivo "alta" sia una semplice enfasi sulla categoria "prodotti di qualità" e che voglia ricomprendere non solo le IG, ma anche i prodotti che si fregiano delle "indicazioni facoltative di qualità" di cui agli artt. 74 e ss. del nuovo Regolamento. Se nella definizione di "prodotti di alta qualità" sono quindi ricompresi tutti i regimi di qualità di cui al nuovo Regolamento, non si può non riconoscere un favor dell'UE, sotto il profilo dell'identità europea, a tali prodotti, ben superiore a quello riguardante tutti gli altri prodotti commerciali registrati a marchio EU. I prodotti agroalimentari di qualità, in quanto patrimonio culturale dell'UE, hanno quindi un'identità dal valore superiore al mero regime giuridico di protezione che contraddistingue gli ordinari Diritti di Proprietà Intellettuale (IPR).

I considerando 18 e 20 pongono quindi l'accento sul fatto che *"Garantire il riconoscimento e la protezione uniformi nell'intera Unione dei diritti di proprietà intellettuale connessi ai nomi protetti nell'Unione è una priorità che può essere conseguita efficacemente solo a livello di Unione"*⁹, e che *"Un sistema unitario ed esclusivo di Indicazioni Geografiche dovrebbe contribuire in maniera significativa ad accrescere la conoscenza, il riconoscimento e la comprensione dei consumatori, sia nell'Unione che nei Paesi terzi, riguardo ai simboli, alle indicazioni e alle abbreviazioni che attestano la partecipazione ai regimi di qualità europei"*¹⁰

Da un lato vi è dunque una specificità delle Indicazioni Geografiche europee in termini di valori identitari rispetto ai *trade marks*, dall'altro vi è la volontà dell'Unione di avere una gestione omogenea e centralizzata a livello europeo dell'intera materia dei marchi, affidando all'EUIPO il mantenimento e l'aggiornamento del registro dell'Unione in relazione a registrazioni, modifiche e cancellazioni di Indicazioni Geografiche (art. 23 nuovo Regolamento).

L'unificazione della normativa sulle Indicazioni Geografiche di vino, spiriti e prodotti agricoli non è dunque un'operazione di semplificazione e razionalizzazione delle procedure europee ma costituisce un passo in avanti rilevante per la costruzione dell'identità europea, e ciò in un momento delicato per la politica Agricola Comune, base giuridica e fondamento produttivo delle Indicazioni Geografiche europee, ma anche faro illuminante per le politiche agricole nazionali.

RIFERIMENTI

1. Il Regolamento è stato definitivamente adottato dal Parlamento europeo il 28 febbraio 2024 ed è in attesa di pubblicazione sulla Gazzetta ufficiale dell'UE.
2. Ancora nell'aprile 2023 le rappresentanze delle Indicazioni Geografiche del vino, a cominciare da FEDERDOC, erano in larga parte contrarie ad unificare la normativa con il food. <https://www.vinitaly.com/magazine/il-vino-d-italia-e-d-europa-e-diviso-sulla-riforma-delle-indicazioni-geografiche/>
3. Regolamento (UE) n. 1151/2012 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 21 novembre 2012 sui regimi di qualità dei prodotti agricoli e alimentari
4. Regolamento (UE) n. 1308/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio del 17 dicembre 2013 recante organizzazione comune dei mercati dei prodotti agricoli e che abroga i Regolamenti (CEE) n. 922/72, (CEE) n. 234/79, (CE) n. 1037/2001 e (CE) n. 1234/2007 del Consiglio.
5. Regolamento (UE) 2019/787 del Parlamento europeo e del Consiglio del 17 aprile 2019 relativo alla definizione, alla designazione, alla presentazione e all'etichettatura delle bevande spiritose, all'uso delle denominazioni di bevande spiritose nella presentazione e nell'etichettatura di altri prodotti alimentari, nonché alla protezione delle Indicazioni Geografiche delle bevande spiritose e all'uso dell'alcol etilico e di distillati di origine agricola nelle bevande alcoliche, e che abroga il Regolamento (CE) n. 110/2008.
6. Regolamento (UE) 2017/1001 del Parlamento europeo e del Consiglio del 14 giugno 2017 sul marchio dell'Unione Europea.
7. Regolamento (UE) 2023/2411 del Parlamento europeo e del Consiglio del 18 ottobre 2023 relativo alla protezione delle Indicazioni Geografiche per i prodotti artigianali e industriali e che modifica i Regolamenti (UE) 2017/1001 e (UE) 2019/1753
8. <https://ec.europa.eu/agriculture/eambrosia/geographical-indications-register/>
9. Considerando 18
10. Considerando 20



FOCUS

Turismo DOP



ANALISI

M. Rosati
Fondazione Qualivita

M. Giua, C. Vaquero Piñeiro, E. De Simone
Università degli studi Roma Tre

A. Bankier
Università di Pisa

M. Montedoro
Associazione per il Patrimonio delle Colline del Prosecco di
Conegliano e Valdobbiadene

ANALISI



Dal nuovo Regolamento europeo sulle IG un passo avanti per lo sviluppo del "Turismo DOP"

Qualivita e Origin Italia lanciano l'Osservatorio Turismo DOP per supportare la conoscenza, rafforzare la governance dei Consorzi di tutela e promuovere una strategia di settore

Nel comparto dell'agroalimentare si stanno affermando nuove strategie di valorizzazione legate alla dimensione turistica nel territorio di origine che assumono sempre più il valore di un'etichetta "viva" del prodotto locale e in particolare della sua massima espressione qualitativa: l'Indicazione Geografica.

Il fenomeno del turismo enogastronomico

Il turismo enogastronomico è uno di quei "comparti-gioiello" che, dopo le chiusure legate alla Pandemia, non hanno smesso di crescere sia nell'attrarre i mercati sia nel generare "esternalità positive" per i territori: in Italia si va dall'economia alla sostenibilità, dall'occupazione alla valorizzazione delle produzioni agroalimentari e vitivinicole di qualità.

Siamo di fronte a un mercato che gli analisti finanziari prevedono crescerà a una media annua del +17 % per la componente gastronomica e del +13% per la componente vino (Dati Forum Food & Wine Tourism 2024).

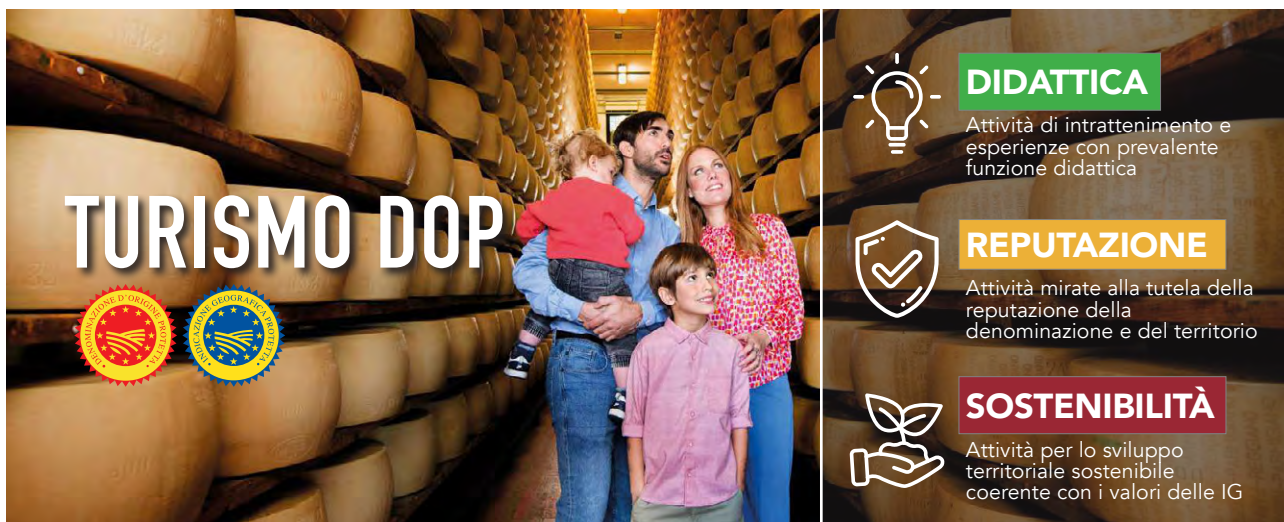
Per sostenere questa crescita le istituzioni sono al lavoro su diversi piani, dalle linee guida per le buone pratiche e lo sviluppo sostenibile ad una legislazione sempre più evoluta. I forum mondiali annuali in ambito "Gastronomy and Wine Tourism" della UNWTO, l'Organizzazione Mondiale del Turismo dell'ONU, rappresentano probabilmente il punto di riferimento internazionale così come i lavori del Comitato per il turismo dell'OCSE.

L'Italia, che nel 2024 ha scalato la classifica del Travel & Tourism Development Index 2024 pubblicata dal Forum economico mondiale (Wef) piazzandosi al nono posto, ha nel turismo enogastronomico un punto di riferimento per l'esperienza dei territori.



Mauro Rosati

esperto di Indicazioni Geografiche e politiche agricole è direttore della Fondazione Qualivita e di Origin Italia



TURISMO DOP



DIDATTICA

Attività di intrattenimento e esperienze con prevalente funzione didattica



REPUTAZIONE

Attività mirate alla tutela della reputazione della denominazione e del territorio



SOSTENIBILITÀ

Attività per lo sviluppo territoriale sostenibile coerente con i valori delle IG

Secondo l'edizione 2023 del "Rapporto sul Turismo Enogastronomico Italiano" curato da Roberta Garibaldi, a cui la Fondazione Qualivita collabora fin dalle prime edizioni, il 58% degli italiani ha effettuato almeno un viaggio con principale motivazione enogastronomica nel 2023, con una stima di circa 9,6 milioni di persone. Questo rappresenta un aumento del 37% rispetto al 2016.

Le norme sul turismo enogastronomico

Le Strade del Vino e dei Sapori sono le prime esperienze italiane regolamentate nel turismo enogastronomico. Queste iniziative sono state istituite tramite specifiche leggi regionali, basandosi sulla legge quadro n. 268 del 27 luglio 1999. Tale normativa aveva l'obiettivo di promuovere lo sviluppo turistico e culturale delle aree vitivinicole, incentivando la collaborazione tra produttori, enti locali e operatori turistici.

Turismo DOP

Il Turismo DOP è il segmento del turismo enogastronomico caratterizzato da attività e servizi sui prodotti DOP IGP organizzati prevalentemente dai Consorzi di tutela e dalle imprese associate. Il Turismo DOP attira le persone verso luoghi rinomati per i loro prodotti DOP IGP attraverso attività che presentano finalità didattica, legata alla conoscenza delle caratteristiche distintive e storico-culturali del prodotto, in grado di tutelare la reputazione e garantire una percezione positiva della filiera, in chiave sostenibile e in coerenza con i valori delle Indicazioni Geografiche.

♦ Un gruppo di produttori può svolgere in particolare i compiti seguenti: [...] diffusione di attività di informazione e promozione tese a comunicare ai consumatori le caratteristiche del prodotto designato da un'Indicazione Geografica, compreso lo sviluppo di servizi turistici nella pertinente zona geografica (Parlamento Europeo, Consiglio Europeo, Reg. UE 2024/1143, p.103) • Con la riforma delle regole UE su Dop e Igp potrebbe decollare anche il turismo a Denominazione d'Origine. Tra le novità della bozza di regolamento che nei giorni scorsi è stata approvata dalla Commissione Agricoltura dell'Europarlamento è prevista anche una definizione delle competenze in materia turistica dei Consorzi di tutela. Si tratta dell'attribuzione di un ruolo istituzionale nella promozione del "turismo Dop" ovvero la ricettività turistica legata ai prodotti a Indicazione geografica. (Giorgio dell'Orefice, Il Sole 24 Ore, 29 aprile 2023, p.19).

Con il crescente interesse dei turisti per i temi enogastronomici, le autorità sovranazionali e nazionali stanno iniziando a colmare le lacune normative che hanno caratterizzato il settore per molti anni, dato che la stessa legge sulle Strade del Vino e dei Sapori non è stata in grado di dare risposte efficaci. In Italia, dato l'importante ruolo del comparto agroalimentare, la Legge di Bilancio 160/2019 ha previsto, a partire da gennaio 2021, che le disposizioni in materia di enoturismo contenute nella Legge di Bilancio 205/2017 fossero estese anche all'oleoturismo, ponendo così le prime basi legislative inter-settoriali. La crescente domanda del comparto produttivo e l'intervento del legislatore nazionale hanno fornito agli enti regionali tutti gli elementi necessari per normare i settori dell'enoturismo e dell'oleoturismo. Le Regioni hanno quindi emanato leggi regionali e delibere utili a definire l'esercizio delle attività e a supportarne la promozione. Al 15 giugno 2024, secondo un'analisi di Qualivita-Origin Italia, sono 18 le Regioni intervenute a livello normativo con leggi, delibere o regolamenti: 17 in ambito enoturismo e 13 in quello oleoturismo. A livello europeo, con l'approvazione del nuovo regolamento 2024/1143 sulle Indicazioni Geografiche, viene assegnato ai Consorzi di tutela il compito di sviluppare specifici servizi turistici nel territorio di produzione. Queste attività mirano a diffondere informazioni e promuovere le caratteristiche dei prodotti DOP IGP ai consumatori. Con l'importanza crescente della Dop economy, il sistema dei Consorzi di tutela è chiamato a svolgere un ruolo di coordinamento e impulso nel delineare una strategia di sviluppo collettiva. Questo impegno mira a favorire non solo la crescita delle produzioni, ma anche l'economia territoriale nel suo insieme, incluso il comparto turistico, in modo sostenibile e coerente con i valori delle Indicazioni Geografiche. In quest'ottica, è opportuno differenziare il turismo enogastronomico, che comprende una vasta gamma di attività e operatori, dal "Turismo DOP". Quest'ultimo qualifica specificamente le iniziative turistiche organizzate dalle imprese delle filiere IG o dai Consorzi di tutela, con l'obiettivo principale di promuovere e far conoscere i prodotti DOP IGP.

Tuttavia, per agire efficacemente e definire un progetto complessivo sul turismo enogastronomico, è necessario prima misurare e monitorare. Secondo una mappatura del 2022 condotta da UNWTO e OIV, il 70% dei Paesi non raccoglie sistematicamente dati sull'enoturismo – il comparto più evoluto – e il 70% non ha creato indicatori di sostenibilità sull'impatto del turismo del vino.

Il Progetto Osservatorio Turismo DOP

Per supplire ad una carenza di dati strutturali, necessari alla formulazione di una strategia di settore volta a promuovere uno sviluppo territoriale sostenibile, Fondazione Qualivita, in collaborazione con Origin Italia e con il supporto del Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste, sta realizzando l'Osservatorio Turismo DOP. Questo nuovo strumento potrà consentire al sistema delle Indicazioni Geografiche italiane di avere una visione completa del fenomeno turistico enogastronomico legato ai prodotti DOP IGP, attraverso il monitoraggio e l'analisi delle attività organizzate dai Consorzi di tutela e dalle imprese associate.

Numerose fonti sono già state raccolte grazie a un lavoro di ricerca su banche dati esistenti, siti dei Consorzi e delle imprese, includendo informazioni sugli eventi, normative nazionali, europee e internazionali, ricerche scientifiche e pubblicazioni di organismi internazionali. Ulteriori fonti sono in fase di acquisizione. Per la realizzazione del progetto, Fondazione Qualivita collabora in sinergia con i Consorzi di tutela DOP IGP riconosciuti, le aziende associate e altri enti di ricerca, organizzazioni e stakeholder del settore.

La banca dati informativa dell'osservatorio è accessibile attraverso un sito web dedicato – www.turismodop.it – organizzato in quattro aree distinte (Figura 1):

- Attività
- Normativa
- Studi e Ricerche
- Dati e indicatori

L'Area Attività raccoglie un archivio, frutto dell'indagine Qualivita, contenente le principali esperienze legate allo sviluppo del turismo enogastronomico realizzate dai Consorzi di tutela. Le informazioni sono suddivise in quattro ambiti distinti: eventi; modelli organizzativi, formazione e promozione; infrastrutture materiali e immateriali; valorizzazioni (riconoscimenti territoriali come Unesco e Parchi Nazionali, certificazioni, ecc.).

L'Area Normativa ospita le fonti normative nazionali, regionali ed europee più rilevanti collegate al turismo enogastronomico, con un focus particolare sul Turismo DOP. Nell'Area Studi e Ricerche è riportato il monitoraggio delle pubblicazioni scientifiche relative al settore del turismo enogastronomico italiano e internazionale, con particolare attenzione ai prodotti a Indicazione Geografica, realizzate da enti di ricerca, università e altri soggetti accreditati.



eventi



infrastrutture

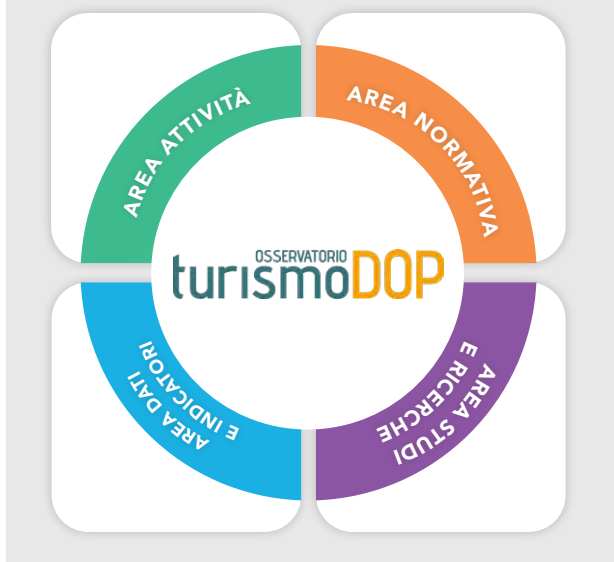


valorizzazioni



modelli organizzativi

Figura 1. Le quattro sezioni dell'Osservatorio Turismo DOP



L'Area Dati e Indicatori ospita dashboard con dati di interesse turistico e rappresenta l'obiettivo più ambizioso nel lungo periodo, mirando a costruire un riferimento statistico per un settore in continua evoluzione.

L'Osservatorio è stato concepito per far emergere un settore pronto a diventare un pilastro economico e sociale. Ha l'obiettivo di supportare la conoscenza, rafforzare la governance dei Consorzi di tutela e promuovere una strategia di settore, attraverso la condivisione e l'uso di dati e informazioni da parte degli attori del sistema DOP IGP.

Nuovi compiti e nuove opportunità per i Consorzi di tutela

Come evidenziato dal Prof. Albisinni, il nuovo Regolamento europeo rappresenta una disciplina sistemica che assegna ai Consorzi di tutela un ruolo centrale e di primo piano. In questa visione, i Consorzi di tutela hanno un compito significativo nel settore del turismo enogastronomico. Il Regolamento 2024/1143, che per la prima volta unisce i settori Cibo, Vino e Bevande spiritose a IG, stabilisce che i Consorzi sono responsabili della protezione e della promozione dei veri prodotti tipici anche in ambito turistico (**Tabella 1**). Ciò implica che essi siano i custodi delle tradizioni culinarie di una determinata regione o area geografica. Il loro lavoro di "vigilanza" sulle diverse esperienze turistiche legate alle DOP IGP deve quindi contribuire a preservare la qualità, l'autenticità e la reputazione dei prodotti, garantendo che i consumatori siano consapevoli dell'origine e delle caratteristiche distintive di tali eccellenze.

La dimensione turistica nel territorio, in particolare nelle attività all'interno delle aziende di produzione e nelle sagre, assume il valore di un'etichetta "viva" dell'Indicazione Geografica. Il consumatore/turista acquisisce informazioni dall'esperienza diretta e dal racconto delle varie figure della filiera con cui entra in contatto.

In questa accezione di etichetta narrante dell'esperienza turistica, i Consorzi di tutela devono innanzitutto sviluppare un progetto formativo per tutti gli operatori, rendendo coerente il contenuto informativo ed educativo. In secondo luogo, devono attuare un'attenta "vigilanza" affinché non ci siano disinformazioni a discapito della reputazione della Indicazione Geografica.

Il Regolamento stabilisce inoltre il ruolo guida del Consorzio in azioni per migliorare le prestazioni della filiera in termini di sostenibilità ambientale, sociale ed economica, con una forte attenzione alle ricadute sul territorio di origine. Onere che dovrà comprendere anche inevitabilmente la gestione delle attività turistiche.

A differenza dei soggetti tradizionalmente impegnati nel turismo, come le Pro Loco, ai Consorzi di tutela spetta un ruolo di coordinamento tra i diversi attori presenti sul territorio e nei vari ambiti di intervento. Questi ambiti includono la gestione di aree riconosciute a livello mondiale, alcune delle quali sono persino patrimonio Unesco, e che portano il nome della denominazione, come il Chianti, le "Colline del Prosecco di Conegliano e Valdobbiadene" e i "Paesaggi vitivinicoli del Piemonte: Langhe-Roero e Monferrato". In questi casi, è evidente come il nome del prodotto sia strettamente legato alla destinazione turistica, con una molteplicità di soggetti coinvolti su diversi livelli: dalla produzione alla mobilità, dall'esperienza ambientale all'enogastronomia. Pertanto, il ruolo del Consorzio di tutela nella gestione del turismo non si deve limitare alla filiera produttiva, ma deve anche interconnettersi con gli altri organismi preposti giocando un ruolo di primo piano.

Il turismo DOP è una grande opportunità per le filiere italiane ma è necessario partire con il piede giusto e con un progetto complessivo credibile, per evitare la l'usura dei territori e l'abbandono della vocazione primaria agricola da parte delle imprese.

Tabella 1. Le Opportunità per Consorzi di tutela, imprese e territorio

OPPORTUNITÀ (FILIERE E TERRITORIO)	COMPITI (CONSORZI DI TUTELA)
Promozione più efficace	Formazione operatori
Coesione territoriale	Vigilanza attività di promozione
Resilienza delle filiere IG	Regolamenti e certificazioni





Patrimonio Unesco e Indicazioni Geografiche: l'effetto del riconoscimento congiunto sui flussi turistici

Lo studio condotto dall'Università Roma Tre analizza l'effetto delle Indicazioni Geografiche e dei siti Unesco sul turismo, evidenziando come il riconoscimento congiunto possa fungere da driver per il turismo e lo sviluppo sostenibile del territorio

L'accreditamento delle destinazioni turistiche è diventato un ingrediente importante per aumentare l'attrattiva del turismo. La motivazione è triplice: la maggiore concorrenza globale e nazionale di destinazioni turistiche, la crescente importanza del turismo come strumento di sviluppo economico e le asimmetrie informative tra domanda e offerta che tipicamente caratterizzano il mercato turistico; queste motivazioni sono alla base delle crescenti richieste di certificazione da parte di amministratori locali e professionisti del turismo.

Tra gli accreditamenti più influenti, la Lista del Patrimonio Mondiale dell'Organizzazione delle Nazioni Unite per l'Educazione, la Scienza e la Cultura (Unesco) gioca un ruolo di primo piano. Sebbene la missione del Patrimonio Mondiale dell'Unesco sia quella di garantire la conservazione del patrimonio e aumentare la consapevolezza pubblica dei siti inclusi nell'elenco, un flusso sempre crescente di letteratura ne ha esplorato il possibile ruolo di attrattore del turismo, funzionando da "top brand" che conferisce un vantaggio competitivo rispetto alle altre destinazioni."

Tuttavia, nel corso degli anni, i turisti sono diventati sempre più attratti dalla possibilità di fruire di esperienze di visita eterogenee che, oltre al patrimonio culturale e ambientale, includono anche le tradizioni gastronomiche e le esperienze culinarie, rendendo il patrimonio enogastronomico locale un fattore sempre più importante di attrattività dei territori.

In questo contesto giocano un ruolo importante anche le Indicazioni Geografiche (IG), accreditamento attribuito ai prodotti agroalimentari con un'origine geografica specifica e che possiedono qualità e reputazione essenzialmente legata al loro territorio di origine.

Mara Giua

professoressa presso il Dipartimento di Economia dell'Università Roma Tre, e vice direttore del Centro Ricerche Economiche e Sociali Manlio Rossi-Doria, presso il Dipartimento di Economia dell'Università

Cristina Vaquero Piñeiro

ricercatrice in Politica Economica presso il Dipartimento di Economia dell'Università Roma Tre, dove insegna Economia per la Sostenibilità e l'Innovazione Agroalimentare

Elina De Simone

professoressa associata presso il Dipartimento di Economia dell'Università Roma Tre e vice direttore del Centro di ricerca di Economia e Finanza Pubblica (CEFIP)

Attrahendo persone a visitare luoghi di prodotti rinomati e apprezzati, le IG infatti svolgono un ruolo chiave anche per il settore turistico: aiutano a qualificare i sistemi territoriali preservando e sostenendo la loro identità all'interno un'industria turistica sempre più globalizzata.

Sebbene il legame tra il riconoscimento Unesco e la certificazione IG sia forte da un punto di vista concettuale (riconoscono il patrimonio locale in uno schema internazionale), l'impatto del loro riconoscimento congiunto non era stato ancora indagato nella letteratura scientifica. La ricerca qui riassunta (De Simone et al. 2023) contribuisce a colmare almeno in parte questa assenza interrogandosi su due domande specifiche: qual è l'impatto del riconoscimento congiunto del Patrimonio Mondiale Unesco e delle IG sul turismo? E in che misura l'impatto del Patrimonio Mondiale Unesco e delle IG dipende dalla dotazione locale di accreditamenti?

Metodologia

L'analisi è stata condotta guardando alle province italiane (NUTS3) durante il periodo 1999-2019 e, per quanto riguarda le IG, prendendo come riferimento quelle del vino: scelta guidata dall'importanza dei prodotti vitivinicoli nel mercato delle IG italiane (più di 500 vini certificati), dal valore storico culturale della produzione vitivinicola per l'agroalimentare italiano, e dalla sua importanza per il turismo enogastronomico. Lo studio ha impiegato modelli comunemente usati per la valutazione delle politiche - *Propensity Score Matching-Difference in Differences* (PSM-DiD) e *Generalized Propensity*

Score Matching (GPSM)- e ha stimato l'effetto su arrivi, pernottamenti e spesa di turisti sia nazionali che internazionali nelle province italiane.

Risultati

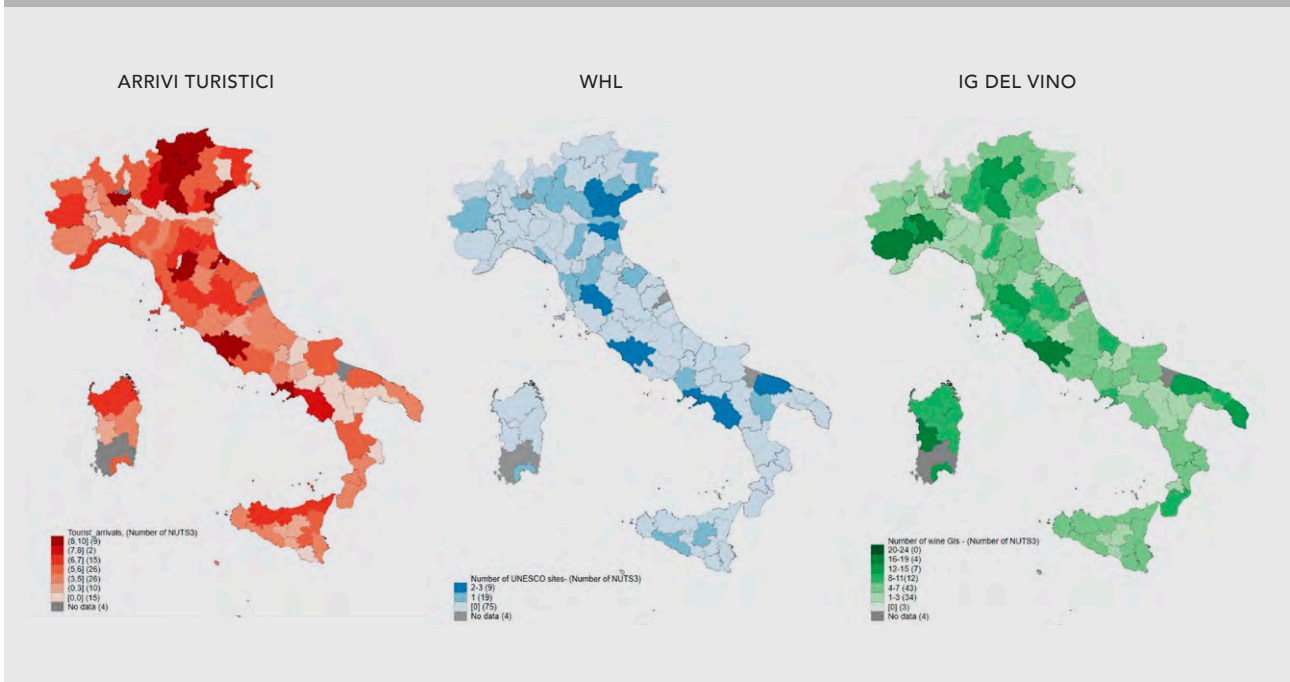
La distribuzione degli arrivi turistici nelle province italiane all'inizio e alla fine del periodo in analisi **Figura 1** e **Figura 2**) mostra come, nonostante i flussi turistici siano associati principalmente a città famose con ricche collezioni d'arte e/o località montane e costiere, negli anni siano aumentati anche i visitatori di territori che offrono un'esperienza turistica completa, alimentata anche da consolidate realtà enogastronomiche.

Negli anni considerati sono aumentati sia i siti Unesco che le IG riconosciuti (**Figura 1** e **Figura 2**).

Dalle stime emerge che sia i siti Unesco che le IG hanno un effetto causale positivo sul turismo generando un aumento in media consistente in termini di arrivi.

Inoltre, l'effetto di *branding* congiunto di siti Unesco e IG ha successo sia per attrarre turisti sia per aumentare la durata del soggiorno. Il marchio congiunto è vantaggioso anche in termini di spesa dei visitatori, suggerendo che il doppio accreditamento potrebbe attrarre più visitatori ad alto consumo, il che, a sua volta, è vantaggioso per le entrate turistiche. Questo risultato è in linea con studi precedenti, confermando l'influenza favorevole sul turismo esercitata dal riconoscimento congiunto dei marchi: le destinazioni di viaggio possono migliorare la loro attrattività turistica offrendo un insieme più ricco di attrazioni, grazie al ruolo svolto da accreditamenti sia culturali che enogastronomici nei relativi segmenti turistici.

Figura 1. Arrivi turistici, WHL e di Indicazioni Geografiche (IG) del vino nelle NUTS3 (Province) italiane, 1999



L'effetto del riconoscimento combinato si conferma positivo sia per gli arrivi turistici nazionali che per quelli internazionali. Tuttavia, l'impatto di questo riconoscimento congiunto è notevolmente più pronunciato per i flussi turistici internazionali rispetto a quelli nazionali. Questa osservazione vale anche per i pernottamenti. Per quanto riguarda la spesa turistica, l'aumento è, invece, relativamente più consistente per il segmento domestico che per quello internazionale.

Conclusioni

Lo studio ha evidenziato l'esistenza di un effetto positivo dei riconoscimenti congiunti sui flussi turistici in entrata, suggerendo una strategia di marketing per migliorare il posizionamento delle destinazioni locali nel mercato globale. In linea con precedenti ricerche, i risultati mostrano che sia la Lista del Patrimonio Mondiale (WHL) che le Indicazioni Geografiche hanno un effetto positivo sugli arrivi turistici, sui pernottamenti e sulla spesa turistica. Questo effetto positivo è, almeno in parte anche, legato al numero di accreditamenti: più una provincia è dotata di riconoscimenti naturali, culturali o enologici, maggiore è l'attrattiva turistica da essi generata. Ciò è vantaggioso sia per le destinazioni turistiche emergenti che per quelle più mature.

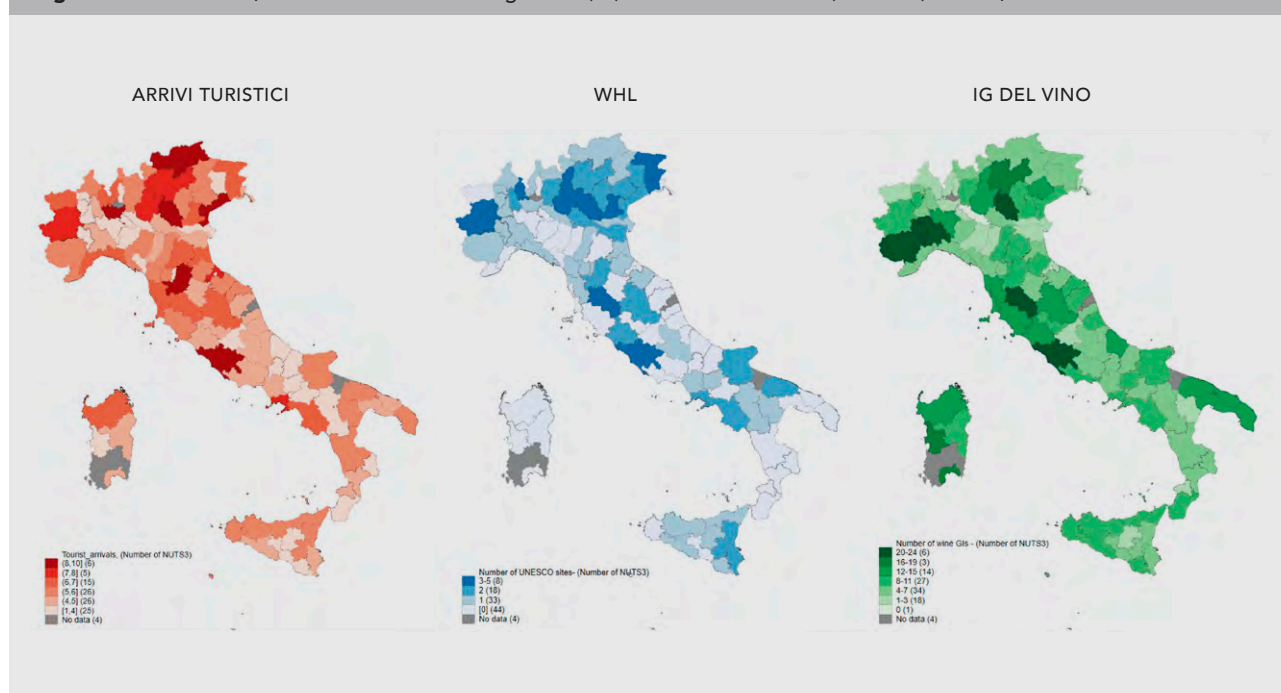
Inoltre, l'impatto dei riconoscimenti varia a seconda dei segmenti turistici. Sebbene gli effetti siano mediamente più rilevanti in termini di flussi internazionali, l'impatto è positivo e significativo anche per i flussi nazionali, dimostrando l'importanza sia dei singoli riconoscimenti sia della pubblicità congiunta del marchio. Destinazioni

riconosciute come aree IG e siti Unesco, attraendo diverse tipologie di turismo (enogastronomico e/o culturale) hanno inoltre un potenziale positivo in termini di gestione della stagionalità del turismo.

La promozione del patrimonio locale è un tema caldo nella nuova agenda europea per il turismo, con l'obiettivo di sostenere un turismo più sostenibile e rigenerativo che faciliti i cambiamenti necessari verso sistemi economici più resilienti e sostenibili. I risultati di questa ricerca supportano pienamente questo nuovo approccio, suggerendo di sfruttare le sinergie tra attrazioni culturali ed enogastronomiche per promuovere ricadute positive e ulteriori collaborazioni per un turismo sostenibile e rigenerativo.

Soprattutto nelle aree rurali e nei territori con risorse ambientali ed enogastronomiche di eccellenza, l'accreditamento turistico potrebbe rappresentare un valore aggiunto per aumentare l'attrattiva dei siti e fornire una preziosa risorsa economica alle comunità locali. D'altro canto, sarebbe anche un modo per migliorare l'esperienza turistica dei visitatori, soddisfacendo sia motivazioni culturali che gastronomiche. Va comunque considerato che la creazione di ricadute positive tra destinazioni nella stessa area richiede lo sviluppo di piani di gestione turistica più complessi, inglobando turisti eterogenei in un quadro unificato, cosa che raramente viene eseguita dai manager locali, che si preoccupano delle specificità locali senza considerarle all'interno di un approccio più olistico. Ciò sarà fondamentale per tenere conto dei possibili compromessi tra l'attrattiva della destinazione, l'efficienza dei servizi turistici locali e la sostenibilità del turismo.

Figura 2. Arrivi turistici, WH Le di Indicazioni Geografiche (IG) del vino nelle NUTS3 (Province) italiane, 2019



RIFERIMENTI RICERCA

Titolo

Eat, visit, love. World heritage list and Geographical Indications: Joint acknowledgement and consistency as drivers of tourism attractiveness in Italy*

*Parte di questo studio è stata condotta nell'ambito del progetto PON "Ricerca e Innovazione 2014–2020–Azione IV.6. Contratti di ricerca su tematiche Green," D.M.1062/2021, Ministero dell'Università e della Ricerca.

Autori

E. De Simone, M. Giua, C. Vaquero-Piñeiro

Fonte

Tourism Economics, 2023
<https://doi.org/10.1177/13548166231218765>



Abstract

Questo articolo indaga l'influenza degli accreditamenti sulla domanda turistica, in particolare le designazioni nella Lista del Patrimonio Mondiale (WHL) e le Indicazioni Geografiche (IG). L'analisi esamina i dati italiani a livello NUTS3 che vanno dal 1999 al 2019. Il contributo dello studio è duplice. In primo luogo, utilizzando un modello Difference-in-Differences insieme al Propensity Score Matching (PSM-DiD), lo studio valuta l'impatto del riconoscimento congiunto di entrambi gli accreditamenti come trattamento binario (sì/no). In secondo luogo, utilizzando il Generalized Propensity Score Matching (GPSM) per il trattamento continuo, lo studio misura come l'impatto dei due accreditamenti dipenda dal numero di riconoscimenti. Le conclusioni evidenziano effetti positivi in termini di arrivi turistici, pernottamenti e spese turistiche, associati sia al riconoscimento combinato (PSM-DiD) che alla consistenza dell'accREDITAMENTO (GPSM) e riguardano sia i flussi turistici nazionali che quelli internazionali. I risultati supportano l'attuazione di politiche che promuovano la diversità delle risorse locali, in particolare il patrimonio culturale e l'eccellenza agroalimentare.

Bibliografia essenziale

1. Crescenzi R, De Filippis F, Giua M, et al. (2022) Geographical Indications and local development: the strength of territorial embeddedness. *Regional Studies* 56(3): 381–393.
2. Patuelli R, Mussoni M, Candela G (2013) The effects of World Heritage Sites on domestic tourism: a spatial interaction model for Italy. *Journal of Geographical Systems* 15(3): 369–402.
3. Pomarici E, Corsi A, Mazzarino S, et al. (2021) The Italian wine sector: evolution, structure, competitiveness and future challenges of an enduring leader. *Italian Economic Journal*: 1–37.
4. Canale RR, De Simone E, Di Maio A, et al. (2019) Unesco World Heritage sites and tourism attractiveness: the case of Italian provinces. *Land Use Policy* 85: 114–120.
5. Crescenzi R, De Filippis F, Giua M, et al. (2023) From local to global, and return: Geographical indications and FDI in Europe. *Papers in Regional Science* 102(5): 985–1006.
6. Cuccia T, Guccio C and Rizzo I (2017) Unesco sites and performance trend of Italian regional tourism destinations: a two-stage DEA window analysis with spatial interaction. *Tourism Economics* 23(2): 316–342.



Promozione turistica delle aree rurali attraverso i prodotti a Indicazione Geografica: il caso della Toscana

Una ricerca condotta dall'Università di Pisa analizza i punti di forza e di debolezza dei prodotti tradizionali nella promozione del turismo rurale e del Turismo DOP, e sottolinea l'importanza di un'offerta turistica integrata e di una strategia di comunicazione adatta anche ai turisti stranieri

I prodotti a Denominazione di Origine Protetta (DOP) e Indicazione Geografica Protetta (IGP), così come i Prodotti Agroalimentari Tradizionali (PAT) vantano caratteristiche uniche che li rendono strumenti preziosi per promuovere in una maniera sostenibile i territori rurali dove vengono prodotti.

In questo contesto, i prodotti di aziende agricole localizzate sulle antiche vie della transumanza, rappresentano un ulteriore asset per differenziare l'immagine del territorio in un contesto competitivo sempre più dinamico. Lo scopo di questo lavoro, realizzato nell'ambito di un progetto Interreg Marittimo denominato CambioVia è stato triplice: analizzare il grado di comprensione da parte dei turisti italiani e stranieri delle certificazioni DOP, IGP, PAT; valutare il livello di interesse nei confronti dei prodotti agroalimentari realizzati "secondo la tradizione" e se questi possano fungere da potenziale fattore di attrazione; e individuare delle strategie per attirare visitatori e promuovere i prodotti tradizionali, favorendo l'economia locale.

Metodologia

Un questionario semi-strutturato di 18 domande è stato somministrato a un campione di convenienza di 100 persone, composto da 39 italiani e 61 stranieri. La somministrazione del questionario si è svolta nell'arco di tre mesi, in diversi contesti: nelle città di Firenze, Lucca e Pisa; in due festival gastronomici (il Mercato Internazionale del Tartufo Bianco a San Miniato e il Desco Food Festival a Lucca); e tramite interviste telefoniche.



Ariela Bankier

consulente nel campo del turismo e CEO di Travel Italy Guru, un tour operator specializzato in turismo enogastronomico e turismo rurale esperienziale. Si è laureata in Scienze e Tecnologie delle Produzioni Animali presso l'Università di Pisa e ha pubblicato delle guide sull'Italia. Collabora come docente con varie organizzazioni

Le risposte sono state codificate utilizzando un software per la gestione dei dati qualitativi (MAXQDA), permettendo l'identificazione dei principali temi emergenti.

Considerato il carattere esplorativo dello studio, le domande erano prevalentemente aperte, con la possibilità di fornire risposte multiple. Ai partecipanti è stato chiesto, tra l'altro: di descrivere la loro giornata ideale nella campagna Toscana; di indicare i fattori più attraenti della regione; di definire il loro livello di interesse per il cibo; di condividere le loro conoscenze sui cibi DOP, IGP, e PAT; di indicare la loro disponibilità a visitare le zone di produzione di questi cibi; di specificare quali fattori potrebbero incentivarli a visitare un'area rurale di produzione; e di indicare l'interesse a visitare una zona rurale se la visita in azienda fosse accompagnata da un'attività complementare (come ad esempio da una lezione di cucina o una escursione). Inoltre, è stato chiesto ai partecipanti se preferiscono le aziende che adottano pratiche di produzione sostenibile, e se sarebbero disposti a pagare un prezzo più alto per un'attività di turismo esperienziale (lezione di cucina) che impiega esclusivamente prodotti locali.

Risultati e discussione

I risultati del questionario evidenziano che il cibo rappresenta uno degli elementi più attrattivi della Toscana (menzionato nelle risposte codificate del 78% degli intervistati). Alla domanda "Descrivi la tua giornata ideale nella campagna toscana", la possibilità di gustare cibo italiano e godersi un buon pasto con vista panoramica ricorre frequentemente nelle risposte. Su un totale di 342 codici identificati, ben 112 riguardano cibo e vino (Figura 1). Inoltre, 41% degli italiani e 46% degli stranieri si sono autodefiniti "foodies" (appassionati di cibo), rivelando la presenza di un segmento di mercato particolarmente interessato alle esperienze culinarie.

La seconda sezione del questionario indagava la conoscenza dei prodotti tradizionali. I risultati evidenziano una netta disparità tra turisti italiani e stranieri in termini di familiarità con le denominazioni DOP, IGP e PAT. Tra i 39 partecipanti (su 100) che non conoscevano né il termine "DOP" né il termine "IGP", 38 erano stranieri. I prodotti DOP risultano più noti rispetto agli IGP, e la conoscenza dei termini DOP e IGP è maggiore tra i "foodies": su 28 "foodies" stranieri, il 64,3% conoscevano almeno il termine DOP. Tra i 16 "foodies" italiani, tutti gli intervistati conoscevano almeno il termine DOP. Pur conoscendo i termini, non tutti gli intervistati ne comprendevano appieno il significato. Quando invitati a spiegare che cos'è un prodotto DOP/IGP a parole proprie, le risposte sono state variegate: 49 partecipanti hanno menzionato nella loro risposta un legame tra il prodotto e il suo territorio, 26 hanno associato i termini a un riconoscimento della qualità del prodotto, e 28 hanno fatto riferimento a un sistema di garanzia.

Questi dati suggeriscono che una strategia di marketing basata sul riconoscimento di un prodotto agroalimentare come DOP o IGP sia più efficace su un target di consumatori italiani piuttosto che stranieri, che spesso non conoscono il valore associato alle IG.

Si sottolinea anche il grande interesse emerso verso i prodotti della transumanza, realizzati da aziende che ancora praticano questa tradizione antica: il 90% degli intervistati (italiani e stranieri) ha espresso il desiderio di assaggiarne uno. Nonostante l'assenza di una definizione ufficiale o di una tutela legale specifica, questi prodotti hanno suscitato grande curiosità e sembrano essere percepiti come "genuini" e "autentici".

Un ostacolo emerso dallo studio è che la conoscenza di un prodotto certificato come DOP o IGP non garantisce automaticamente l'interesse dei turisti, specialmente se stranieri, a visitare le zone rurali di produzione nonostante - in risposta alla domanda "Cosa ti invoglierebbe a

Figura 1. La codificazione delle risposte alla domanda "descrivi la tua giornata ideale nella campagna Toscana"

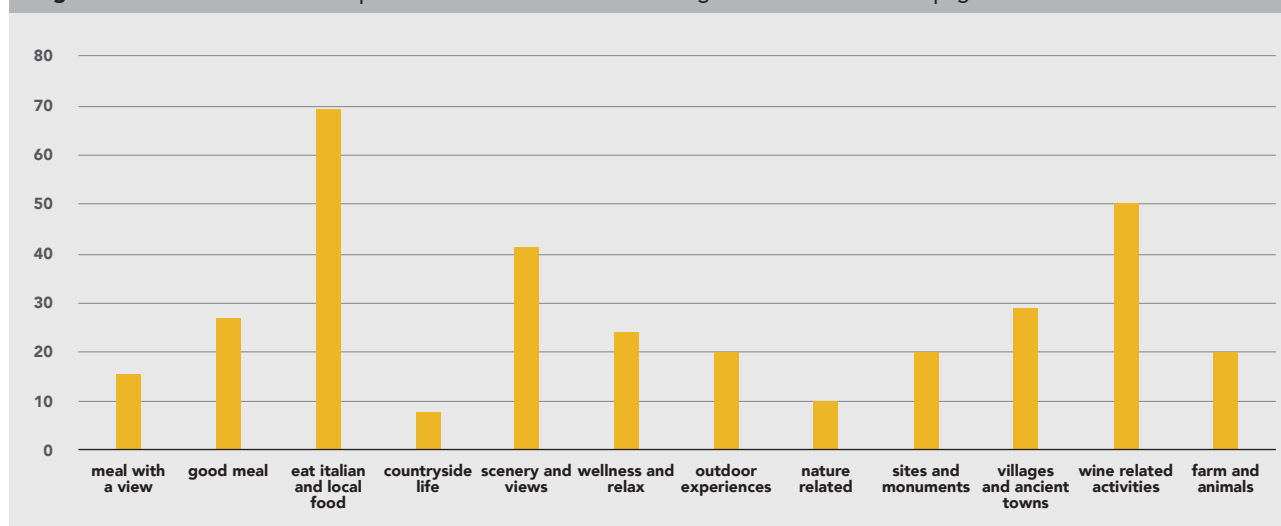
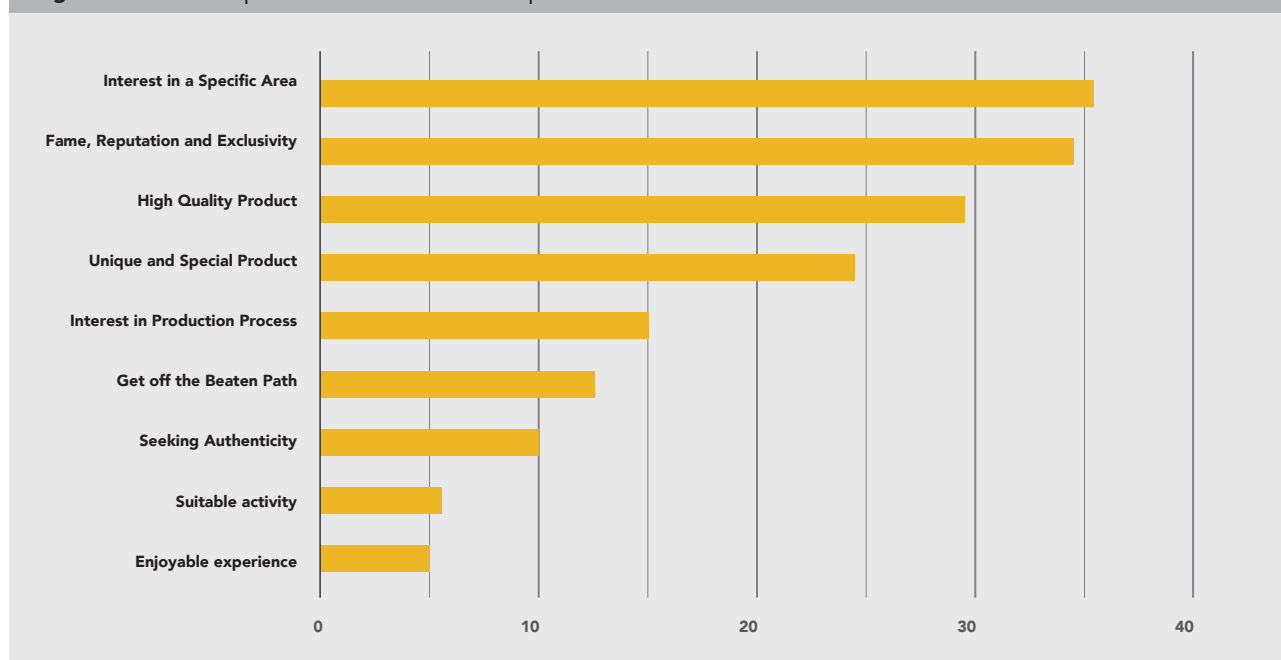


Figura 2. Motivazioni per visitare una zona rurale di produzione



visitare un luogo di produzione di alimenti tradizionali?" – le motivazioni più frequenti riguardino la fama, la reputazione, l'unicità e la qualità del prodotto (**Figura 2**).

L'abbinamento di una visita in azienda agricola ad un'attività complementare, come un festival, un corso di cucina, un'escursione o un giro in e-bike, ha incrementato l'interesse a visitare un'azienda: l'81,4% dei "foodies" (rispetto al 74,4%) e il 63% (rispetto al 53,7%) dei "moderatamente interessati al cibo" ha espresso la propria disponibilità a valutare una visita con degustazione in azienda se fosse associata ad un'altra esperienza.

Queste risposte evidenziano la necessità di co-creare un'offerta turistica territoriale attrattiva e completa, costruita tramite una collaborazione strategica tra vari stakeholders sul territorio.

In risposta alle domande sulla sostenibilità, l'85% degli italiani e il 68,9% degli stranieri hanno espresso una preferenza per aziende agricole che adottano pratiche sostenibili, ma al contempo il 24% delle persone ha specificato che ci sono altri fattori che considerano più importanti della sostenibilità. Tra le diverse aree di sostenibilità, il benessere animale si è distinto come la priorità principale per il 46% degli intervistati, soprattutto per i turisti stranieri. Questo crescente interesse potrebbe diventare un vantaggio per le PMI che utilizzano dei sistemi di allevamento rispettosi del benessere animale. Il benessere animale potrebbe far parte di una strategia di differenziazione e marketing aziendale, attirando sia i consumatori che i turisti sensibili a questi argomenti. Ulteriori ricerche sarebbero necessarie per comprendere la disponibilità dei clienti a pagare un prezzo premium per prodotti tradizionali realizzati in linea con questi principi.

Conclusioni

La Toscana, rinomata per il suo patrimonio artistico, ha visto emergere l'enogastronomia come un potente fattore di attrazione turistica. L'elevato interesse per il cibo autentico, rinomato e gustoso può essere valorizzato attraverso iniziative che celebrano i prodotti locali e promuovono le aree rurali. Il turismo rurale ed esperienziale basato sui prodotti d'eccellenza rappresenta un'importante opportunità di crescita sostenibile e inclusiva per le aziende agricole, offrendo nuovi canali di vendita e di reddito.

La strategia di promozione dei prodotti d'eccellenza rurali, tra cui i prodotti DOP e IGP, dovrebbe prendere in considerazione il divario di conoscenze tra visitatori italiani e stranieri su questa materia. Una strategia di marketing articolata potrebbe essere necessaria per compensare la mancanza di conoscenze, sottolineando l'unicità territoriale, l'autenticità, il gusto, e l'alta qualità dei prodotti locali. L'analisi qualitativa delle risposte codificate emerse dallo studio evidenzia l'importanza che i visitatori attribuiscono soprattutto al sapore, alla fama, all'esclusività e alla reputazione di un cibo. Ulteriori ricerche sono necessarie per identificare i modi più efficaci per comunicare la qualità di un prodotto DOP o IGP ai potenziali turisti, creando un brand chiaro e inconfondibile.

Una seconda sfida consiste nel trasformare l'interesse verso un prodotto, in un viaggio nella sua zona di produzione, promuovendo il turismo locale. I dati suggeriscono la necessità di un'offerta turistica completa che includa attrazioni complementari al prodotto stesso. Inoltre, sarebbe fondamentale differenziare questa offerta per

distinguerla dall'offerta enogastronomica "standard" già presente nelle mete turistiche più gettonate in regione. Emulare le proposte consolidate di altre destinazioni rinomate potrebbe rivelarsi inefficace per le zone rurali, soprattutto quelle che non corrispondono all'immagine "classica" della Toscana. Al contrario, puntare sulla differenziazione attraverso esperienze autentiche e tipiche legate al territorio offrirebbe maggiori prospettive, attraendo segmenti di visitatori che cercano genuinità e una connessione con le comunità locali.

Infine, lo studio evidenzia il potenziale di un'offerta sinergica tra vari stakeholders locali per la promozione dei prodotti tradizionali e del territorio stesso. Tale approccio si allinea al Piano Strategico del Turismo 2023-27, che sottolinea la necessità di "favorire gli investimenti nella tutela e nella valorizzazione del patrimonio enogastronomico, delle sue produzioni di eccellenza, dei suoi paesaggi, degli artigiani e dei luoghi storici del gusto, preservandone le espressioni identitarie quali, ad esempio, la Cucina Italiana e la Dieta Mediterranea".

RIFERIMENTI RICERCA

Titolo

How Can Traditional Products (PDO, PGI, TAP, Transhumance) Contribute to the Development of Sustainable and Inclusive Destinations in Rural Tuscany

Autore

Ariela Bankier

Fonte

tesi del Corso di Laurea Magistrale in Scienze e Tecnologie delle Produzioni Animali, Università di Pisa
<https://etd.adm.unipi.it/theses/available/etd-01092024-091751/>



Abstract

Mentre alcune aree della Toscana centrale attirano un gran numero di turisti ogni anno, le aree rurali, soprattutto nella Toscana settentrionale, faticano ad attirare la stessa quantità di attenzione. I prodotti alimentari tradizionali e quelli recanti Indicazioni Geografiche (IG), tra cui la Denominazione di Origine Protetta (DOP), l'Indicazione Geografica Protetta (IGP), i Prodotti Agricoli Tradizionali (TAP) e i prodotti della transumanza, hanno il potenziale per trasformare le aree rurali e attrarre sia visitatori stranieri, promuovendo al contempo un ecosistema turistico sostenibile e inclusivo. Lo scopo di questo lavoro è analizzare il grado in cui i turisti comprendono il significato del sistema di certificazione IG; valutare il livello di interesse per i prodotti alimentari tradizionali e se possano fungere da potenziale fattore di attrazione; e valutare possibili strategie per attirare visitatori e promuovere i prodotti agroalimentari locali contribuendo allo stesso tempo all'economia locale. Applicando la tecnica della codifica a 100 interviste semi-strutturate condotte con intervistati italiani e stranieri in tutta la Toscana, questo studio evidenzia i principali temi e le opinioni sottostanti che influenzano le loro scelte. I risultati mostrano che i turisti stranieri hanno meno familiarità con gli alimenti IG; che le attività combinate possono potenzialmente aumentare il numero di turisti che visitano un'area rurale dove vengono prodotti cibi tradizionali; e che i turisti abbiano un'opinione favorevole delle aziende agricole che producono cibo in modo sostenibile e sottolineino l'importanza di preservare le tradizioni locali e il benessere degli animali.

Bibliografia essenziale

1. Biddulph R., Scheyvens R. (2018). Introducing inclusive tourism. *Tourism Geographies*. 20. P.1-6.
2. Cavicchi A., Stančová K. (2016). Food and gastronomy as elements of regional innovation strategies. Report number: JRC99987, Institute for Prospective Technological Studies.
3. Domi S., Belletti G. (2022). The role of origin products and networking on agritourism performance: The case of Tuscany. *Journal of Rural Studies*. 90. 113-123.
4. FAO (2008). Promotion of traditional regional agricultural and food products: a further step towards sustainable rural development (2008), twenty-sixth FAO regional conference for Europe.
5. Garibaldi R., Pozzi A. (2021). Il turismo enogastronomico e le dinamiche della domanda: un'analisi del comportamento degli italiani.
6. Hall, C. (2012). Boosting food and tourism-related regional economic development. *Food and the Tourism Experience* p.49-62.
7. Montanari A., Staniscia B. (2009). Culinary Tourism as a Tool for Regional Re-equilibrium. *European Planning Studies*. 17. 1463-1483.
8. Rinaldi C. (2017). Food and Gastronomy for Sustainable Place Development: A Multidisciplinary Analysis of Different Theoretical Approaches. *Sustainability* 2017, 9(10), 1748.
9. Vandecandelaere E., Arfini F., Belletti G., Marescotti A. (2007). Linking people, places and products: A guide for promoting quality linked to geographical origin and sustainable Geographical Indications (second edition). FAO.
10. Williams H.A., Williams Jr. R.L., Omar M. (2014) 'Gastro-tourism as destination branding in emerging markets', *Int. J. Leisure and Tourism Marketing*, Vol. 4, No. 1, pp.1-18.



Le Colline del Prosecco di Conegliano e Valdobbiadene. Tutela e valorizzazione di un patrimonio

Sostenibilità e cooperazione, una strada obbligata per l'Associazione per il Patrimonio delle Colline del Prosecco di Conegliano e Valdobbiadene che sta sviluppando progetti per il miglioramento del turismo, della logistica e della qualità della vita dei cittadini

Nel 2019 le Colline del Prosecco di Conegliano e Valdobbiadene sono state inserite da Unesco nella lista dei Patrimoni dell'Umanità come paesaggio culturale. Il riconoscimento, arrivato dopo 11 anni dalla presentazione del dossier, ha voluto premiare un'area, quella di produzione di una delle Denominazioni più importanti in Italia, non solo per vino che vi si produce (Conegliano Valdobbiadene – Prosecco DOP), ma anche e soprattutto per le caratteristiche paesaggistiche e geomorfologiche della zona, con particolare focus su tre elementi distintivi:

1. hogback: la presenza di crinali estremamente irti e scoscesi allungati in direzione est-ovest e intervallati da piccole valli parallele;
2. ciglioni inerbiti: una tipologia di terrazzamento nei vigneti che prevede il naturale inerbimento dell'interfila al posto di muretti a secco o altre soluzioni;
3. paesaggio a mosaico: zone fortemente parcellizzate e interconnesse tra loro in cui piccoli appezzamenti di vite, mediamente di un ettaro, si intervallano a bosco.

Questi elementi non solo rendono la zona unica da un punto di vista paesaggistico per la sua straordinaria bellezza, ma garantiscono da un lato la tenuta dei pendii a fronte di rischi idrogeologici sempre più frequenti in un contesto di mutate condizioni climatiche, dall'altro la presenza di una biodiversità naturale unica, considerando che circa il 30% dell'area è investita a vite e il restante 55% è rappresentato da bosco.



Marina Montedoro

laureata nel 2001 alla Facoltà di Agraria di Padova, dal 2002 è Dottore Agronomo, nel 2005 consegue il Dottorato di Ricerca in Economia e Politica. Dal 2014 è direttore dello Spallanzani di Milano ente nazionale di ricerca che tutt'ora guida. Nel 2019 è nominata direttore di Coldiretti Lombardia. Dal 2020 è nominata presidente dell'Associazione per il Patrimonio delle Colline del Prosecco di Conegliano e Valdobbiadene. Dal 2021 è direttore di Coldiretti Veneto. Nel 2022 è nominata coordinatore dei Siti Unesco del Veneto

La crescita del turismo

Un riconoscimento come quello Unesco, da una parte, impone vincoli importanti a partire da quelli paesaggistici che condizionano anche le attività antropiche a partire dalla normale pratica viticola, dall'altra, rappresenta un valore aggiunto inestimabile perché consente di far conoscere una zona prima quasi sconosciuta ai più e che nel 2023 si è confermata la prima destinazione turistica in Veneto per crescita del numero di presenze turistiche rispetto alla media regionale. I primi tre mesi del 2024 confermano questa tendenza con un +35% di presenze rispetto al resto del Veneto (+13%), con una forte tendenza alla stagionalizzazione dei flussi con presenze importanti anche nei mesi un tempo ritenuti "morti" (inverno e autunno) con un +23% gennaio, +18% febbraio e +40% marzo rispetto al 2023 e un +39% di stranieri rispetto al +23% degli italiani (Dati Ufficio turismo Regione Veneto). Questi dati parlano di una tendenza in atto che va tenuta in considerazione e dimostra come diventi fondamentale attuare delle strategie di valorizzazione e di protezione per tutelare il paesaggio nel rispetto di quelli che oggi sono anche degli impegni chiari nei confronti di Unesco, ma che in realtà da sempre sono il focus delle politiche di valorizzazione sostenute dalla Regione Veneto. L'Associazione per il Patrimonio delle Colline del Prosecco di Conegliano e Valdobbiadene è l'ente che ufficialmente e da Statuto si occupa del sito tenendo conto della necessità in *primis* della sua tutela e in seconda battuta della sua valorizzazione. L'attuazione di strategie condivise con tutti i portatori di interesse, dalle amministrazioni comunali, ai Consorzi di tutela delle Denominazioni che insistono sull'area (non solo vini), alle pro loco, alle organizzazioni sindacali, ecc. rappresenta per l'Associazione la direttrice su cui, da quando è stata fondata nel 2020, si muove.

I progetti per la sostenibilità delle Colline del Prosecco di Conegliano e Valdobbiadene

EcoLog è uno dei tanti progetti che sono stati messi in cantiere in questi anni coinvolgendo più portatori di interesse con l'obiettivo di favorire una crescita sostenibile dell'area tenendo conto di alcuni elementi critici quali la pressione turistica, la logistica, l'accoglienza, ecc. La logistica, soprattutto nelle fasi di maggior concentrazione dovute alla stagione vitivinicola, è uno degli elementi più sensibili in un'area in cui va garantita la viabilità sia per i cittadini che per i visitatori, sempre più presenti in zona, oltre che per gli operatori vitivinicoli. Il Progetto è nato per affrontare queste esigenze, tipiche di un territorio di produzione vitivinicola, basandosi su buone pratiche già realizzate con successo in un'altra area Unesco quella della Langhe, Roero e Monferrato, con tutti gli ovvi distinguo del caso, nella convinzione che l'ottimizzazione logistica può contribuire a valorizzare il territorio dove operano centinaia di cantine e che un servizio ad hoc di supporto alle vendite, sia intra sia extra UE, sia "B2C" sia

"B2B", può ridurre il carico burocratico che grava sulle singole cantine e migliorare la loro capacità di risposta alle esigenze di commercio nazionale e internazionale. Il progetto EcoLog nasce, quindi, per costituire un Hub Logistico e di Servizi dedicato al territorio, per raccogliere la merce da spedire e di conseguenza convogliare il traffico "pesante" su uno o più centri posizionati strategicamente a "fondo valle" e/o in prossimità di accessi all'autostrada. In questo modo si prevede che sarà possibile ridurre le criticità legate all'intensità del traffico pesante sulle Colline, creare un servizio nevralgico nel quale centralizzare le attività logistiche distributive e futuri servizi di supporto alla produzione, alla vendita e alla distribuzione. Il progetto si pone, quindi, come obiettivo finale e concreto la gestione centralizzata di ordini di ritiro attraverso una Piattaforma di "booking collaborativo" che consenta la governance dei flussi quotidiani su un territorio che ha le sue fragilità e deve essere tutelato, lasciando agli operatori vitivinicoli libertà di azione affinché la zona non perda di attrattività per attività economiche che sono da tutti riconosciute come fondamentali per la vita delle Colline, a partire dalla tutela del lavoro dei viticoltori, a quella di una denominazione che è un fiore all'occhiello anche per il sito Unesco. Tracciare e misurare le spedizioni effettuate dalle cantine diventa strategico per misurare, prevedere e quindi prevenire giornate/periodi di intenso traffico, limitando i flussi di ritiro e favorendo le aggregazioni di volumi nel corso dell'anno, gestendo i flussi in modo sempre più omogeneo, distribuendo meglio richieste e volumi in consegna e tenendo più stabile il traffico, andando anche a ridurre i picchi. In estrema sintesi EcoLog potrebbe favorire il coordinamento tra tutte le cantine (con un occhio attento alle differenze anche in base alla loro dimensione), gli operatori logistici e le amministrazioni comunali, creando occasioni di sinergia operativa a tutto vantaggio della sostenibilità del territorio considerando anche il maggior risparmio di CO₂ attribuibile principalmente alla gestione ottimizzata dei mezzi con una saturazione degli stessi e una sostituzione di mezzi obsoleti con motrici moderne. Si è stimato che, grazie alla realizzazione del Progetto, sia possibile una riduzione delle emissioni del 30-40% (pari a 130-170 tonnellate/anno non più emesse nell'ambiente).

I principi che muovono il progetto (sostenibilità, ottimizzazione, cooperazione, condivisione, tutela, ecc.) rappresentano i principi base della tutela di un paesaggio Patrimonio dell'Umanità e rappresentano una strada obbligata oggi per una gestione che sappia valorizzare a 360 gradi le attività economiche necessarie alla sopravvivenza della zona, le produzioni enogastronomiche che rappresentano la storia dell'area, la presenza di visitatori da tutto il mondo che sono poi il biglietto da visita delle Colline e la qualità di vita dei cittadini che abitano e amano queste zone.





EcoLog: un progetto per la viabilità sostenibile nelle Colline di Conegliano e Valdobbiadene Patrimonio Unesco

Il progetto, realizzato in collaborazione con il Consorzio di Tutela del Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG, mira a sviluppare un sistema di logistica sostenibile per il territorio al fine di ridurre l'impronta ecologica e il traffico causato dai mezzi pesanti

Il territorio del Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOP oltre ad essere conosciuto per il suo prodotto, dal 2019 in seguito al riconoscimento Unesco ha esteso la sua fama anche per le particolarità paesaggistiche e per le unicità legate al vino dei suoi luoghi. Questi due elementi, prodotto e territorio, hanno negli ultimi anni accresciuto in modo quasi inaspettato l'interesse per l'area, incrementando le presenze enoturistiche e di conseguenza anche il movimento di mezzi e di merci. Ancora contemporaneo a questi fatti, vi è negli ultimi anni una attenzione sempre più puntuale a tutto ciò che è sostenibile e a tutto ciò che deve essere in questo senso migliorato.

Le sfide delle aree rurali, tra turismo e logistica

La Denominazione movimentata oggi oltre 90 milioni di bottiglie (con un percorso di entrata in cantina e di successiva uscita), a cui si aggiunge tutto ciò che riguarda la preparazione del vino e il suo confezionamento. Come già anticipato, negli ultimi anni l'enoturismo sta diventando un'altra voce importante e ad esso è legata la considerevole quota di movimento delle persone che con vari mezzi frequentano il territorio. Bisogna però ricordare che a fronte di questo incremento di mezzi di trasporto di varie dimensioni e tipologie, la rete stradale negli ultimi 40-50 anni non è cambiata. Ciò significa che è stato progettato un tempo, adatto ad un'area prevalentemente rurale, oggi non è più adeguato alle necessità attuali e ciò sta creando sempre maggiori



Diego Tomasi

ricercatore presso il CREA-VE e direttore del Consorzio di Tutela del Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG. È presidente del comitato scientifico del CERVIM e presidente del SIVE. Dal 1995 per conto del MIPAAF fa parte della delegazione italiana all'OIV. Dal 2004 è accademico ordinario dell'Accademia Italiana Vite e Vino. Nel 2016 è nominato socio onorario dell'Associazione donne della vite. Ha ricoperto l'incarico di direttore del CREA-VE dal 2015 al 2017

difficoltà di percorrenza, mettendo a rischio anche la stabilità del fondo stradale per i molti automezzi pesanti che transitano. A fronte di queste sempre più urgenti problematiche nasce la volontà di intervenire sul tema della viabilità all'interno dell'intero sito Patrimonio dell'Umanità Unesco che, anche a causa della morfologia collinare del territorio, non ha potuto avere l'evoluzione necessaria a sopportare la mole di traffico generata dallo sviluppo economico dell'area. L'idea di un progetto per la gestione sostenibile della logistica delle cantine e dell'enoturismo nell'area delle Colline di Conegliano e Valdobbiadene nasce su iniziativa di Coldiretti Treviso che si è ispirata alle best practice attuate nel sito Unesco Langhe Roero e Monferrato.

Un protocollo di intesa per una filiera sostenibile

Per dare concretezza all'idea, si è costituito un partenariato composto da Coldiretti Treviso, l'Associazione per il Patrimonio delle Colline del Prosecco di Conegliano e Valdobbiadene, il Consorzio di Tutela del Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG, il Comune di Valdobbiadene e la Banca Prealpi San Biagio, che grazie ad un protocollo di intesa si è proposto come primo step quello di avviare uno studio di fattibilità, sull'esempio piemontese, che analizzasse la possibilità di intervenire per rendere più sostenibile il movimento dei mezzi di trasporto per merci e persone. L'indagine preliminare già conclusa ha coinvolto una ventina di cantine rappresentative del territorio alle quali è stato chiesto il loro movimento merci medio

Il partenariato EcoLog

Il progetto nasce da un'idea di Coldiretti Treviso ed è stato sviluppato in collaborazione con l'Associazione, coinvolgendo il Comune di Valdobbiadene, il Consorzio di Tutela della DOCG Conegliano Valdobbiadene, la banca Prealpi San Biagio e ha ricevuto nel 2024 un contributo pubblico per la sua realizzazione (che si unisce alle risorse finanziarie già messe a disposizione volontariamente nel 2023 dai soggetti coinvolti) da parte di Regione Veneto che lo ha ritenuto meritevole di finanziamento.

annuale, i picchi di attività e le attuali modalità di svolgimento. I risultati preliminari confermano che gestendo in modo diverso la logistica dei trasporti, si potrà ottenere un risparmio fino al 40% sulle emissioni di CO₂, diminuendo il traffico di mezzi pesanti come i Tir e rendendo più sicura anche per il ciclista e il pedone la viabilità sulle colline Patrimonio dell'Umanità. Anche gli abitanti ne avranno certamente un beneficio grazie ad un alleggerimento del traffico e di tutto quello che ne concerne in termini di problematiche presenti sulle strade. L'intero progetto, denominato EcoLog, prevede anche l'individuazione di due poli logistici alle estremità della Denominazione dove far confluire le merci in arrivo e in partenza con previsto stoccaggio delle stesse.



Tabella 1. Cantine analizzate, le loro esigenze di trasporto e i fattori abilitanti che potrebbero supportarle nell'incidere meno pesantemente sul traffico

Tipi di Cantine	Produzione di bottiglie	Trasporto dalla Cantina	Facilitatori per il problema traffico	Stima impatto ECOLOG
Cantine Grandi di tipo A	<p>Sono 26 Cantine che complessivamente si stima producano ca. 277 Mln di bottiglie all'anno sommando i valori dichiarati online e stimando una media per le altre (91,2%)</p> 	<p>Importante quota parte di ricorso a bilici, molto spesso saturi</p> <p>Da verificare la possibilità di intervenire su navettaggi con motrici frequenti (si riduce il «tonnellaggio», ma si aumentano i viaggi)</p>	<p>Bretelle e «strade del vino»</p> <p>Aree di stoccaggio fisiche a valle</p>	
Cantine Grandi di tipo B				
Cantine Grandi di tipo C				
Cantine Medie	<p>Sono 16 Cantine che complessivamente si stima producano ca. 9.6 Mln di bottiglie all'anno (3,2%)</p>	<p>Possibilità di ricorrere a Motrici con Milk-run, salvo per i bilici saturi che già producono</p>	<p>Centralizzazione booking e aree di stock a valle</p>	
Cantine Piccole	<p>Sono 212 Cantine che complessivamente si stima producano ca. 17.1 Mln di bottiglie all'anno (5,6%)</p>	<p>Possibilità di ricorrere a Motrici con Milk-run</p>	<p>Centralizzazione booking (+ aree di stock a valle)</p>	

Inoltre, il passo successivo prevede la realizzazione di una piattaforma software necessaria alla gestione dei poli stessi mediante la gestione "dell'ultimo miglio" – ovvero la fase finale del processo di consegna dall'hub logistico alla destinazione finale – e la riduzione dei viaggi di ritorno a vuoto. Per i turisti saranno previsti punti di confluenza e di trasporto congiunto.

EcoLog, ripensare la viabilità per ridurre l'impronta ambientale e sociale

In definitiva EcoLog si propone di ridurre l'inquinamento da CO₂, ridurre la presenza di veicoli singoli a favore dei veicoli condivisi, evitare in modo prioritario la presenza dei mezzi di grandi dimensioni, ridurre la presenza dei mezzi a trazione tradizionale a favore dei mezzi elettrici green e non ultimo porterà dei benefici anche al turista che sempre più è parte integrante della nostra economia. Il Consorzio di Tutela del Conegliano Valdobbiadene DOCG da tempo si sta impegnando in quelli che sono tutti i progetti che riguardano la sostenibilità nel proprio territorio, di conseguenza EcoLog diventa importantissimo in quanto si aggiunge e porta ad un equilibrio più ampio e accelerato per tutto ciò che concerne il rispetto dell'ambiente e la sua pianificazione. Di fronte alle positive aspettative emerse dallo studio di fattibilità anche la Regione del Veneto ha annunciato il suo sostegno al progetto "EcoLog – Polo logistico Conegliano Valdobbiadene", un'iniziativa come detto volta promuovere una visione responsabile e attenta all'ambiente nella filiera vitivinicola in coerenza con il Piano Regionale dei Trasporti. Grazie al finanziamento regionale, verrà a breve attivato un servizio speri-

mentale nel Comune di Valdobbiadene (TV): coinvolgendo pochi operatori logistici che utilizzando mezzi green di piccole/medie dimensioni effettueranno le consegne di merci e il ritiro dell'imbottigliato dalle singole cantine e il suo stoccaggio rapido presso i poli logistici dai quali partirà la consegna ad ogni cliente; in aggiunta si svilupperà un portale EcoLog per il booking delle consegne e dei ritiri. La gestione operativa sarà attivata in via sperimentale per alcuni mesi utili a mappare frequenze, modalità di servizio ed elaborare i dati raccolti. Nei giorni festivi gli stessi automezzi potranno essere trasformati e adibiti al trasporto dei visitatori. A fronte dell'eventuale esito positivo della sperimentazione condotta, l'attività di servizio verrà estesa su tutto il territorio e ambito di produzione vinicola del Conegliano Valdobbiadene - Prosecco DOP.

Gli impatti di EcoLog

Per la stima degli impatti il progetto EcoLog ha preso in considerazione tutta l'area interessata dalla logistica (16 comuni di cui 15 in area core e buffer) che è pari a circa 480 Km² dove si producono sia Conegliano e Valdobbiadene DOCG, sia DOC, sia qualche altra denominazione per un numero totale stimato di 300 mln di bottiglie prodotte, per un totale di 254 cantine iscritte al Consorzio della DOCG. Dall'analisi preliminare è stata calcolata una riduzione delle emissioni di CO₂eq compresa tra il 30 e il 40%, pari a 130-170 tonnellate/anno.



Approcci partecipativi per la sostenibilità vitivinicola: il caso del Prosecco DOP

Il CIRVE di Conegliano presenta il caso studio del progetto di sostenibilità del Prosecco DOP l'obiettivo è avviare un processo territoriale di transizione verso modelli produttivi in linea con lo sviluppo sostenibile

Il tema della sostenibilità oggi ha una notevole rilevanza nel settore vitivinicolo, soprattutto a causa dei cambiamenti climatici che stanno avendo un forte impatto sul mondo del vino. Diversi studi hanno infatti mostrato come l'aumento delle temperature previsto nei prossimi anni avrà effetti significativi sulla fisiologia della vite, mettendo in discussione l'idoneità alla produzione di uva di qualità in alcune regioni storicamente vocate, con impatti economici significativi per chi ha investito in viticoltura. L'importanza di questa tematica è poi accentuata dalla crescente sensibilità dei consumatori agli aspetti ambientali e sociali che li sta inducendo ad orientarsi sempre di più verso prodotti realizzati con processi meno impattanti. Ciò è vero anche per i consumatori di vino, soprattutto in alcuni mercati, come quelli del Nord Europa, dove viene richiesto alle aziende un impegno concreto non solo in termini di riduzione dell'impatto ambientale ma anche a favore dei lavoratori e delle comunità locali. Anche chi vive nei pressi di areali viticoli richiede un approccio più sostenibile alla coltivazione della vite, che consenta la riduzione dell'uso di pesticidi e una maggiore tutela del paesaggio e della biodiversità.

L'interesse verso gli aspetti di sostenibilità nel mondo del vino ha portato alla nascita nei principali Paesi produttori di un numero significativo di programmi di certificazione della sostenibilità e/o di valutazione delle performance ambientali, sociali ed economiche. Queste iniziative, promosse da associazioni di produttori, organizzazioni o istituzioni e sviluppate molto spesso grazie alla collaborazione con centri di ricerca, sono state sviluppate per migliorare e certificare la conformità della produzione vitivinicola ai principi di sostenibilità. Nonostante l'attenzione alla sostenibilità però l'adesione a questi programmi è ancora limitata, anche se le istituzioni stanno promuovendo



Valentina Di Chiara

laureata in viticoltura, enologia e mercati vitivinicoli e frequenta il corso di dottorato in Land, Environment, Resources, Health (LERH) dell'Università di Padova



Eugenio Pomarici

professore ordinario presso il Dipartimento Territorio e Sistemi Agro-Forestali (TESAF) e vicedirettore del Centro Interdipartimentale per la Ricerca in Viticoltura ed Enologia (CIRVE) dell'Università di Padova

programmi e iniziative volte a supportare e indirizzare le aziende verso scelte più consapevoli offrendo incentivi alla transizione verso modelli produttivi più "green". Ciò è dovuto in larga parte alla complessità tecnica richiesta per implementare le buone pratiche di sostenibilità e all'incertezza relativa ai benefici economici. Infatti, tra i produttori è diffusa l'idea che i costi necessari per intraprendere un percorso di sostenibilità siano superiori ai benefici economici che ne deriverebbero. Tuttavia, alcuni studi, evidenziano che la presenza di competenze specifiche che supportano l'implementazione di buone pratiche in azienda influenzi positivamente l'effetto della loro adozione sui costi e sulla redditività. Per favorire quindi un'adesione a programmi di sostenibilità a più ampia scala, approcci partecipativi mediati da organismi di settore – come associazioni di produttori o Consorzi che mirino alla condivisione di informazioni e competenze per individuare soluzioni comuni a problemi condivisi dalle aziende in aree specifiche – possono certamente svolgere un ruolo chiave.

Questo articolo presenta un caso di adozione di un approccio collaborativo da parte della Denominazione Prosecco DOP, al fine di mostrare quale tipo di organizzazione e quali risorse sono necessarie per avviare un processo territoriale di transizione verso modelli produttivi coerenti con i principi dello sviluppo sostenibile. Data la necessità e l'urgenza di integrare la sostenibilità nei sistemi produttivi a scala territoriale, l'esperienza del Prosecco DOP, può fornire un valido supporto a enti o comunità che vogliono mettere insieme competenze diverse per raggiungere ambiziosi obiettivi ambientali, sociali ed economici.

Metodologia

Attraverso il metodo del single case study viene presentato il progetto di sostenibilità denominato "PRO.S.E.C.CO DOC" (Programma della sostenibilità e del controllo della competitività della filiera vitivinicola Prosecco DOP), ovvero un programma lanciato nel 2019 dal Consorzio di Tutela della DOC Prosecco e ancora in corso, che mira ad aumentare il livello di sostenibilità della Denominazione grazie all'azione collaborativa di diversi attori. Le informazioni utilizzate per descrivere il caso studio provengono dall'esperienza degli autori coinvolti direttamente nel progetto e dall'analisi di report, linee guida e strumenti prodotti dall'attività del gruppo operativo.

Risultati

L'avvio del progetto è stato possibile grazie alla costituzione di un gruppo operativo (GO) nell'ambito dei programmi di Partenariato Europeo per l'Innovazione (PEI – AGRI, art. 35 del reg. 1305/2013), costituito dal Consorzio, con ruolo di coordinamento, da altri partner e coinvolgendo figure professionali esterne (**Tabella 1**). Ciò ha consentito di far lavorare insieme professionisti con conoscenze complementari (pratiche, imprenditoriali, scientifiche, ecc.) per sviluppare soluzioni e strumenti efficaci per aumentare il livello di sostenibilità delle aziende. Per il progetto è stato inoltre scelto come benchmark di sostenibilità lo standard SOPD di Equalitas®, che fornisce un approccio basato su tre pilastri e che promuove l'adozione di pratiche virtuose richiedendo ai diversi attori della filiera di ottemperare a requisiti oggettivi e di misurare indicatori di performance ambientali.

Tabella 1. Attori coinvolti nel progetto, suddivisi per membri del gruppo operativo (GO) e figure professionali esterne.

MEMBRI INTERNI AL GRUPPO OPERATIVO		MEMBRI ESTERNI AL GRUPPO OPERATIVO	
Cantine	Cantina di Conegliano e Vittorio Veneto: cantina cooperativa	Software	AGER: fornitore del software Enogis
	Le Carline: piccola azienda familiare		APRA: sviluppatore del Sistema di raccolta dati
	Le Rive: piccola azienda familiare	Calcolatori	SATA: esperto di life cycle assessment
	Santa Margherita: azienda familiare molto grande		Qualiware: fornitore dei calcolatori di carbon e water footprint
	Villa Sandi: azienda familiare grande		
Organizzazione interprofessionale	Consorzio di tutela del Prosecco DOC: organizzazione interprofessionale responsabile della produzione di Prosecco DOC	Sistema di gestione della sostenibilità	Michele Granzotto: consulente
Ente di formazione	Impresa verde: ente di formazione accreditato		FDC Project consulting: società di consulenza
Centro di ricerca	CIRVE: Centro interdipartimentale per la ricerca in viticoltura ed enologia		

Il progetto prevede cinque fasi principali:

1. Creazione di un tavolo di lavoro per il coordinamento del gruppo operativo al fine di stabilire un piano di lavoro condiviso con il quale portare avanti le attività;
2. Progettazione del sistema di coordinamento, che pone le basi per il futuro sviluppo della piattaforma informatica per il controllo del sistema di gestione della sostenibilità e una prima rilevazione degli indicatori di performance ambientali, sociali ed economiche, al fine di verificare la situazione nella Denominazione;
3. Sviluppo di strategie e strumenti per facilitare l'adozione delle buone pratiche di sostenibilità definite dallo standard Equalitas, coinvolgendo un gruppo di aziende pilota. Sono stati sviluppati ad oggi strumenti per il monitoraggio degli impatti in termini di emissioni di CO₂, consumo di acqua e tutela della biodiversità, nonché proposti protocolli e innovazioni per la riduzione dei prodotti fitosanitari. Il gruppo operativo sta lavorando su strumenti che favoriscano il dialogo con i lavoratori e la comunità e che mirino a incoraggiare la crescita professionale e il benessere dei lavoratori. Si sta inoltre lavorando su strumenti per monitorare i costi e la distribuzione del valore all'interno della Denominazione, per prevedere le tendenze del mercato e soluzioni che consentano di individuare e ridurre gli sprechi economici.
4. Attività di informazione verso i diversi stakeholder sugli strumenti sviluppati e resi disponibili dal progetto con l'obiettivo di coinvolgere un numero sempre maggiore di aziende.
5. Riesame del progetto per individuare e sviluppare il percorso più adatto a trasferire il modello all'intero sistema produttivo del Prosecco DOP.

Conclusioni

Il caso del GO PRO.S.E.C.CO DOC fornisce chiare indicazioni sui passi da compiere per favorire l'adozione di un approccio partecipativo efficace nell'aiutare una vasta comunità di produttori a passare a modelli di produzione più sostenibili. Dall'esperienza del Prosecco DOP emerge l'importanza di strutturare un piano di lavoro che consenta di mettere insieme le competenze di diversi professionisti al fine di individuare le migliori strategie che aiutino le imprese incrementare le proprie performance ambientali, sociali ed economiche. La conclusione delle attività previste dal progetto consentirà un primo passo verso un percorso di crescita della Denominazione finalizzato al raggiungimento di elevati livelli di sostenibilità. Allo stesso tempo, ciò consentirà un miglioramento della reputazione dell'area del Prosecco DOP, che permetterà una maggiore fidelizzazione dei consumatori e una migliore percezione da parte della comunità locale, consentendo al contempo alle aziende di aumentare la propria competitività sui mercati. Sebbene efficace, l'adozione di un approccio collaborativo prevede notevoli sforzi per integrare e coordinare attori con approcci di lavoro e competenze differenti. Risulta quindi fondamentale il coordinamento a livello territoriale da parte di un soggetto autorevole con buone relazioni con gli stakeholder. Il ruolo del coordinatore deve essere finalizzato a favorire il dialogo tra gli stakeholder e a sostenere le iniziative, anche attraverso l'individuazione di finanziamenti pubblici. A questo proposito, la Politica Agricola Comune mette a disposizione delle aziende e degli organismi di coordinamento strumenti a sostegno di queste iniziative. L'esperienza del Progetto Sostenibilità Prosecco dimostra inoltre come il coinvolgimento delle aziende fin dall'inizio delle attività sia fondamentale per individuare strategie e strumenti utili e testarne l'efficacia.



RIFERIMENTI RICERCA

Titolo

Collaborative Approach for Achieving Ambitious Sustainability Goals: The Prosecco Sustainability Project

Autore

V. Di Chiara, A. Battistella, V. Boatto, S. Furlan, L. Giavi, S. Liggieri, A. Paiola, E. Pomarici, S. Stefanucci

Fonte

Sustainability 2024, 16(2), 583;
<https://doi.org/10.3390/su16020583>



Abstract

Nonostante l'attenzione alla sostenibilità sia cresciuta nell'ultimo decennio nel settore vitivinicolo, il tasso di associazione con programmi di sostenibilità del vino sembra ancora limitato. Ciò è principalmente legato all'incertezza sui benefici economici legati all'implementazione di migliori pratiche sostenibili. A questo proposito, alcuni studi hanno evidenziato che la presenza di professionisti in grado di gestire i requisiti promossi dalle norme porta generalmente ad una percezione positiva del loro impatto sulle performance economiche delle aziende. Pertanto, per incoraggiare la partecipazione a programmi di sostenibilità, l'adozione di un approccio collaborativo per condividere le competenze e le conoscenze necessarie a gestire la transizione da un'organizzazione convenzionale a una sostenibile sembra essere una strategia funzionale. Questo articolo presenta il Prosecco Sustainability Project come un caso di studio per indagare come un insieme strutturato di attività debba essere implementato attraverso un approccio partecipativo/collaborativo per migliorare significativamente il livello di sostenibilità di una comunità ampia ed eterogenea di produttori di uva e vino. Il caso studio evidenzia che la collaborazione tra diversi attori e la guida di una figura di coordinamento in grado di favorire il dialogo e la cooperazione tra i diversi stakeholder rappresentano elementi chiave per l'implementazione su larga scala di un sistema di gestione sostenibile.

Bibliografia essenziale

1. Annunziata, E.; Pucci, T.; Frey, M.; Zanni, L. The Role of Organizational Capabilities in Attaining Corporate Sustainability Practices and Economic Performance: Evidence from Italian Wine Industry. *J. Clean. Prod.* 2018, 171, 1300–1311.
2. Broccardo, L.; Zicari, A. Sustainability as a Driver for Value Creation: A Business Model Analysis of Small and Medium Enterprises in the Italian Wine Sector. *J. Clean. Prod.* 2020, 259, 120852.
3. De Steur, H.; Temmerman, H.; Gellynck, X.; Canavari, M. Drivers, Adoption, and Evaluation of Sustainability Practices in Italian Wine SMEs. *Bus. Strategy Environ.* 2020, 29, 744–762.
4. Golicic, S.L. Changes in Sustainability in the Global Wine Industry. *Int. J. Wine Bus. Res.* 2021, 34, 392–409.
5. Guerrero-Villegas, J.; Sierra-García, L.; Palacios-Florencio, B. The Role of Sustainable Development and Innovation on Firm Performance. *Corp. Soc. Responsib. Environ. Manag.* 2018, 25, 1350–1362.
6. Jourjon, F.; Chou, H.-C.; Gezart, A.; Kadison, A.E.; Martinat, L.; Pomarici, E.; Vecchio, R. Wineries Evaluation of Costs and Benefits of Sustainability Certification Program: The Case of Terra Vitis in France. *Recent Pat. Food Nutr. Agric.* 2016, 8, 138–147.
7. Pomarici, E.; Sardone, R. EU Wine Policy in the Framework of the CAP: Post-2020 Challenges. *Agric. Food Econ.* 2020, 8, 17.
8. Pomarici, E.; Vecchio, R.; Mariani, A. Wineries' Perception of Sustainability Costs and Benefits: An Exploratory Study in California.
9. Schäufele, I.; Hamm, U. Consumers' Perceptions, Preferences and Willingness-to-Pay for Wine with Sustainability Characteristics: A Review. *J. Clean. Prod.* 2017, 147, 379–394.
10. Yin, R.K. *Case Study Research and Applications: Design and Methods*/Robert K. Yin, 6th ed.; Sage: Los Angeles, CA, USA, 2018; ISBN 978-1-5063-3616-9.

STUDIO

E-COMMERCE E FOOD DELIVERY DOP IGP IN ITALIA

Studio di monitoraggio del mercato web delle IG italiane

Origin Italia, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e con il contributo del Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste, ha pubblicato un innovativo rapporto sul monitoraggio del mercato web delle Indicazioni Geografiche italiane.

Questo studio analizza in dettaglio la presenza e l'andamento dei prodotti DOP e IGP sulle piattaforme di e-commerce e food delivery in Italia ed esplora le trasformazioni delle abitudini alimentari e di spesa dei consumatori, anche in considerazione dinamiche iniziate con la Pandemia.

Con una spesa alimentare che nel 2023 è tra le prime categorie per incidenza degli acquisti online (il 25% degli acquirenti digitali, dati Netcomm NetRetail, 2023) l'indagine ha coinvolto 20 piattaforme di vendita online, dai giganti come Amazon e Alibaba fino ai marketplace specializzati e start-up emergenti. La metodologia ha previsto un monitoraggio di 10 prodotti DOP e IGP per i quali è stata effettuata un'analisi quali-quantitativa all'interno di alcune piattaforme in cui erano disponibili.

Parallelamente, il settore del food delivery, sebbene abbia registrato una flessione nel 2023 rispetto all'anno precedente, è stato analizzato attraverso lo studio di 6 importanti piattaforme, anche qui selezionate non solo considerando i big player. Le tendenze emerse sottolineano un forte orientamento alla convenienza e alla rapidità della consegna, aspetti cruciali per il consumatore moderno.

La metodologia ha incluso interviste con operatori chiave del mercato e una dettagliata mappatura delle piattaforme e dei prodotti DOP e IGP. Sono infatti oltre 4000 le referenze DOP riscontrate online e oltre 3400 quelle IGP, con categorie di prodotto più vendute delle altre.

Le conclusioni finali del rapporto offrono preziose analisi SWOT e linee guida operative per i Consorzi di tutela, i produttori e gli operatori del settore, mirate a migliorare la promozione e la tutela delle Indicazioni Geografiche nel contesto digitale. Il rapporto completo offre infatti una comprensione approfondita delle dinamiche del settore di mercato e delle opportunità future per i prodotti DOP e IGP italiani.



SCARICA IL REPORT





Economia circolare: nuovo paradigma per la sostenibilità delle IG

Origin for Sustainability e Horizon 2020 MOVING hanno condotto uno studio sull'importanza dell'economia circolare nei prodotti DOP trovando pratiche storiche e innovative presenti nelle catene di valore ed evidenziando la necessità di ricerche partecipative e innovazione per la transizione verso un'economia circolare

Nel 1970 è stato introdotto il concetto di economia circolare (EC) per trasformare l'economia lineare, spesso criticata per i suoi impatti ambientali negativi come la perdita di biodiversità, le emissioni di gas serra, l'inquinamento e i cambiamenti climatici. La creazione della Fondazione Ellen MacArthur ha posto l'accento sulla EC nelle decisioni politiche, mirando a mitigare queste sfide. La EC offre promesse per raggiungere diversi Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDG), tra cui energia, crescita economica, città sostenibili, consumo e produzione sostenibili, cambiamenti climatici, oceani e vita sulla terra.

La circolarità è rappresentata dall'espressione "risorsa-prodotto-risorsa" e sottolinea il nuovo valore delle risorse che i rifiuti possono avere in termini di valorizzazione ambientale ed economica. Sostituisce la "fine vita" di un prodotto con concetti presenti nei piani di gestione dei rifiuti, come il riutilizzo, il riciclo e il riposizionamento. L'approccio delle 5R – Rifiuta, Riduci, Riutilizza, Riposiziona e Ricicla – mira a ridurre i rifiuti generati e massimizzare l'efficienza delle risorse a livello di produzione e consumo (**Figura 1**).

La EC promuove l'uso moderato delle risorse, riducendo i rifiuti e gli impatti ambientali e aumentando l'uso di risorse rinnovabili. Nel 2020, la Commissione europea ha adottato un piano d'azione per l'economia circolare (CEAP) per contribuire alla sostenibilità e introdurre il concetto di circolarità nelle diverse regioni.

Tuttavia, nonostante i progressi, la dimensione geografica e contestuale dei principi dell'economia circolare è ancora un terreno poco esplorato.



Kamar Habli

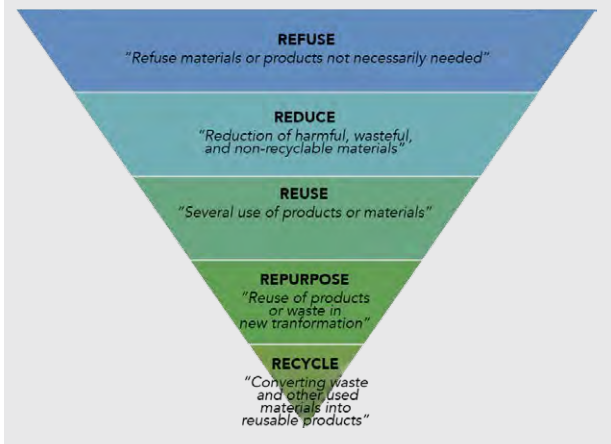
nutrizionista e laureata in MSc Master Food Identity, si occupa di transizioni agroecologiche nei sistemi alimentari e adattamento ai cambiamenti climatici



Isabella Maglietti

ingegnere alimentare con un Master in Identità Alimentari, lavora presso Origin for Sustainability, come Project Manager

Figura 1. Diagramma della gerarchia dei rifiuti (5R) adattato dall'OMS



La EC si basa su pratiche ecologiche cicliche e sulla circolarità dei materiali presenti nella propria linea di produzione o provenienti da altre aziende. I sistemi di produzione locali presentano regolarità da un luogo all'altro, con sistemi di produzione spesso situati in aree rurali ma strettamente connessi alle città, dove risiede la maggior parte dei consumatori.

In questo contesto, il presente articolo si propone di esaminare la sostenibilità ambientale delle Indicazioni Geografiche (IG) attraverso l'identificazione dei principi dell'economia circolare presenti in tre prodotti caseari europei DOP localizzati in regioni montane. Domande di ricerca cruciali si pongono sul tavolo: le IG adottano pratiche circolari e sostenibili? Sono esse radicate nella tradizione o rappresentano un'innovazione? E come il disciplinare di produzione può mettere in luce gli aspetti sostenibili e circolari di queste pratiche?

In un'epoca in cui la sostenibilità è diventata un imperativo, esplorare e adottare principi come quelli dell'economia circolare diventa non solo auspicabile, ma essenziale per garantire un futuro migliore per il nostro pianeta e per le generazioni future.

Metodologia

Questo studio esamina l'applicazione dei principi dell'Economia Circolare (EC) in tre Catene di Valore (CV) di formaggi a Denominazione di Origine Protetta (DOP) situate nelle regioni montane europee. Le CV individuate rappresentano 3 delle 23 regioni coinvolte nel progetto MOVING nell'ambito del programma europeo Horizon 2020. Esse includono il formaggio Tête de Moine in Svizzera, il Caciocavallo Silano DOP nell'Alto Molise in Italia e il Queijo Serra da Estrela DOP in Portogallo.

Attraverso uno screening delle evidenze della EC tra dati qualitativi preesistenti, otto esperti hanno fornito informazioni sulle CV, raccogliendo dati e rispondendo a un questionario. Le CV differiscono per quadro istituzionale, aspetti sociali, economici e contesto naturale.

Le pratiche sono state analizzate in base alle categorie delle 5 R, con focus su pratiche storiche, innovative e presenti nel disciplinare di produzione. Un'analisi di applicabilità delle pratiche circolari è stata elaborata per guidare i produttori verso una produzione più sostenibile e resiliente.

Risultati

Il risultato dello studio suggerisce che gli esperti hanno una conoscenza media della EC (3.67 ± 0.52) e una moderata fiducia nell'implementare i suoi principi nelle filiere del formaggio (3.67 ± 0.58). Solo una delle tre filiere partecipa a progetti di EC. Tuttavia, sono stati identificati 22 pratiche che contribuiscono alla EC nelle CV dei formaggi. Alcune pratiche sono comunemente osservate nelle CV dei formaggi, spiegando così la differenza tra il totale delle pratiche e il totale mostrato nella **Tabella 1**. Le pratiche relative al "Riutilizzo" dei materiali nella produzione di formaggi, alla "Rivalorizzazione" dei sottoprodotti e al "Rifiuto" di alcune pratiche e input si ripetono nelle tre CV DOP. Quattro delle 22 pratiche sono state menzionate nel disciplinare di produzione (18,2% del totale delle pratiche).

Tra le pratiche identificate, "Riduzione" e "Riutilizzo" sono le più diffuse, con un totale di 11 e 8 pratiche rispettivamente. I sottoprodotti vengono utilizzati per ulteriori trasformazioni in altri prodotti o biogas, come fertilizzante per il suolo o mangime animale. Alcune di queste pratiche non sono menzionate nel disciplinare ma esistono da tempo come necessità di essere autosufficienti e valorizzare al massimo i rifiuti. Al contrario, "Rifiuto" è associato all'uso di tecnologie verdi per ridurre le emissioni e l'uso di energia non rinnovabile.

Le pratiche "Riuso" e "Rifiuto" sono adottate in modo moderato, con 5 pratiche identificate per ciascun R, mentre "Riciclo" è meno comune, con solo 2 occorrenze. Alcune pratiche di "Rifiuto" esistono nelle CV, talvolta sono menzionate nel disciplinare. Tuttavia, alcune pratiche possono essere categorizzate in 6 categorie di Rs invece di 5.

Pratiche storiche esistono in tutti e tre i prodotti, comprese pratiche che contribuiscono all'aspetto qualitativo e tradizionale della CV, che sono il focus delle IG e contribuiscono alla sostenibilità delle filiere del formaggio, anche se alcune sono state gradualmente abbandonate a causa dei progressi tecnologici. Tuttavia, c'è una tendenza recente a reintrodurre alcune di queste pratiche, come l'allevamento misto e l'uso dei sottoprodotti. Inoltre, emergono pratiche innovative come la produzione di biogas dal siero, guidate da sforzi collaborativi tra i produttori.

Un'analisi dell'applicabilità delle pratiche di EC lungo la filiera del formaggio mette in luce connessioni e collaborazioni tra diverse fasi, promuovendo la circolarità nei flussi di materiali ed energia.

Questo approccio può aiutare i produttori a ripensare il loro sistema di produzione e guidarli nell'implementazione di pratiche circolari.

Tabella 1. Pratiche di Economia Circolare identificate nelle Catene di Valore (CV) del formaggio, suddivise per pratiche storiche, innovative o incluse nel disciplinare

TIPOLOGIA PRATICA				
CATEGORIA	STORICO	INNOVATIVO	NEL DISCIPLINARE	TOTALE 6RS/CV
Tête de Moine				
Rifiuto	0	1	1	2
Riduci	1	7	1	9
Riutilizzo	2	4	1	7
Riposiziona	3	1	0	4
Riciclo	0	2	0	2
Rivendita	0	1	0	1
Totale filiera	6	16	3	25
Queijo Serra Da Estrela DOP				
Rifiuto	0	0	2	2
Riduci	1	1		2
Riutilizzo	1	2	1	4
Riposiziona	3	0	0	3
Riciclo	0	1	0	1
Rivendita	2	0	0	2
Totale filiera	7	4	3	14
Caciocavallo Silano DOP				
Rifiuto	2	0	1	3
Riduci	2	1	0	3
Riutilizzo	0	0	0	0
Riposiziona	3	1	0	4
Riciclo	0	0	0	0
Rivendita	2	0	2	4
Totale filiera	9	2	3	14
Totale per categoria	13	13	4	26

In sintesi, l'integrazione dei principi della EC nelle filiere del formaggio richiede un approccio olistico che sfrutti la conoscenza tradizionale, adotti pratiche d'innovazione e promuova la collaborazione tra tutti gli attori coinvolti. Questo può contribuire alla resilienza e alla competitività delle filiere del formaggio, promuovendo allo stesso tempo la sostenibilità ambientale a lungo termine.

Conclusioni

La transizione verso l'economia circolare (EC) è fondamentale per migliorare la sostenibilità ambientale. Questo approccio richiede l'adozione di risorse rinnovabili, l'implementazione di piani di gestione dei rifiuti efficaci e l'uso di tecnologie sostenibili. Tuttavia, collegare la EC alle attività commerciali esistenti è una sfida a causa della necessità di collaborazione tra tutti gli attori, oltre che a cambiamenti drastici nelle pratiche e nelle prospettive a livello di produzione e consumo. I sistemi di produzione locali come le IG sono caratterizzati dalla vicinanza geografica tra le unità produttive, le risorse locali e il trasferimento di conoscenze nel corso degli anni. In risposta alle sfide del territorio, la EC viene sollevata come soluzione per la resilienza, la valorizzazione e la mobilitazione dei governi regionali e degli attori collettivi.

Questa ricerca affronta il concetto di EC nei prodotti caseari DOP localizzati nelle aree montane. Le domande di ricerca discusse durante questo studio riguardano l'adozione di pratiche circolari e sostenibili, se queste pratiche siano storiche o innovative e come il disciplinare possa evidenziare aspetti sostenibili e circolari o rimanere flessibile.

Le conclusioni rivelano che i principi dell'economia circolare sono presenti nei tre casi di studio sui formaggi, ma non in modo conclusivo. Sono state identificate un totale di 22 pratiche tra le tre CV, il 18,2% del totale delle pratiche sono specificate nel disciplinare di produzione.

Sono pochi gli articoli che discutono la sostenibilità ambientale dei prodotti di qualità attraverso l'identificazione degli aspetti della EC. Questo richiede ulteriori ricerche e un'ampia visione per identificare gli aspetti circolari all'interno delle IG e delle CV alimentari locali.

Bilanciare l'applicazione storica con le innovazioni tecnologiche può avvenire nelle CV locali senza minacciare le specifiche e l'identità del prodotto, specialmente nel caso del disciplinare delle IG. La convalida della circolarità delle pratiche storiche abbandonate mediante la rieducazione dei produttori è necessaria per eliminare l'erronea interpretazione che la EC implica. Le pratiche circolari e sostenibili possono includere pratiche che non richiedono grandi investimenti e innovazioni tecnologiche, aiutando i produttori a ottenere un sistema di produzione sostenibile e resiliente, anche in risposta all'aumento delle sfide ambientali e degli ostacoli socioeconomici.

L'impulso dell'economia nelle Indicazioni Geografiche richiede il supporto istituzionale e la ricerca partecipativa ai livelli locali e territoriali, specialmente nelle regioni

montane, per accompagnare gli attori nell'adozione di pratiche di economia circolare che contribuiscano alla conservazione dell'ambiente, alla redditività della CV e alla conservazione dell'identità culinaria del territorio. Incentivare l'economia circolare richiede l'accesso a consulenze e formazione per comunicare ricerche aggiornate, tendenze e innovazioni che possono aiutare i produttori locali a mitigare gli ostacoli in aumento e implementare tecnologie adattate alle loro esigenze di produzione. La cooperazione e la comunicazione efficace tra i produttori e i diversi attori contribuiscono alla forza del territorio e all'elaborazione di soluzioni a lungo termine.



MOVING

Il progetto Horizon 2020 MOVING, mira a formare una rete di catene di valore montane in Europa con l'obiettivo di sviluppare politiche sostenibili e resilienti contro le sfide ambientali, come il cambiamento climatico.

RIFERIMENTI RICERCA

Titolo

Circular Economy in Mountain Value Chains: The Case of Three PDO Cheeses

Autori

K. Habli, D.E. Dumitras, E. Schmitt, I. Maglietti Smith, D. Barjolle

Fonte

Foods 2023, 12(21), 3954

<https://doi.org/10.3390/foods12213954>



Abstract

La ricerca valuta l'adozione dei principi dell'economia circolare (EC) in 3 formaggi a Indicazione Geografica (IG) attraverso un'analisi delle pratiche nelle rispettive catene del valore. Le interviste qualitative mostrano la persistenza di pratiche storiche che preservano il patrimonio dietro il prodotto, mantenendo l'autonomia e facendo un uso intelligente dei sottoprodotti. L'adozione radicale dei principi della EC richiede innovazione per ridurre l'uso di nuovi input e le emissioni di gas serra. I prodotti alimentari IG non sono generalmente vincolati da standard oltre quelli stabiliti dalla legge, ma le loro specifiche possono essere modificate, rispettando le pratiche coerenti con il legame al territorio. Tuttavia, la lontananza delle piccole imprese in zone rurali rallenta il trasferimento di conoscenze e l'adozione delle ultime tecnologie, specialmente in zone montane. Sono necessarie ricerche partecipative e iniziative innovative per garantire la transizione verso un'economia circolare per i prodotti tradizionali montani, fortemente legati alle tradizioni culinarie locali e all'identità culturale.

Bibliografia essenziale

1. Collard, F. (2020). The circular economy. CRISP Weekly Courier, No. 2455–2456(10), 5. <https://doi.org/10.3917/cris.2455.0005>
2. Petrova, V. The Circular Economy as a Tool for Achieving Environmental Sustainability. In Proceedings of the Seventh International Scientific Conference "BUSINESS AND REGIONAL DEVELOPMENT" (BRD2023), Starozagorski Bani, Bulgaria, 22–23 June 2023; Volume 176, p. 02008.
3. About Us. Ellen MacArthur. Available online: <https://ellenmacarthurfoundation.org/about-us/what-we-do> (accessed on 31 July 2023).
4. United Nations. (2018). Joint Meeting on Sustainable Development and the Future of Work: Concept Note. https://www.un.org/en/ga/second/73/jm_conceptnote.pdf
5. Scarpellini, S., Portillo-Tarragona, P., Aranda-Usón, A., & Llana-Macarulla, F. (2019). Definition and measurement of the circular economy's regional impact. *Journal of Environmental Planning and Management*, 62(13), 2211–2237. <https://doi.org/10.1080/09640568.2018.1537974>
6. Figge, F.; Thorpe, A.S.; Gutberlet, M. Definitions of the Circular Economy: Circularity Matters. *Ecol. Econ.* 2023, 208, 107823.
7. Balwan, W.K.; Singh, A.; Kour, S. SR's of Zero Waste Management to Save Our Green Planet: A Narrative Review. *Eur. J. Biotechnol. Biosci.* 2022, 10, 7–11.
8. Martínez-Salvador, L.E.; Reyes-Jaime, A. Dimensions of Sustainability in Origin Schemes: An Approach from Protected Appellation of Origin. *RIVAR* 2022, 9, 57–73. [Google Scholar] [CrossRef]
9. Bellassen, V., Drut, M., Hilal, M., Bodini, A., Donati, M., De Labarre, M. D., Filipović, J. M., Gauvrit, L., Gil, J. M., Hoang, V. T., Malak-Rawlikowska, A., Mattas, K., Monier-Dilhan, S., Muller, P., Napasintuwong, O., Peerlings, J., Poméon, T., Maksan, M. T., Török, . . . Arfini, F. (2022). The economic, environmental and social performance of European certified food. *Ecological Economics*, 191, 107244. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2021.107244>
10. Riccheri, M., Leippand, A., Görlach, B., Keefe, H. & Schlegel, S. (2007). Assessing the Applicability of Geographical Indications as a Means to Improve Environmental Quality in Affected Ecosystems and the Competitiveness of Agricultural Products. *ResearchGate*. <https://www.researchgate.net/publication/23778523>
11. Gocci, A., Luetge, C., & Vakoufaris, H. (2020). Between Tradition and Sustainable Innovation: Empirical Evidence for the Role of Geographical Indications. *International Business Research*, 13(9), 101. <https://doi.org/10.5539/ibr.v13n9p101>



Sostenibilità ambientale delle IG: a che punto siamo?

Uno studio condotto dal Politecnico di Milano analizza 20 articoli scientifici per capire il ruolo del marchio IG rispetto alla sostenibilità ambientale

La decarbonizzazione e l'uso efficiente delle risorse naturali sono temi chiave nelle ricerche e nei programmi a livello internazionale, europeo e nazionale. Com'è noto, la produzione alimentare comporta un grande consumo di risorse e ha un forte impatto sull'ambiente ed è allo stesso tempo molto vulnerabile ai cambiamenti climatici, come l'aumento delle temperature e gli eventi meteorologici estremi. Per ridurre la pressione ambientale, il sistema alimentare europeo dovrebbe rivedere i metodi di produzione al fine di migliorare la sostenibilità sociale, economica e ambientale.

Le Indicazioni Geografiche (IG) sono elementi fondamentali del settore agroalimentare europeo, in particolare per i Paesi mediterranei (Italia, Francia, Spagna). Nonostante non sia facile stabilire un forte legame causa-effetto, anche perché gli effetti possono variare in base alle caratteristiche del prodotto e della provenienza, vari studi hanno dimostrato i potenziali benefici sociali ed economici delle IG per i territori d'origine. Dal punto di vista economico, un prodotto con IG può avere un prezzo finale più alto, in media 2,07 volte in più di quello dell'analogo prodotto senza IG. Se questo valore aggiunto è distribuito equamente lungo la filiera, i produttori possono incrementare il loro reddito. Inoltre, i prezzi dei prodotti IG tendono ad essere meno volatili rispetto a quelli dei prodotti convenzionali. La presenza di una IG può anche aiutare nella difesa di prodotti di nicchia e offrire ai produttori accesso a nuovi mercati, grazie a un maggior riconoscimento da parte dei consumatori. Questi ultimi, infatti, sono disposti a pagare di più per i prodotti IG, a patto che siano ben informati sulla certificazione. Le IG possono anche aiutare a proteggere le tradizioni locali e il know-how, promuovendo il patrimonio culturale e gastronomico.

Silvia Falasco

dottoranda di ricerca presso il Dipartimento di Architettura, Ingegneria delle costruzioni e Ambiente costruito del Politecnico di Milano e si occupa di valutazione degli impatti ambientali dei sistemi agroalimentari

Paola Caputo

professoressa Associata di Fisica Tecnica Ambientale presso il Dipartimento di Architettura, Ingegneria delle costruzioni e Ambiente costruito, Politecnico di Milano

Paola Garrone

professoressa Ordinaria di Business and Industrial Economics presso il Dipartimento di Ingegneria Gestionale del Politecnico di Milano



POLITECNICO
MILANO 1863

Questo può contribuire a diversificare le attività rurali, aumentare l'occupazione locale e contrastare l'abbandono delle aree agricole. Nelle zone rurali, le IG sono essenziali per lo sviluppo sostenibile e possono incrementare il turismo in ingresso, creando più posti di lavoro e vivacità nelle comunità. Questi effetti possono variare in base alle caratteristiche del prodotto e del territorio di origine.

Tuttavia, mentre i benefici economici e sociali delle IG sono ben documentati, il loro potenziale impatto sulla sostenibilità ambientale è meno studiato. La relazione tra IG e ambiente è complessa e non c'è consenso sul loro impatto positivo, neutro o negativo sull'ambiente. Inoltre, i produttori e i Consorzi di IG tendono a non considerare sistematicamente la sostenibilità ambientale. Infine, solo recentemente il regolamento europeo ha introdotto aspetti ambientali nelle IG. Una delle novità del nuovo regolamento è la possibilità per le organizzazioni di produttori di includere criteri di sostenibilità all'interno dei disciplinari.

Per questi motivi, l'obiettivo di questo studio è quello di analizzare la ricerca scientifica esistente sulle IG in relazione alla sostenibilità ambientale, cercando di fornire un contributo utile alle istituzioni europee preposte e anche un supporto per decisori e produttori interessati a valorizzare la sostenibilità ambientale dei prodotti IG.

Metodologia

Per rispondere alle domande della ricerca, è stata condotta una rassegna sistematica della letteratura scientifica all'interno del database Scopus, utilizzando alcune parole chiave come "sostenibilità", "ambiente", "Indicazioni Geografiche". È stata così ottenuta una prima lista di 672 articoli, che sono stati poi filtrati con criteri specifici (lingua, tipo di pubblicazione, disciplina, ecc.). Sono stati quindi selezionati e analizzati manualmente 50 articoli e, di questi, sono stati esclusi quelli che si concentravano solo su un singolo prodotto IG come caso studio (senza trarre conclusioni generali sulla sostenibilità dell'Indicazione Geografica) o che trattavano esclusivamente aspetti sociali, culturali o economici della sostenibilità, senza affrontare questioni ambientali. Questo processo ha portato ad una lista finale di 20 articoli significativi, che sono stati esaminati nel dettaglio. Sono state dapprima analizzate le parole chiave presenti nei titoli e negli abstract attraverso una word cloud, per identificare somiglianze e differenze tra gli articoli selezionati.

Successivamente sono state effettuate due tipi di analisi, deduttiva e induttiva. La prima ha permesso di categorizzare gli impatti delle IG sull'ambiente utilizzando gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) come categorie di riferimento. Per ogni SDG è stata valutata la presenza di parole selezionate all'interno dei 20 articoli, per capire se le IG abbiano un impatto positivo o ne-

gativo sulla sostenibilità ambientale. L'analisi induttiva è stata invece effettuata per individuare alcuni fattori che possono influenzare la presenza di impatti positivi sull'ambiente.

Risultati

Analisi della word cloud

Le parole più utilizzate negli articoli selezionati sono "IG" e i suoi sinonimi, seguite da "DOP", "ambientale", "prodotti", "cibo" e "sostenibilità". La parola "cibo" appare in quasi tutti gli abstract, tranne in cinque dove sono presenti termini specifici come "olio d'oliva" e "agrumi". Le parole "ambientale" e "sostenibilità" non sono presenti in tutti gli abstract in quanto sostituite a volte da termini più specifici come ad esempio "risorse naturali", "inquinamento" o "sviluppo rurale".

Impatti ambientali delle IG

L'analisi dettagliata degli effetti delle IG sugli SDG e i relativi target mostra un quadro complesso. Valutare gli impatti ambientali delle IG è difficile perché ognuna di esse ha caratteristiche uniche e un diverso rapporto con il territorio, il che può influenzare gli impatti sull'ambiente. Inoltre, all'interno della stessa IG, possono esserci diversi metodi di gestione e di produzione, soprattutto se le regole all'interno del disciplinare non sono rigide. È quindi complicato generalizzare gli effetti delle IG. Gli studi analizzati mostrano risultati contrastanti: gli impatti delle IG possono essere sia positivi che negativi, anche valutando lo stesso SDG. Ad esempio, la certificazione IG può portare ad una maggiore efficienza nella produzione in alcuni casi e ad una minore efficienza in altri. Le IG possono promuovere le innovazioni ambientali in certi contesti, ma limitarle in altri, ad esempio a causa degli oneri amministrativi aggiuntivi. Possono anche contribuire alla conservazione della biodiversità in alcuni casi, ma favorire alcune specie o varietà rispetto ad altre, in altri contesti. Tutti gli effetti ambientali trovati all'interno dei 20 studi sono riassunti nella **Tabella 1**.

Analisi dei fattori abilitanti

Sono stati individuati alcuni fattori che possono promuovere gli effetti positivi delle IG sull'ambiente:

1. Completezza del disciplinare: regole più rigide possono migliorare le performance ambientali.
2. Consapevolezza ambientale dei produttori: i produttori consapevoli usano meglio le risorse per preservare la qualità del prodotto.
3. Cooperazione e ruolo delle istituzioni: il coinvolgimento cooperativo dei produttori e il sostegno istituzionale possono migliorare la sostenibilità ambientale.
4. Legame con il territorio: una forte connessione con il territorio migliora sia le performance economiche che quelle ambientali.

Conclusioni

Sebbene le IG non siano state originariamente introdotte per migliorare la sostenibilità ambientale, attraverso modifiche limitate potrebbero ambire a diventare un marchio che non solo garantisce l'autenticità, ma anche la sostenibilità. Il nuovo regolamento europeo rappresenta un'opportunità preziosa grazie alla possibilità di aggiungere criteri di sostenibilità all'interno del disciplinare. Diversi parametri potrebbero essere introdotti per migliorare le prestazioni ambientali delle IG, tenendo in considerazione la specificità dei diversi prodotti. In questo modo l'introduzione di innovazioni non sarebbe limitata dal disciplinare, ma favorita da esso.

Tuttavia, la sola immissione di criteri di sostenibilità all'interno del disciplinare non è sufficiente per migliorare la sostenibilità ambientale delle IG. Per rendere questi criteri efficaci, devono essere presi in considerazione i quattro fattori menzionati sopra. L'attitudine ambientale dei produttori ha dimostrato di portare a migliori risultati; quindi, dovrebbero essere proposte anche misure formative e altre azioni informative per i produttori stessi, per aumentarne la consapevolezza. Azioni simili dovrebbero essere rivolte anche alle istituzioni locali, per migliorare il supporto che esse possono fornire ai produttori di IG. Anche la cooperazione deve essere sfruttata maggiormente per raggiungere una

migliore sostenibilità ambientale nei processi di produzione delle IG. A tal fine, i decisori politici e gli attori economici coinvolti nel processo di riforma dovrebbero sostenere e orientare i produttori di IG che si impegnano a migliorare i legami ambientali con il territorio di origine attraverso delle innovazioni. L'adozione di principi di economia circolare e la progettazione e implementazione di flussi di materiali ed energia più sostenibili all'interno dei Consorzi possono essere un modo significativo per aumentare la sostenibilità dei processi attraverso la cooperazione. Inoltre, la cooperazione tra produttori e centri di ricerca o start-up potrebbe essere vantaggiosa per l'adozione di soluzioni innovative sotto il profilo ambientale.

La forte connessione delle IG con il loro territorio e le pratiche di sostenibilità ambientale, una volta implementate, devono essere comunicate efficacemente ai consumatori, aumentando la competitività di tali prodotti. L'introduzione di criteri di sostenibilità all'interno del disciplinare può essere un modo per ridurre le esternalità ambientali della produzione delle IG, ma anche per migliorare le prestazioni economiche. Per fare questo sono necessari nuovi studi sulle possibili strategie di gestione ambientale nei contesti reali delle IG, per capire come migliorare questi prodotti e aumentare l'efficacia della certificazione.

Tabella 1. Riassunto dei risultati. Ad ogni SDG sono associati gli impatti positivi e negativi trovati all'interno dei 20 paper analizzati

SDG selezionati	Impatti positivi dei prodotti IG	Impatti negativi dei prodotti IG
SDG 2	Alta efficienza (Uso delle risorse) Alta produttività dei processi agricoli Conservazione della diversità genetica / biodiversità	Intensificazione / Pressione sull'ambiente Privilegiare una specie / varietà
SDG 6	Bassa impronta di acqua Basso livello di inquinamento dell'acqua (*)	Alta impronta di acqua (*)
SDG 7		
SDG 9	Governance collettiva può promuovere azioni innovative	Disciplinare e tanta burocrazia Tratto "tradizionale" della produzione
SDG 11	Conservazione del patrimonio naturale Ridotti km percorsi	
SDG 12	Alta efficienza (Uso delle risorse) Basse emissioni di GHG (*) Ridotti km percorsi	Bassa efficienza (Uso delle risorse) Alte emissioni di GHG (*) Alti livelli di food waste (dovuti al disciplinare)
SDG 13		
SDG 14	Il disciplinare può limitare la pesca eccessiva	
SDG 15	Conservazione della diversità genetica / biodiversità	Intensificazione / Pressione sull'ambiente Privilegiare una specie / varietà

*Sono stati considerati anche prodotti biologiciGHG = Green House Gas = Gas Effetto Serra

RIFERIMENTI

Titolo

Can Geographical Indications promote environmental sustainability in food supply chains? Insights from a systematic literature review

Autori

Falasco S., Caputo P., Garrone P.

Fonte

Journal of Cleaner Production, vol. 444, 141100
<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2024.141100>



Abstract

La letteratura scientifica e la regolamentazione riconoscono gli impatti sociali ed economici positivi delle produzioni alimentari locali, in particolare per i prodotti ad Indicazione Geografica, ma il loro rapporto con la sostenibilità ambientale resta ancora da indagare meglio. L'attuale riforma europea del sistema delle Indicazioni Geografiche sta adottando la tutela dell'ambiente come uno degli obiettivi principali, in conformità con le strategie Green Deal europeo e Farm to Fork. In questo contesto, il presente articolo si propone di mostrare come i prodotti alimentari a Indicazione Geografica siano legati alla sostenibilità ambientale attraverso una revisione sistematica della letteratura. In primo luogo, le pubblicazioni rilevanti vengono analizzate e classificate facendo riferimento al quadro degli Obiettivi di sviluppo sostenibile (SDG). I risultati mostrano un quadro contraddittorio per quanto riguarda le implicazioni positive e negative della produzione di Indicazioni Geografiche per le diverse componenti della protezione ambientale (ad esempio, SDG 9 o SDG 12). In secondo luogo, l'analisi della letteratura identifica quattro caratteristiche (vale a dire la specificazione del prodotto, la coscienza ambientale dei produttori, il ruolo delle istituzioni e il legame con il territorio) delle Indicazioni Geografiche che possono mitigare le pressioni ambientali, quando presenti. Infine, dopo l'analisi dell'attuale ed emergente regolamento europeo sulle Indicazioni Geografiche, vengono avanzati suggerimenti politici. In particolare, per migliorare la sostenibilità ambientale dei prodotti a Indicazione Geografica, dovrebbero essere introdotti obiettivi ambientali espliciti nel disciplinare dell'Indicazione Geografica, mentre dovrebbero essere rafforzati la consapevolezza dei produttori, la cooperazione multidimensionale e il legame con il territorio.

Bibliografia essenziale

1. Bellassen, V., Drut, M., Hilal, M., Bodini, A., Donati, M., de Labarre, M.D., Filipović, J., Gauvrit, L., Gil, J.M., Hoang, V., Malak-Rawlikows, A., Mattas, K., Monier-Dilhan, S., Muller, P., Napisintuwong, O., Peerlings, J., Pomeon, T., Tomic Maksan, M., Torok, A., Veneziani, M., Vitterso, G., Arfini, F., 2022. The economic, environmental and social performance of European certified food. *Ecol. Econ.* 191, 107244 <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2021.107244>.
2. Bermejo, L.A., Facanha, D.A.E., Guerra, N.B., Viera, J.J., 2021. Protected Designation of Origin as driver of change in goat production systems: beyond added value. *Revista de la Facultad de Ciencias Agrarias UNCuyo* 53 (1), 196–206. <https://doi.org/10.48162/rev.39.019>.
3. European Commission, 2021. Study on economic value of EU quality schemes, Geographical Indications (GIs) and traditional specialties guaranteed (TSGs): final report. Directorate-General for Agriculture and Rural Development. Publications Office. Available at: <https://data.europa.eu/doi/10.2762/396490>.
4. European Commission, 2022. Proposal for a Regulation on European Union Geographical Indications for wine, spirit drinks and agricultural products, and quality schemes for agricultural products. Brussels. Document 52022PC0134. Available at: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52022PC0134>.
5. FAO, 2009. Linking people, places and products - a guide for promoting quality linked to geographical origin and sustainable Geographical Indications. Rome. Available at: <https://www.fao.org/3/i1760e/i1760e.pdf>.
6. FAO, 2018b. Strengthening sustainable food systems through Geographical Indications: an analysis of economic impacts. Rome. Available at: <https://www.fao.org/3/i8737en/i8737en.pdf>.
7. Froelich, J.M., Corchuelo, S.A., 2017. GIs and environmental conservation – notes on experiences in different Iberian-American contexts. *Ambiente Sociedade* 20 (1), 65–82. <https://doi.org/10.1590/1809-4422ASOC20150031R1V2012017>.
8. Rabadan, A., Alvarez-Ortiz, M., Tello, J., Pardo, J.E., 2021. Tradition vs. Eco-innovation: the constraining effect of protected designations of origin (PDO) on the implementation of sustainability measures in the olive oil sector. *Agronomy* 11, 447. <https://doi.org/10.3390/agronomy11030447>.
9. European Union, 2012. Regulation (EU) No. 1151/2012 of the European Parliament and of the Council of 21 November 2012 on quality schemes for agricultural products and foodstuffs. Brussels. Document 32012R1151. Available at: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32012R1151>.
10. Vandecandelaere, E., Samper, L.F., Rey, A., Daza, A., Mejia, P., Tartanac, F., Vittori, M., 2021. The Geographical Indication pathway to sustainability: a framework to assess and monitor the contributions of Geographical Indications to sustainability through a participatory process. *Sustainability* 13, 7535. <https://doi.org/10.3390/su13147535>.



Nuovo Consiglio Direttivo di Origin Italia e le sfide future delle filiere DOP IGP

All'assemblea dei soci di Origin Italia approvata all'unanimità la strategia di sostenibilità

Il 31 maggio 2024 si è svolta, presso il Pullman Almar Timi Ama di Villasimius (Cagliari), l'Assemblea annuale dei Soci di Origin Italia. L'incontro è stato, come di consueto, ricco di contenuti e fonte di dibattito e confronto tra gli attori delle filiere di differenti dimensioni e categorie di prodotto. L'organizzazione dell'Assemblea, nella suggestiva location sarda, è stata resa possibile grazie all'ospitalità del Consorzio per la Tutela della IGP Agnello di Sardegna e del Consorzio per la Tutela del Formaggio Pecorino Romano.

La Roadmap per lo sviluppo sostenibile delle filiere agroalimentari DOP IGP italiane

Uno dei punti salienti è stata l'approvazione all'unanimità del Progetto Sostenibilità di Origin Italia, uno schema unico dei requisiti di sostenibilità per il Sistema dei prodotti agroalimentari DOP IGP, fondamentale per mantenere il vantaggio competitivo delle Indicazioni Geografiche anche nei prossimi anni. L'ambizioso progetto è basato sul quadro scientifico posto in essere dalla FAO e oriGIn che, con un percorso iniziato nel 2016, ha portato alla definizione della Strategia di Sostenibilità per le Indicazioni Geografiche (SSGI). Tale lavoro di ricerca scientifica ha così definito i 442 indicatori sulla sosteni-

bilità utilizzabili per valutare e monitorare lo sviluppo sostenibile delle IG.

A partire da questo quadro di riferimento, Origin Italia ha definito una roadmap strutturata in sei passaggi chiave, da sviluppare con la collaborazione operativa dei Consorzi di tutela e delle imprese, per accompagnare le realtà consortili nella definizione di uno standard comune al fine di evitare che lo sviluppo della sostenibilità delle IG prenda direzioni differenti, danneggiando così la certificazione dei regimi di qualità. La fase preparatoria è stata finalizzata alla selezione di un paniere di prodotti DOP IGP rappresentativo per le varie categorie di prodotto, con provenienza geografica e dimensioni differenti tra loro.

Nella fase di analisi preliminare della documentazione, che coinvolge 45 Consorzi di tutela, avviene l'acquisizione di una serie di documenti, tra cui disciplinare di produzione, piano di controllo e statuto, al fine di definire una mappatura dei requisiti di sostenibilità dei prodotti di riferimento sul modello SSGI, i cui risultati saranno illustrati ai CDA delle medesime realtà consortili. L'ambizioso progetto coinvolge, oltre all'Associazione e ai Consorzi di tutela, Fondazione Qualivita, gli Organismi di controllo e il mondo accademico e di ricerca.



Oltre a ciò, sono stati discussi e approvati i consueti punti all'ordine del giorno, ossia relazione dell'attività 2023, rendiconto di esercizio e rendiconto preventivo, illustrati dal presidente Cesare Baldrighi e dal direttore Mauro Rosati.

Il nuovo Consiglio Direttivo

Il futuro dei Consorzi di tutela passerà anche dalla nuova rappresentanza di Origin Italia con l'elezione dei 13 nuovi membri del Consiglio Direttivo dell'Associazione. Questo sarà infatti composto da: Cesare Baldrighi (Origin Italia), Riccardo Deserti (Consorzio del Formaggio Parmigiano Reggiano), Stefano Fanti (Consorzio del Prosciutto di Parma), Stefano Fontana (Consorzio per la tutela del Formaggio Gorgonzola), Mario Emilio Cichetti (Consorzio del Prosciutto di San Daniele), Federico Desimoni (Consorzio tutela Aceto Balsamico di Modena), Elena Eloisa Albertini (Consorzio di tutela Arancia Rossa di Sicilia IGP), Alessandro Mazzette (Con.T.A.S. Consorzio per la tutela della IGP Agnello di Sardegna), Fabrizio Filippi (Consorzio per la tutela dell'Olio Extravergine di Oliva Toscana IGP), Luca Zaglio (Consorzio Melinda), Pier Maria Saccani (Consorzio per la tutela della Mozzarella di Bufala Campana DOP), Maria Viola Bonafini (Consorzio di tutela Olio Extravergine di Oliva Garda DOP) e Francesco Mennea (Consorzio per la tutela e la valorizzazione della Burrata di Andria IGP). In occasione della prima riunione del Consiglio Direttivo saranno invece nominati gli organi di presidenza.

Le sfide future del sistema IG

L'attività di Origin Italia sarà determinante per affrontare le sfide future che attendono il settore delle IG. Tra queste, emergono le vicissitudini legate all'introduzione di una etichetta nutrizionale fronte pacco e il relativo pericolo del Nutri-score quale sistema di armonizzato etichettatura, ma anche la necessità di incrementare le azioni volte a contrastare episodi di contraffazione, soprattutto online. Proprio in tale ambito un importante supporto potrà arrivare dall'implementazione dello specifico strumento di tutela internazionale introdotto dalla Legge sul Made in Italy a disposizione dei Consorzi, nonché dal ruolo che l'Associazione riveste in seno al Consiglio Nazionale per la Lotta alla Contraffazione e all'Italian Sounding (CNALCIS). Altro tema delicato per l'avvenire delle IG riguarderà, invece, la continua e incessante proliferazione di marchi e riconoscimenti pubblici che sviliscono il collaudato sistema DOP IGP e generano una inevitabile confusione nei confronti del consumatore.

Infine, nella giornata di sabato 1° giugno i Soci di Origin Italia hanno visitato alcune aziende agroalimentari della Sardegna, in particolare il Caseificio Argiolas Formaggi, con la collaborazione del Consorzio per la Tutela del Pecorino Sardo DOP e del Consorzio per la Tutela del Pecorino Romano, dove sono stati forniti approfondimenti sui due formaggi DOP, permettendo di scoprire i segreti della caseificazione e il suo processo passo per passo, dalla coagulazione del latte, fino alla formatura e salatura. Al termine della visita, il Consorzio per la Tutela dell'Olio Extravergine di Oliva di Sardegna DOP e APOS (Associazione Produttori Olivicoli della Sardegna) hanno organizzato una degustazione guidata degli Oli EVO Sardegna DOP, tenutasi all'interno della splendida cornice della Cantina Argiolas.

Consiglio Direttivo



Cesare Baldrighi



Riccardo Deserti



Stefano Fanti



Stefano Fontana



Mario Emilio Cichetti



Federico Desimoni



Elena Albertini



Alessandro Mazzette



Fabrizio Filippi



Luca Zaglio



Pier Maria Saccani



Maria Viola Bonafini



Francesco Mennea



Mauro Rosati - direttore



SEMINARIO

"Dalla Riforma verso l'innovazione e la sostenibilità delle IG europee": adottare un Piano d'Azione per le IG

Dotare le Indicazioni Geografiche di uno specifico Piano d'Azione per le IG. È quanto emerso dall'intervento del nuovo direttore della DG Agri, Diego Canga Fano, durante il seminario "Dalla Riforma verso l'innovazione e la sostenibilità delle IG europee", tenutosi a Villasimius il 31 maggio a seguito dell'Assemblea annuale di Origin Italia e realizzato in collaborazione con Fondazione Qualivita. Il workshop ha acceso i riflettori sulla necessità di adottare uno strumento non legislativo a livello europeo in grado di sostenere il percorso di innovazione delle IG, similmente a quanto accade oggi per il regime biologico. Alla base di un efficace Piano d'Azione volontario dovrebbero essere collocate diverse iniziative, tra cui quelle finalizzate ad una migliore conoscenza dei loghi DOP e IGP all'interno della GDO in tutti i Paesi dell'UE e l'instaurazione di un concorso europeo volto a premiare la IG più sostenibile, già previsto per il biologico. Ulteriori pilastri sui quali fondare il Piano sarebbero l'introduzione di un sistema che selezioni prodotti DOP IGP all'interno di appalti pubblici a livello nazionale e locale, ad esempio per i prodotti utilizzati nella sanità e nell'istruzione, e il miglioramento

dei controlli anche mediante la promozione del sistema italiano, che rappresenta un modello di riferimento per gli altri Paesi.

Sostenibilità parte integrante del Sistema IG italiano

In apertura, dopo l'intervento del presidente di Origin Italia Cesare Baldrighi, che ha consegnato una targa di riconoscimento a Leo Bertozzi, già direttore di Origin Italia e membro del board di oriGIn EU, per il lavoro svolto in questi anni a sostegno del comparto DOP IGP e di Charles Deparis, presidente di oriGIn EU, il Professore Carlo Alberto Pratesi, ordinario del Dipartimento di Economia Aziendale dell'Università degli Studi Roma Tre, ha evidenziato come la sostenibilità, intesa con il concetto di "durevolezza", è parte integrante delle Indicazioni Geografiche. Queste sono infatti riuscite a sopravvivere nel tempo e continuano ad essere caratterizzate da un forte legame con il territorio di riferimento, come emerge tra l'altro nel documento della FAO e oriGIn "Developing a roadmap towards increased sustainability in Geographical Indication systems". Nel percorso di innovazione sostenibile delle IG, le filiere, alla luce delle nuove richieste del mercato e dei consumatori, dovranno però individuare e

definire le loro specifiche priorità. In questo senso, l'attenzione posta inizialmente sul tema ambientale, ormai consolidato, si sta spostando maggiormente su tematiche sociali, come diritti umani, inclusione, salute e anche nutrizione. Un'altra tendenza che nella società odierna influenzerà le scelte sostenibili sarà la biodiversità, intesa come tutto ciò che è diverso e, pertanto, relativa a prodotti, territori e specie. Sarà inoltre fondamentale stabilire una misurazione delle priorità selezionate nonché coinvolgere gli stakeholder e collaborare con tutti gli attori, all'interno dell'azienda, lungo la filiera, tra filiere differenti e tra settore pubblico e privato. L'alleanza delle parti risulterà essenziale per costruire un futuro diverso e sostenibile per le Indicazioni Geografiche.

Una svolta collettiva basata sulla strategia FAO-oriGIn

La tavola rotonda ha visto poi l'intervento di Riccardo Deserti, presidente di oriGIn Mondo, Emilie Vandecandelaere, ricercatore della FAO, Maria Chiara Zaganelli, Direttore Generale di Ismea, Marco Lupo, Capo Dipartimento della sovranità alimentare e dell'ippica del Masaf e Felice Assenza, Capo Dipartimento dell'ICQRF. Particolare attenzione è stata dedicata al momento di svolta per le Indicazioni Geografiche, che devono abbandonare il *modus operandi* fino ad ora utilizzato, caratterizzato da attività volte a far crescere le singole IG attraverso azioni di protezione e promozione. Al contrario, il settore dovrà iniziare ad agire collettivamente e abbandonare la concezione individuale, coinvolgendo gli attori di tutte le parti del globo. Il sistema Indicazioni Geografiche deve essere la chiave per un diverso modello di sviluppo rurale e agricolo mondiale, basato proprio sulle DOP IGP. In tal senso offriranno un supporto fondamentale gli accordi bilaterali siglati dall'Unione Europea che continueranno ad esportare questo modello produttivo negli altri Paesi.

Oggetto di discussione è stato inoltre il progetto di ricerca e sviluppo della FAO e oriGIn finalizzato a fornire ai Consorzi di tutela strumenti pratici per definire e implementare una tabella di marcia per la sostenibilità delle IG. La collaborazione tra i due soggetti, iniziata nel 2016, ha portato alla definizione della Strategia di Sostenibilità per le Indicazioni Geografiche (SSGI), classificando, nell'ambito dei quattro pilastri selezionati (resilienza economica, integrità ambientale, buona governance e benessere sociale) 22 temi di sostenibilità, per un totale di 62 argomenti di sostenibilità e ben 442 indicatori. La strategia semplificherà l'approccio delle filiere ai temi sostenibili, adattando lo strumento ai diversi prodotti e territori di provenienza, e garantendo un pacchetto completo di strumenti atti a fornire ai Consorzi tutti gli elementi per impegnarsi autonomamente in un percorso di sostenibilità che rifletta le sfide locali.

Il nuovo Regolamento IG e le opportunità del PNRR

Infine, l'innovazione portata dal nuovo Regolamento interesserà anche la tutela e la protezione delle Indicazioni Geografiche, in particolare attraverso il rafforzamento dell'*ex-officio*, fondamentale strumento di protezione esteso al segmento del web e al sistema dei nomi di dominio, anche nell'attività di indagine e non solo riservata esclusivamente ad una protezione commerciale. A livello nazionale, invece, il Masaf dovrà approcciarsi con l'attuazione della nuova normativa comunitaria e, pertanto, sarà necessaria la costruzione di un rapporto di maggiore confronto con la rappresentanza delle IG e le realtà consortili, le cui filiere potranno approfittare, per il loro sviluppo, di un periodo contrassegnato da numerose risorse finanziarie a disposizione, in particolare quelle provenienti dal PNRR.



in collaborazione con
Q fondazione
UALIVITA



Attività realizzata con il contributo
 Masaf D.M. n. 311522 del 15 giugno 2023



Selezione di alcuni studi inerenti il settore delle IG pubblicati o in corso di pubblicazione su riviste scientifiche

Ricerche segnalate: uno studio analizza la Denominazione d'Origine come potenziale standard di sostenibilità; una ricerca sul Pecorino Siciliano DOP individua nell'IG uno strumento per la resilienza del territorio. Uno studio italiano analizza la strategia di digitalizzazione del Parmigiano Reggiano DOP e come questa impatta sulla governance e sulla transizione ecologica. Segue un'indagine sulle IG come driver del turismo enogastronomico (Turismo DOP), prendendo ad esempio il caso italiano. Un report ha osservato la capacità dell'Indicazione Geografica (IG) di aumentare la redditività dell'agricoltura su piccola scala nell'UE, suggerendone l'adozione negli Stati Uniti per favorire le PMI. Uno studio greco individua nella tracciabilità delle IG uno strumento per favorire la sicurezza alimentare, mentre uno studio dell'Università Roma Tre individua nell'etichettatura IG uno strumento per l'integrazione verticale unificata. Infine, uno studio indaga la relazione tra fattori ambientali e socio-economici e l'utilizzo delle IG in Italia, Francia e Spagna, mostrando come l'attitudine alla cooperazione e le aree svantaggiate stimolino l'adesione al sistema IG.



La "Denominazione di Origine Protetta" è un indicatore per la gestione sostenibile del paesaggio? Approfondimenti dall'allevamento di animali da pascolo in cinque Paesi dell'UE

L. Flinzberger, T. Plieninger, M. N. Bugalho, Y. Zinngrebe

ABSTRACT. Precedenti ricerche hanno dimostrato che i prodotti etichettati come "Denominazione di Origine Protetta" (DOP) sono correlati positivamente con gli indicatori di sostenibilità del paesaggio. Tuttavia, i fattori specifici che trasformano i prodotti DOP in strumenti di gestione sostenibile del paesaggio rimangono vaghi. Analizziamo le interviste di sei sistemi produttivi europei per esplorare i legami tra i prodotti a marchio DOP e la gestione sostenibile del paesaggio. Tutti i casi di studio erano collegati all'allevamento estensivo e al pascolo. Abbiamo scoperto che i prodotti DOP possono contribuire alla gestione sostenibile del paesaggio se il reddito è integrato da incentivi adeguati per le misure agroambientali. I prodotti di successo sono inoltre associati a reti locali che utilizzano sinergie tra i diversi interessi delle parti interessate. Introducendo criteri di ammissibilità focalizzati sui diversi obiettivi socio-ecologici, l'etichettatura DOP potrebbe diventare uno standard di sostenibilità. Grazie alla loro influenza socio-ecologica a livello paesaggistico, i prodotti DOP possono rappresentare un potente contributo al Green Deal dell'UE e alla strategia di sviluppo rurale.

INFORMAZIONI

Ente di ricerca: Università di Göttingen, Germania

Anno: 2024

Pubblicato: Göttingen Research Online Publications

Link: <https://doi.org/10.1080/1747423X.2024.2326321>

Parole chiave: food labeling; high nature value farmland; phenomenon-centered text analysis; agricultural policy; farm to fork strategy



Sistemi agroalimentari localizzati: il caso del Pecorino Siciliano DOP un prodotto agroalimentare della tradizione della gastronomia mediterranea

F. Sgroi, F. Modica

ABSTRACT. La sostenibilità sta diventando una variabile strategica di successo per la creazione di valore nelle aree rurali. Nel contesto delle aree rurali si collocano prodotti agroalimentari di eccellenza che costituiscono il punto di partenza per la creazione di valore. Il legislatore, al fine di valorizzare questi prodotti, prevede le certificazioni DOP, IGP, STG. Marchi e sostenibilità diventano un binomio per favorire la permanenza dell'uomo nelle aree rurali. Questo contributo discute l'uso degli indicatori di marca territoriale per favorire la resilienza dei territori. In particolare viene esaminato il Pecorino Siciliano DOP e vengono valutate le strategie aziendali di un campione di aziende esaminate. Lo studio contribuisce a mettere in luce un sistema agroalimentare localizzato che, nonostante la concorrenza di altri prodotti, continua, seppure con bassi margini economici, a creare quelle condizioni per la permanenza dell'uomo nel territorio.

INFORMAZIONI

Ente di ricerca: Università di Palermo

Anno: 2022

Pubblicato: International Journal of Gastronomy and Food Science Volume 27, 2022

Link: <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2022.100471>

Parole chiave: Certification; Resilience; Sustainability; Competitiveness; Quality



Strategie di digitalizzazione nel sistema agroalimentare: il caso del Parmigiano Reggiano DOP

S. Ciliberti, A. Frascarelli, B. Polenzani, G. Brunori, G. Martino

ABSTRACT. I sistemi agroalimentari nelle zone rurali dipendono sempre più da azioni collettive e partecipative volte a preservare la produzione tradizionale e gli agroecosistemi locali. Si prevede che la diffusione delle tecnologie digitali svolga un ruolo in questo contesto, a condizione che venga perseguito un uso integrato di questi strumenti. Il contributo analizza le caratteristiche di una strategia integrata di digitalizzazione guidata da un'organizzazione collettiva, integrando la prospettiva del Sistema Socio-Cyber-Fisico (SCPS) nel sistema agroalimentare. L'obiettivo è quello di rivelare come il processo di digitalizzazione plasma e impatta sulla governance delle azioni collettive in uno scenario di transizione ecologica. Questo caso di studio esamina il sistema di produzione e il Consorzio per la tutela del formaggio Parmigiano Reggiano DOP, utilizzando il quadro di Analisi e Sviluppo Istituzionale. Per identificare le situazioni di azione e le loro connessioni vengono utilizzate prove provenienti da documenti ufficiali, osservazioni dirette, interviste semistrutturate e focus group. Il contributo consente di individuare una rete di applicazioni degli strumenti digitali, adottati in diversi ambiti aziendali di un'organizzazione complessa come il Consorzio del Parmigiano Reggiano e il suo sistema produttivo. Questa rete di funzioni aziendali integrate può essere vista come il segno distintivo della strategia di digitalizzazione elaborata da questo Consorzio all'intersezione con gli ambiti sociali e fisici circostanti, rafforzando il radicamento nel sistema di produzione delle PR. Sono però emersi anche alcuni ostacoli e inconvenienti di questa strategia, come ad esempio un'integrazione marginale con la transizione ecologica.

INFORMAZIONI

Ente di ricerca: Università di Perugia, Università di Pisa

Anno: 2024

Pubblicato: Agricultural Systems, Volume 218, 2024

Link: <https://doi.org/10.1016/j.agry.2024.103996>

Parole chiave: Agri-Food; Transition; Digitalisation; SCPS; Action situation; PDO



Indicazioni Geografiche e prodotti tradizionali alla base del turismo enogastronomico: rilevanza per lo sviluppo delle comunità rurali (sull'esempio dell'Italia)

O. V. Arion

ABSTRACT. Questo articolo è dedicato all'esplorazione delle Indicazioni Geografiche e dei prodotti tradizionali come base per lo sviluppo del turismo gastronomico e del loro impatto collettivo sullo sviluppo delle comunità rurali. Come soggetto di ricerca è stata scelta l'Italia, una delle destinazioni turistiche più popolari al mondo, un Paese con il maggior numero di Indicazioni Geografiche registrate e una consolidata tradizione di turismo rurale. L'analisi dell'esperienza dell'Italia riguarda al contributo dei prodotti tradizionali e delle Indicazioni Geografiche allo sviluppo del turismo nazionale e dell'economia delle comunità rurali e dello Stato nel suo complesso consente di valutare i vettori di sviluppo dell'Ucraina in questo campo. Dall'analisi delle banche dati bibliografiche risulta evidente la significativa rilevanza di tali ricerche. [...] Recenti pubblicazioni dell'Organizzazione Mondiale del Turismo hanno rilevato tassi di ripresa significativi del turismo internazionale in Italia nel periodo post-pandemia. Secondo Coldiretti, la confederazione nazionale dei settori dell'agricoltura, della pesca, dell'agroalimentare e dell'ambiente in Italia, il contributo previsto all'economia del Paese nel 2023 supera i 30 miliardi di euro da parte dei turisti nazionali e stranieri che scelgono sempre più di trascorrere le vacanze nelle zone rurali. Questa tendenza è attribuita alla leadership dell'Italia nel turismo enogastronomico, con oltre 5.000 denominazioni di prodotti tradizionali e 838 prodotti e vini protetti da Indicazioni Geografiche (al 2023, secondo il Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali italiano), così come come l'immenso potenziale dell'agriturismo. L'articolo evidenzia inoltre il ruolo significativo svolto dalla rappresentazione degli agropaesaggi unici dell'Italia come paesaggi culturali del Patrimonio Mondiale dell'Unesco, del Patrimonio Agricolo Mondiale della FAO (progetto GIAHS), ecc., nello sviluppo delle comunità rurali.

INFORMAZIONI

Ente di ricerca: Università di Kiev, Ukraina

Anno: 2024

Pubblicato: Journal of Geology, Geography and Geoecology, 33(1), 3-13.

Link: <https://doi.org/10.15421/112401>

Parole chiave: Geographical Indications; traditional products; tourism; rural; agricultural; landscape; Turismo DOP



L'Indicazione Geografica come strategia per rilanciare l'agricoltura su piccola scala: valutazione delle prospettive per le materie prime a Indicazione Geografica come meccanismo a valore aggiunto per l'agricoltura sostenibile

G. Petino, J. Wilson, A. Babb, et al.

ABSTRACT. Lo scopo di questo studio è quello di trasmettere i risultati di un'indagine sulla capacità dell'Indicazione Geografica (IG) di aumentare la redditività dell'agricoltura su piccola scala nell'UE e negli Stati Uniti e, di conseguenza, rilanciare e sostenere le piccole comunità agricole in cui i produttori vivono. L'UE ha da tempo adottato una politica che prevede l'utilizzo delle IG per differenziare i propri prodotti in Europa e nell'economia globale. Di conseguenza, c'è molto che possiamo imparare dalla loro esperienza. Gli Stati Uniti hanno relativamente poca esperienza in questo senso, ma esistono esempi. Di seguito, inizieremo esaminando tre casi in Sicilia (Pistacchio Verde di Bronte DOP, Limone di Siracusa IGP, Carota Novella di Ispica IGP) prima di passare ai casi negli Stati Uniti. La scelta della Sicilia come sito per un'indagine europea: a differenza dei prodotti presenti nelle zone centrali dell'UE, in particolare in Francia, i prodotti siciliani tendono ad essere dichiarati relativamente recenti nell'elenco dei prodotti IG ufficiali dell'UE. Di conseguenza, è più facile comprendere il loro percorso verso la registrazione ufficiale e molte delle persone coinvolte rimangono in vita, consentendo così interviste in modo che il processo di registrazione possa essere compreso in dettaglio. Dopo aver esaminato nel dettaglio tre IG siciliane, ci siamo poi rivolti agli Stati Uniti. Negli Stati Uniti, le IG esistono in due forme: le aree vitivinicole americane che sono governate dal governo degli Stati Uniti sotto la competenza del Dipartimento del Tesoro degli Stati Uniti e quelle come Florida Oranges e Washington Apples che sono governate congiuntamente secondo gli ordini di mercato USDA e il marchio statunitense legge. Esaminiamo entrambi questi sistemi qui. Infine, esaminiamo le possibilità per un potenziale prodotto storico, i cachi dell'Indiana Uplands. Chiudiamo con le conclusioni e le prospettive di una più ampia adozione delle IG negli Stati Uniti.

INFORMAZIONI

Ente di ricerca: Indiana University, Università di Catania, Accademia delle Belle Arti di Palermo

Anno: 2023

DOI: 10.13140/RG.2.2.26381.14560

Parole chiave: Geographical Indications; EU; USA; Rural development



La tracciabilità porta all'autenticazione degli alimenti? Una revisione sistematica da una prospettiva europea

M.E. Dimitrakopoulou, A. Vantarakis

ABSTRACT. La sicurezza e la qualità alimentare riguardano sempre più sia i consumatori che l'intero settore alimentare coinvolto. L'Unione Europea ha adottato una legislazione specifica per i prodotti alimentari al fine di monitorare la sicurezza e la qualità alimentare, tutelando allo stesso tempo la cultura, la storia e l'economia locale di ciascun Paese. Inoltre, il patrimonio europeo si sta arricchendo, attraverso l'istituzione di regimi di qualità come la Denominazione di Origine Protetta (DOP) e l'Indicazione Geografica Protetta (IGP). L'interesse e la preoccupazione dell'Europa per quanto riguarda la sicurezza alimentare sono dimostrati anche dai finanziamenti continui del Programma Quadro 5 Orizzonte 2020. Anche la tracciabilità degli alimenti, poiché l'autenticazione degli alimenti costituisce parti inseparabili della sicurezza e della qualità degli alimenti. Questa revisione sistematica presenta tecnologie di ricerca innovative utilizzate in Europa per la tracciabilità e l'autenticazione degli alimenti e pubblicate nel periodo 2010-2018. Inoltre, informazioni sul metodo utilizzato e sul Paese di origine, vengono forniti il tipo di alimento e il livello del processo alimentare. Questo documento offre un nuovo possibile approccio per quanto riguarda la combinazione delle definizioni esistenti di tracciabilità e autenticazione degli alimenti, per quanto riguarda la provenienza degli alimenti.

INFORMAZIONI

Ente di ricerca: Università di Patras, Grecia

Anno: 2023

Pubblicato: Food Reviews International, Volume 39, 2023 - Issue 1

Link: <https://doi.org/10.1080/87559129.2021.1923028>

Parole chiave: Food traceability; food authentication; geographical origin; food safety; food fraud



In che modo i fattori locali influenzano l'adozione regionale delle Indicazioni Geografiche in Europa? Prove da Francia, Italia e Spagna

L. Cei, G. Stefani, E. Defrancesco

ABSTRACT. La diffusione delle Indicazioni Geografiche (IG) è piuttosto eterogenea all'interno dell'Unione Europea. Alcune aree mostrano un gran numero di prodotti IG registrati, mentre altre utilizzano poco questo strumento politico. Nel nostro studio, indagiamo la relazione tra diversi fattori ambientali e socio-economici e il grado di utilizzo delle IG a livello regionale nei tre principali Paesi in termini di prodotti IG registrati: Italia, Francia e Spagna. Per fare ciò, implementiamo un modello di acquisto infrequenza che ci consente di stimare due serie di parametri. In questo modo possiamo stimare l'effetto di ciascun fattore su due misure: la probabilità di osservare una nuova registrazione IG in una regione e la variazione dell'intensità della protezione. I nostri risultati mostrano che le condizioni di marginalità, come la presenza di aree svantaggiate o la lontananza di un'area, l'attitudine dei produttori a cooperare e la tradizione passata di registrare i prodotti IG sono i principali determinanti del grado di protezione ricercato attraverso le etichette IG. Ciò consente di trarre conclusioni interessanti sull'efficacia della politica delle IG nel prendere di mira le aree meno sviluppate, oltre a suggerire possibili modi per stimolare ulteriormente l'uso delle IG per proteggere i prodotti locali.

INFORMAZIONI

Ente di ricerca: Università di Padova, Università di Firenze

Anno: 2021

Pubblicato: Food Policy, Volume 105, 2021

Link: <https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2021.102170>

Parole chiave: Geographical indications; Infrequency of purchase; Policy adoption; Regional factors



Attuazione differenziata e integrazione europea: lo sviluppo dell'etichettatura della qualità alimentare nell'UE

M. Thatcher, M. Garcia Quesada

ABSTRACT. L'articolo esamina come l'attuazione nazionale differenziata delle politiche dell'UE influenzi la successiva integrazione europea – sia che porti a una rinnovata integrazione verticale unificata, a un'integrazione differenziata, allo status quo o alla rinazionalizzazione. Esamina il caso delle Indicazioni Geografiche (IG), un sistema di etichettatura dell'UE per alimenti e bevande basato sul luogo di origine e sui processi di produzione. Nonostante caratteristiche quali i diversi interessi nazionali e il gastronazionalismo, l'attuazione differenziata ha portato a una rinnovata integrazione verticale unificata. L'articolo individua tre processi: requisiti legislativi comunitari che incoraggiano la costituzione di associazioni di produttori; le sentenze della Corte di Giustizia Europea che hanno dato priorità alla qualità rispetto al commercio transfrontaliero; l'uso dei negoziati di libero scambio per modificare le regole dell'UE. Mentre i risultati dell'integrazione sono quelli attesi dalle analisi neofunzionaliste, i processi sono più basati sulle istituzioni. Le differenze nell'attuazione potrebbero favorire, anziché ostacolare, l'ulteriore integrazione a causa delle caratteristiche istituzionali della legislazione e del processo decisionale dell'UE.

INFORMAZIONI

Ente di ricerca: Università Luiss, Roma

Anno: 2023

Pubblicato: West European Politics, 47(3), 701–729

Link: <https://doi.org/10.1080/01402382.2023.2202586>

Parole chiave: Differentiation; implementation; integration; Geographical Indications; EU



Referenti e novità del sistema italiano delle Indicazioni Geografiche

Nomine nel mondo DOP IGP

In questa sezione si segnalano i Consorzi di tutela e le associazioni di riferimento del settore che nel periodo aprile - giugno 2024 hanno rinnovato i propri organismi.

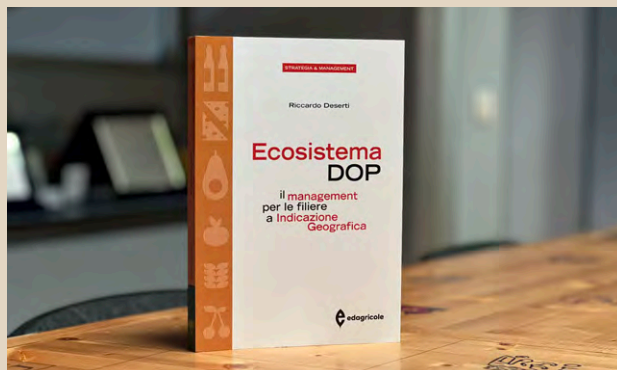


CONSORZI CIBO

Alessandro Donati (1) è il nuovo presidente del Consorzio Sabina DOP; il Consorzio Culatello di Zibello DOP, conferma presidente **Romeo Gualerzi** (2) fino al 2027; **Monia Dalla Libera** (3) alla guida del Consorzio Aglio di Voghiera DOP; **Nicola Martelli** (4) è il nuovo presidente del Consorzio del Prosciutto di San Daniele; **Paolo Cesaretti** (5) è il nuovo presidente Consorzio di tutela Casciotta d'Urbino DOP; **Gerardo Diana** (6) confermato presidente del Consorzio Arancia Rossa di Sicilia IGP; **Renato Zaghini** (7) confermato alla presidenza del Consorzio Grana Padano DOP; Consorzio di Tutela del Pane Toscano DOP, **Marzio Domenici** (8) nuovo presidente; **Antonio Auricchio** (9) confermato presidente Afidop; **Alessandro Utini** (10) confermato alla presidenza del Consorzio del Prosciutto di Parma; il nuovo presidente del Consorzio Nocciola Piemonte IGP è **Lorenzo Traversa**(11); **Lorenzo Beretta** (12) è stato eletto alla guida di Assica, Associazione Industriali delle Carni e dei Salumi, che raggruppa oltre 180 aziende del settore; **Cristiano Ludovici** è il nuovo presidente ISIT, l'Istituto Salumi Italiani Tutelati, l'Associazione dei Consorzi dei Salumi DOP e IGP (13).

CONSORZI VINO

Paolo Bartoloni (14) neo eletto presidente del Consorzio Tutela Vini Montefalco; **Maurizio Montobbio** (15) confermato alla guida del Consorzio Tutela del Gavi; Consorzio Asti DOCG, **Stefano Ricagno** (16) nuovo presidente; Consorzio Tutela Lambrusco, **Claudio Biondi** (17) rieletto presidente; **Sergio Germano** (18) è il nuovo presidente del Consorzio di Tutela Barolo Barbaresco Alba Langhe e Dogliani; **Michele Noal** (19) nuovo presidente del Consorzio di tutela Asolo Montello; **Franco Adami** (20) nuovo presidente del Conegliano Valdobbiadene - Prosecco DOP; **Giancarlo Guidolin** (21) nuovo presidente del Consorzio Prosecco DOC



Parma - 7 maggio 2024 "Ecosistema DOP" il volume di Riccardo Deserti dedicato alle filiere di qualità a Indicazione Geografica

Publicato il volume "Ecosistema DOP" realizzato da Riccardo Deserti, presidente di oriGIn e direttore del Consorzio del formaggio Parmigiano Reggiano. Dedicato al mondo delle filiere di qualità a Indicazione Geografica, il libro fornisce una chiave di lettura innovativa per mettere ordine nel complesso Ecosistema di imprese IG. Uno strumento pratico che aiuta gli operatori del settore a generare valore sostenibile nel tempo, costruendo legami solidi tra prodotto e territorio.



Roma - 18 maggio 2024 Si è chiuso al Masaf il Master Direttori Consorzio di tutela di Origin Italia e Fondazione Qualivita

Con 144 ore di lezione in presenza, oltre 40 docenti tra professori, esperti e rappresentanti del settore, e 6 Consorzi di tutela che hanno ospitato gli incontri, si è concluso, con la consegna degli attestati di presenza ai 35 partecipanti, il primo Master Direttore Consorzio di Tutela, promosso da Origin Italia in collaborazione con Fondazione Qualivita e il supporto organizzativo di Accademia Qualivita. Un percorso di seminari in-formativi realizzati nell'ambito di un progetto del Masaf (Attività realizzata con il contributo Masaf D.M. n. 250758 del 15 maggio 2023) terminato nella Sala Cavour del Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste con l'intervento del Ministro Francesco Lollobrigida. L'Executive Master per Direttori di Consorzi è un progetto destinato a giovani interessati a diventare dei veri "professionisti del made in Italy" e a ricoprire un ruolo centrale nel processo di promozione, difesa e sviluppo delle filiere DOP IGP del cibo e del vino italiano.



Bologna - 24 maggio 2024 My Selection, McDonald's Italia rinnova il supporto alle filiere italiane DOP e IGP

Dal 2008 ad oggi, grazie alla collaborazione con Fondazione Qualivita, McDonald's Italia valorizza i prodotti DOP e IGP italiani e lo stretto legame con i territori; ad oggi sono stati portati sui vassoi dei clienti McDonald's 21 ingredienti DOP e IGP, inseriti in oltre 45 ricette, per un totale di 7000 tonnellate di materie prime utilizzate. Una partnership virtuosa che da un lato ha l'obiettivo di ampliare la conoscenza e favorire la diffusione di prodotti DOP e IGP verso il grande pubblico; dall'altro, ha lo scopo di supportare le filiere certificate, come la filiera della Pera dell'Emilia-Romagna IGP, duramente colpita dalle alluvioni dello scorso anno. La nuova edizione di My Selection si inserisce in questo percorso grazie a ricette capaci di valorizzare le eccellenze del territorio, protagonisti di questa edizione il Parmigiano Reggiano DOP, la Pera dell'Emilia-Romagna IGP, il Pecorino Toscano DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP.

La strategia del Masaf per la valorizzazione delle DOP IGP italiane



Negli ultimi mesi sono state messe in atto dal Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste una serie di attività finalizzate a sostenere e rilanciare il sistema made in Italy di qualità del settore DOP IGP, sia in ambito internazionale, sia con azioni promozionali verso i consumatori. Eventi politici, iniziative di valorizzazione, campagne promozionali rivolte a cittadini, imprese e stakeholder del settore, hanno supportato il riposizionamento del sistema delle DOP IGP al centro del modello produttivo italiano e delle scelte di consumo delle persone. Queste attività promosse dal Masaf, e implementate con il supporto operativo di Ismea, hanno visto la collaborazione e il coinvolgimento attivo degli operatori e dei rappresentanti del comparto delle DOP IGP italiane, attraverso la partecipazione dei Consorzi di tutela e delle imprese delle filiere, con il coordinamento di enti come Fondazione Qualivita e Origin Italia. Una strategia nazionale che mira a valorizzare il comparto delle Indicazioni Geografiche facendo leva sui suoi valori caratterizzanti come l'origine, la certificazione e la tracciabilità, promuovendo le produzioni DOP IGP come massima espressione della qualità made in Italy.

EVENTI INTERNAZIONALI



WINE MINISTERIAL MEETING
ITALY 2024

**Erbusco e Verona,
12-13 aprile 2024**

Ospitata in Franciacorta la prima Conferenza Internazionale

sul Vino dell'Oiv, l'Organizzazione Internazionale della Vigna e del Vino, con 30 delegazioni delle Nazioni produttrici di vino nel mondo e la partecipazione del Ministro Lolobrigida, il presidente e il direttore generale dell'Oiv Luigi Moio e John Barker, ministri e ambasciatori. Un momento storico per la prima riunione a livello ministeriale dell'Oiv nell'anno del suo centenario e un'occasione per rafforzare la cooperazione internazionale nel settore vitivinicolo necessaria ad affrontare le sfide future. La conferenza ha affrontato temi sul valore del vino e sulle strategie per migliorarne la qualità e la sostenibilità, affrontando sfide cruciali come l'economia agricola, la tutela ambientale e il reddito degli agricoltori.



Siena, 28 maggio 2024

L'Italia ha ospitato due eventi di rilievo per il settore olivicolo, accogliendo a Siena gli Stati Generali dell'Olivicoltura Nazionale

e Internazionale e il Comitato consultivo del COI (Consiglio Oleicolo Internazionale). Una due giorni di confronto fra esperti, produttori e studiosi su temi cruciali per il comparto. La tavola rotonda organizzata da Qualivita e Origin Italia sul tema delle DOP IGP nell'olivicoltura, ha messo in luce una serie di criticità evidenziate dai Consorzi di tutela: il modello intensivo e monovarietale della Spagna che minaccia il sistema italiano; la contraffazione e il fenomeno dell'italian sounding; le emergenze climatiche e fitosanitarie, riaffermando il sistema DOP IGP al centro di un modo di produrre capace di tutelare cultivar locali, territorio e paesaggio ed essere freno al modello super intensivo.



ATTIVITÀ PROMOZIONALI



Verona, 14-17 aprile 2024

Presentata al Vinitlay l'installazione immersiva "Divina" per un viaggio nell'eccellenza vitivinicola italiana, insieme a convegni, degustazioni, seminari e altri momenti di cultura e approfondimento.



Roma, 6-19 maggio 2024

Al villaggio degli Internazionali di tennis, promosso uno spazio immersivo dedicato ai prodotti DOP IGP, insieme a momenti di degustazione organizzati con la collaborazione dei Consorzi di tutela.



Italia, maggio 2024

DOP IGP protagoniste del Giro d'Italia con il progetto di promozione realizzato dal Masaf in collaborazione con Qualivita e Origin Italia, con l'omaggio ai vincitori delle gare di prodotti DOP IGP della regione di riferimento.



Bari, 11-15 giugno 2024

Presentata l'edizione speciale dell'Atlante Qualivita-Treccani per i leader del G7 e gli spazi dell'International Media Centre con esposizione e degustazione di prodotti DOP IGP realizzate e guidate dai Consorzi di tutela.



Milano, giugno 2024

Iniziativa promozionale dei prodotti DOP IGP attraverso la collaborazione dei Consorzi di tutela per attività di degustazione a Casa Azzurri Milano in concomitanza dei Campionati Europei di Calcio.



DOP e IGP. *Campioni di Qualità!*



Italia, giugno-luglio 2024

Campagna promozionale sui canali RAI attraverso lo spot voluto dal Masaf in collaborazione con Ismea e FIGC "DOP IGP. *Campioni di Qualità!*", per valorizzare i prodotti IG e i concetti di tutela, tecniche di produzione, controlli e tracciabilità.





Principali novità normative comunitarie e nazionali da aprile a giugno 2024

Legislazione europea – prodotti italiani



MODIFICA DISCIPLINARI UE – GUUE

CIBO

Canestrato di Moliterno IGP, modifica ordinaria approvata del disciplinare di produzione – GUUE C del 18/06/2024

Caciocavallo Silano DOP, modifica ordinaria approvata disciplinare di produzione – GUUE C del 12/04/2024



VINO



Falerio DOP, comunicazione approvazione modifica ordinaria disciplinare di produzione – GUUE C del 10/06/2024

Rosso Piceno DOP, comunicazione approvazione modifica ordinaria disciplinare di produzione – GUUE C del 10/06/2024

Garda DOP, domanda approvazione modifica non minore disciplinare di produzione – GUUE C del 28/05/2024

Monreale DOP, comunicazione approvazione modifica disciplinare produzione – GUUE C del 08/05/2024

Chianti DOP, domanda modifica disciplinare di produzione – GUUE C del 03/04/2024

Grignolino del Monferrato Casalese DOP - domanda approvazione modifica disciplinare produzione – GUUE C del 04/04/2024

Legislazione italiana



DOMANDA DI PUBBLICAZIONE - GURI

Fragola della Basilicata IGP, domanda registrazione – GURI n. 105 del 07/05/2024

Cirò Classico DOP, domanda registrazione – GURI n. 77 del 02/04/2024

MODIFICA DISCIPLINARE - GURI

CIBO

Clementine di Calabria IGP, proposta modifica disciplinare di produzione – GURI n. 131 del 06/06/2024

Prosciutto di Norcia DOP, modifica disciplinare di produzione – GURI n. 124

Crudo di Cuneo DOP, modifica disciplinare di produzione – GURI n. 120

Salame Piemonte IGP, modifica ordinaria disciplinare di produzione – GURI n. 113 del 16/05/2024

Focaccia di Recco col Formaggio IGP, proposta modifica disciplinare di produzione – GURI n. 106 del 08/05/2024

Brisighella DOP – Olio EVO, modifica disciplinare di produzione – GURI n. 105 del 07/05/2024

Finocchiona IGP, proposta modifica disciplinare di produzione – GURI n. 89 del 16/04/2024

Fagioli Bianchi di Rotonda DOP, modifica ordinaria disciplinare di produzione – GURI n. 89 del 16/04/2024

Mela di Valtellina IGP, pubblicazione comunicazione della Commissione UE relativa approvazione modifica ordinaria disciplinare di produzione - GURI n. 79 del 04/04/2024

Oliva Ascolana del Piceno DOP - modifica temporanea disciplinare di produzione – GURI n. 78 del 03/04/2024

VINO

Pinerolese DOP, rettifica modifiche ordinarie disciplinare – GURI n. 135 del 11/06/2024

Monreale DOP, comunicazione della Commissione UE relativa approvazione modifica ordinaria disciplinare di produzione - GURI n. 118 del 22/05/2024

Franciacorta DOP, modifica ordinaria disciplinare di produzione – GURI n. 114 del 17/05/2024

Terre di Pisa DOP, rettifica allegato proposta modifica ordinaria disciplinare di produzione – GURI n. 117 del 21/05/2024

Pinerolese DOP, modifica ordinaria disciplinare di produzione – GURI n. 101 del 02/05/2024

Montecucco Sangiovese DOP, modifica ordinaria disciplinare di produzione - GURI n. 94 del 22/04/2024

Montecucco DOP, modifica ordinaria disciplinare di produzione – GURI n. 89 del 16/04/2024



CONFERME INCARICHI CONSORZI

CIBO

Fichi di Cosenza DOP, conferma incarico Consorzio – GURI n. 141 del 18/06/2024

Culurgionis d'Ogliastra IGP, conferma incarico Consorzio – GURI n. 139 del 15/06/2024

Monte Etna DOP – Olio EVO, riconoscimento Consorzio – GURI n. 130 del 05/06/2024

Vulture DOP – Olio EVO, conferma incarico Consorzio – GURI n. 102 del 03/05/2024

Pesca e Nettarina di Romagna IGP, conferma incarico Consorzio – GURI n. 102 del 03/05/2024

Riviera Ligure DOP – Olio EVO, conferma incarico al Consorzio – GURI n. 95 del 23/04/2024

Etna DOP, conferma incarico Consorzio – GURI n. 95 del 23/04/2024

Lametia DOP – Olio EVO, conferma incarico Consorzio – GURI n. 79 del 04/04/2024

Fagioli Bianchi di Rotonda DOP, conferma incarico Consorzio – GURI n. 79 del 04/04/2024

Arancia di Ribera DOP, conferma incarico Consorzio – GURI n. 79 del 04/04/2024



VINO

Orcia DOP, conferma incarico Consorzio – GURI n. 141 del 18/06/2024

Val d'Arno di Sopra DOP, conferma incarico Consorzio – GURI n. 141 del 18/06/2024

Cesanese del Piglio DOP, conferma incarico Consorzio – GURI n. 140 del 17/06/2024

Colli Tortonesi DOP, conferma incarico Consorzio – GURI n. 140 del 17/06/2024



Colli del Trasimeno DOP, conferma incarico Consorzio – GURI n. 140 del 17/06/2024

Dolcetto di Ovada DOP, Dolcetto di Ovada Superiore DOP, conferma incarico Consorzio – GURI n. 139 del 15/06/2024

Valdadige Terradeiforti DOP, conferma incarico Consorzio – GURI n. 102 del 03/05/2024

Chianti Classico DOP, Vin Santo del Chianti Classico DOP, conferma incarico Consorzio – GURI n. 102 del 03/05/2024

Veneto Valpolicella – Veneto Euganei e Berici – Veneto del Grappa DOP – Olio EVO, conferma incarico Consorzio – GURI n. 102 del 03/05/2024

Malvasia di Bosa DOP, conferma incarico Consorzio – GURI n. 80 del 05/04/2024

Legislazione generale

Modifica requisiti di rappresentatività e l'individuazione dei criteri di rappresentanza nei Consorzi DOP e IGP – GURI n. 111 del 14/05/2024



Prodotti iscritti nel registro europeo delle Indicazioni Geografiche

A fine giugno 2024 si contano 3.171 prodotti cibo e vino DOP IGP STG nei Paesi UE, che raggiungono quota 3.400 considerando anche le 229 registrazioni in 19 Paesi Extra-UE. In Europa vi sono 1.544 prodotti del comparto cibo e 1.627 vini a cui si aggiungono 247 bevande spiritose IG, mentre nei Paesi Extra-UE si contano 217 cibi e 12 vini DOP IGP STG a cui si aggiungono 18 bevande spiritose IG. Nel periodo aprile-giugno 2024 sono state registrate in tutto 7 Indicazioni Geografiche: 4 prodotti DOP IGP nel comparto cibo, 2 vini DOP e 1 Bevanda spiritosa IG, tutti in Paesi dell'unione europea.

Nuovi prodotti cibo

PAESI UE

Ludbreški Hren IGP - Croazia
Reg. Ue 2024/783 del 26/03/2024 - GUUE L del 03/04/2024

Meli Kissouri DOP - Grecia
Reg. Ue 2024/1051 del 02/04/2024 - GUUE L del 09/04/2024

Wędzone Jabłko Sechlońskie IGP - Polonia
Reg. Ue 2024/1053 del 02/04/2024 - GUUE L del 09/04/2024

Vindelnrökt Skinka IGP - Svezia
Reg. Ue 2024/1800 del 20/06/2024 - GUUE L del 27/06/2024



Nuovi prodotti vino

PAESI UE

Wiener Gemischter Satz DOP - Austria
Reg. Ue 2024/1216 del 22/04/2024 - GUUE L del 29/04/2024

Ruster Ausbruch DOP - Austria
Reg. Ue 2024/1228 del 23/04/2024 - GUUE L del 30/04/2024



Nuove bevande spiritose

PAESI UE

Trenčianska borovička "Juniperus" - Trenčín
Distillery IG - Slovacchia
Reg. Ue 2024/1311 del 03/05/2024 - GUUE L del 08/05/2024



IG Italia

A fine giugno 2024 l'Italia conta 890 prodotti ed è il Paese con il maggior numero di filiere a Indicazione Geografica al mondo, un primato che la vede superare Francia (768), Spagna (380), Grecia (279) e Portogallo (205). A livello territoriale la Toscana e il Veneto si confermano le regioni con il maggior numero di prodotti IG (96), seguite da Piemonte (94), Lombardia e Emilia-Romagna (82).

Cibo

L'Italia conta 326 prodotti agroalimentari suddivisi in 174 DOP, 148 IGP e 4 STG e appartenenti alle seguenti categorie: Ortofrutticoli e cereali (125), Formaggi (56), Oli e grassi (50), Prodotti a base di carne (43), Prodotti di panetteria, pasticceria, confetteria o biscotteria (18), Altri prodotti dell'Allegato I (8), Carni fresche (6) e Altre categorie (21).

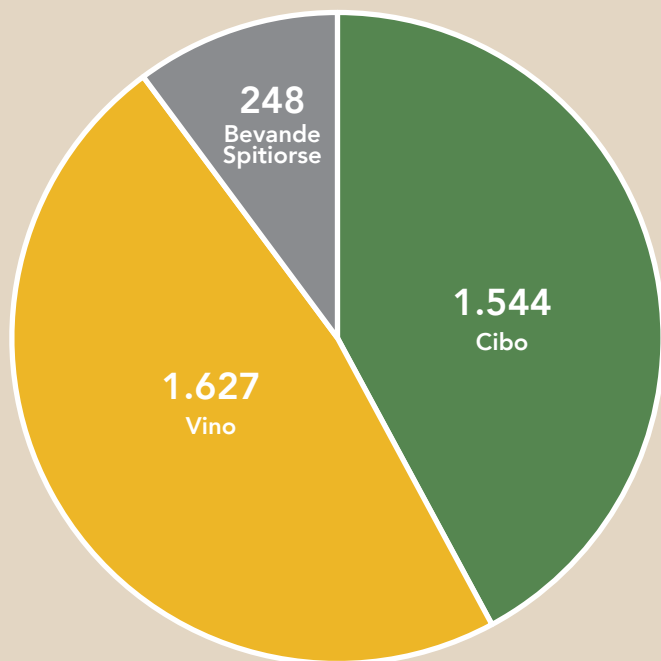
Vino

In Italia vi sono 529 prodotti del comparto vinicolo, di cui 410 DOP e 119 IGP.

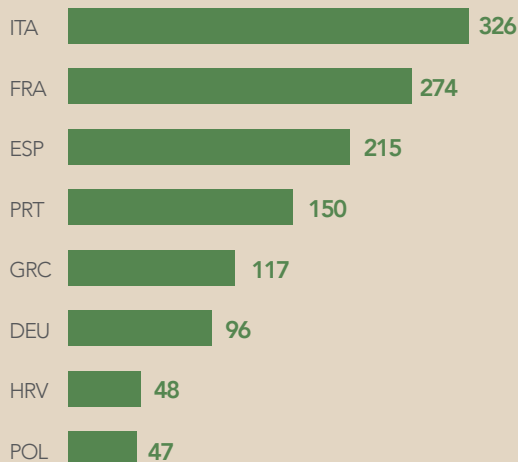
Bevande spiritose IG

Le Bevande spiritose a Indicazione Geografica sono 35 in Italia.

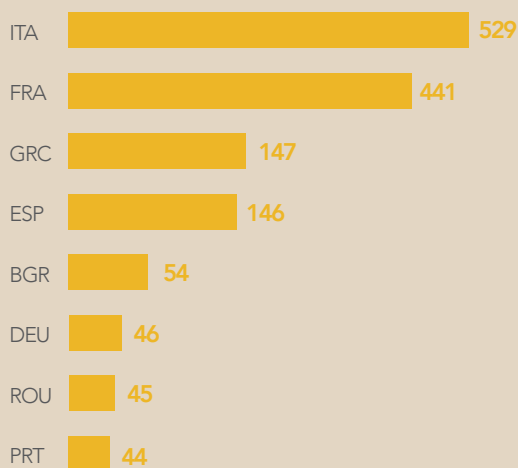
IG Europa



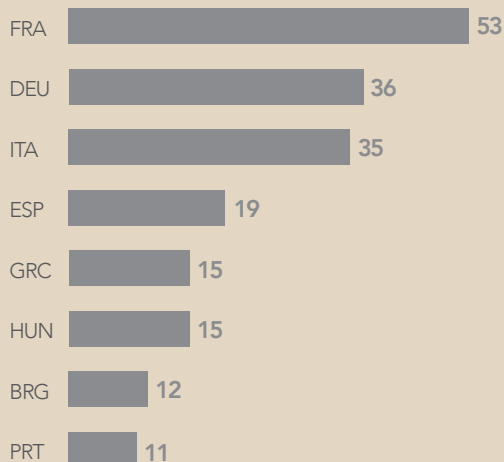
Cibo



Vino



Bevande Spiritose





Food and Agriculture
Organization of the
United Nations



MINISTERO DELL'AGRICOLTURA
DELLA SOVRANITÀ ALIMENTARE
E DELLE FORESTE



WORLDWIDE PERSPECTIVES ON GEOGRAPHICAL INDICATIONS

SECOND INTERNATIONAL CONFERENCE FOR RESEARCHERS, POLICY MAKERS AND PRACTITIONERS
INNOVATIONS AND TRADITIONS FOR SUSTAINABILITY

ROME, 18 – 21 FEBRUARY 2025



La seconda conferenza sulle prospettive globali delle Indicazioni Geografiche (IG) si concentrerà sul tema delle innovazioni e delle tradizioni, elementi centrali delle IG che possono contribuire allo sviluppo sostenibile in tutte le sue dimensioni: economica, sociale, ambientale e di governance. La conferenza è organizzata dall'Organizzazione delle Nazioni Unite per l'Alimentazione e l'Agricoltura (FAO) e dal Ministero delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali (Masaf) italiano, in collaborazione con il CIRAD (Centre de coopération internationale en recherche agronomique pour le développement), l'IPI (Ufficio Federale della Proprietà Intellettuale), oriGIn (Organization for an International Geographical Indications Network), la Fondazione Qualivita e Origin Italia.

Come la conferenza di Montpellier del 2022, anche questo incontro a Roma faciliterà lo scambio tra ricerca e pratica nel campo delle IG, accogliendo rappresentanti di tutti i soggetti coinvolti: ricercatori, autorità pubbliche, agenti di sviluppo, organismi di controllo, imprese, enti territoriali, società civile, ecc. Diversi temi saranno affrontati, in particolare come la cooperazione a livello locale e globale possa facilitare l'innovazione, la sostenibilità e l'adattamento al cambiamento.

I lavori si svolgeranno nell'arco di quattro giorni: una sessione plenaria introduttiva di mezza giornata, due giorni e mezzo di sessioni parallele per presentazioni e discussioni di pratiche e risultati di ricerca, e una giornata di visite sul campo in Italia. A breve sarà lanciato un call for papers per le giornate di presentazioni e discussioni di ricerche.



QUALIVITA ATLAS

I prodotti agroalimentari e vitivinicoli italiani DOP, IGP, STG e le bevande spiritose a Indicazione Geografica



QualivitaAtlas è una pubblicazione in lingua inglese realizzata in occasione del G7 italiano, arricchita dalla prefazione del Premier Giorgia Meloni e del Ministro dell'Agricoltura della Sovranità Alimentare e delle Foreste, Francesco Lollobrigida.



fondazione
QUALIVITA

edizione
TRECCANI

Q fondazione
QUALIVITA

www.qualivita.it - www.qualigeo.eu