

STUDIO SULLA SOSTENIBILITÀ DELLE PICCOLE E MEDIE IG

REPORT

Contenuto

Studio sulla sostenibilità delle piccole e medie IG	1
Struttura dello studio	2
Obiettivi dello studio	2
Parte 1: introduzione e contestualizzazione	3
Parte 2: raccolta e analisi dei dati	4
Parte 3: il questionario per le regioni e i risultati	5
Parte 4: casi studio e risultati	6
Parte 5: conclusione e raccomandazioni politiche	7

STRUTTURA DELLO STUDIO

Lo studio è diviso in cinque parti principali.

1. **L'introduzione** mira a **contestualizzare il concetto di sostenibilità**, fornendo le definizioni più ampiamente accettate nella letteratura e dalle istituzioni. Il tema della sostenibilità viene affrontato dalla prospettiva delle dimensioni economica, sociale e ambientale. Inoltre, l'introduzione spiega il **contesto legislativo pertinente**, evidenziando qualsiasi politica o strategia dell'UE che tenga conto della sostenibilità e coinvolga le IG.
2. **La prima parte** presenta il lavoro di raccolta e analisi dei **dati effettuato** su 489 IG appartenenti ad alcune regioni socie dell'AREPO. Questa fase permette di capire le dimensioni dei sistemi IG e le loro caratteristiche economiche e produttive, confermando così alcune delle conclusioni degli studi effettuati da enti e istituzioni europee e nazionali.
3. **La seconda parte dello studio** presenta il **questionario** sottoposto alle regioni socie dell'AREPO e **l'analisi delle risposte ricevute**. Il questionario ci ha permesso di capire la percezione che le regioni hanno delle piccole e medie IG. Inoltre, ha evidenziato le strategie virtuose già in atto in alcune regioni per sostenere le IG in difficoltà.
4. **La terza parte** coinvolge sei piccole e medie IG a livello europeo. Con il supporto delle regioni, sei IG sono state selezionate e contattate per realizzare **casi studio** e per esaminare più a fondo le sfide che i produttori affrontano ogni giorno.
5. **Infine, le conclusioni** sono lo strumento per condensare i risultati principali dello studio e fornire **raccomandazioni politiche e tecniche** rivolte alle istituzioni europee, alle regioni e alle organizzazioni di produttori. Concentrarsi sulle buone pratiche e fornire suggerimenti può essere il primo passo per costruire una strategia efficace per sostenere le piccole e medie IG in difficoltà.

OBIETTIVI DELLO STUDIO

Lo studio nasce dalla richiesta di alcune regioni socie dell'AREPO di esaminare la sostenibilità delle piccole e medie IG. Più specificamente, la questione deriva dallo studio commissionato dalla Commissione Europea (CE) intitolato "[Studio sul valore economico dei sistemi di qualità dell'UE, delle indicazioni geografiche \(IG\) e delle specialità tradizionali garantite \(STG\)](#)".

Questo studio evidenzia il grande potenziale del settore IG, confermando il suo impatto positivo come strumento di sviluppo rurale e territoriale.

L'impatto positivo è legato principalmente all'aumento del reddito dei produttori, allo sviluppo di un settore ad alta intensità di lavoro, all'incoraggiamento della diversificazione della produzione e al sostegno della promozione. Nello studio si rimarkano anche le **esternalità positive**, come la conservazione delle tradizioni, il rafforzamento culturale, la strutturazione di una rete sociale attiva, il coordinamento tra i produttori e gli altri attori della catena, la creazione di strutture di governance, l'incoraggiamento del turismo, il marketing territoriale, la protezione dei diritti di proprietà intellettuale, l'incoraggiamento della concorrenza leale per i produttori, la conservazione dei paesaggi, ecc.

Tuttavia, da questo studio e dalla letteratura emergono **elementi negativi** che mostrano **significative disparità settoriali**. Le disparità sono evidenziate principalmente a livello economico-produttivo e riguardano

disparità tra Stati Membri (SM), disparità regionali e anche disparità all'interno di categorie e settori di produzione.

I dati sulla produzione economica servono come indicatori dell'esistenza di lacune in alcuni meccanismi. Questi dati sono utili per identificare le possibili aree di intervento.

Pertanto, lo studio mira a esaminare la **disomogeneità dei sistemi di filiera su diversi livelli, a capire le ragioni che minano la sostenibilità delle filiere delle IG** (specialmente le piccole e medie IG) e a **indagare sul perché alcune IG diventano improduttive nel tempo.**

Nel concludere lo studio, **l'obiettivo dell'AREPO è quello di fornire linee guida e raccomandazioni politiche** su possibili strategie per implementare e sostenere la sostenibilità a tutto tondo per le IG di piccole e medie dimensioni.

PARTE 1: INTRODUZIONE E BACKGROUND

Il concetto di sostenibilità è uno dei più attuali e ha applicazioni in molte aree, non solo nell'agricoltura e nel campo alimentare.

L'idea di sostenibilità è globale e non ha un'unica definizione. Nella letteratura e per le istituzioni si fa spesso riferimento a una definizione pubblicata nel rapporto "[Our Common Future](#)" della *World Commission on Environment and Development* del Programma Ambientale delle Nazioni Unite. Lo **sviluppo sostenibile** è definito come *"lo sviluppo che soddisfa i bisogni della generazione presente senza compromettere la capacità delle generazioni future di soddisfare i propri bisogni"*.

D'altra parte, le definizioni più recenti provengono principalmente dalle pubblicazioni delle istituzioni, ma non esiste una definizione precisa a livello comunitario. Di seguito una panoramica delle definizioni di sostenibilità dalla letteratura consultata in relazione al settore alimentare.

Sostenibilità economica: assicurare l'efficienza economica e il reddito delle imprese. Il sistema deve generare **reddito e lavoro a lungo termine**, beneficiando i produttori lungo la catena di produzione, dal produttore al consumatore. A livello economico, la sostenibilità e lo sviluppo sostenibile si riferiscono a una **crescita intelligente**, con pianificazione a lungo termine, **azioni sulla riduzione dei costi e investimenti in ricerca e sviluppo.**

Sostenibilità sociale: garantire la qualità della vita, la sicurezza e i servizi per i cittadini. La sostenibilità sociale si ottiene **rafforzando la coesione sociale** e permettendo a tutti i cittadini di partecipare, creando connessioni e reti tra produttori e consumatori. La **creazione di reti** tra diverse parti interessate rafforza il tessuto sociale e la consapevolezza dei consumatori di far parte di un sistema di qualità. Il sistema IG ha anche un impatto sul **campo educativo** attirando i giovani alla produzione e **incoraggiando il ricambio generazionale.** Inoltre, la sostenibilità sociale riguarda anche le opportunità eque, tiene conto dell'etica e promuove lo sviluppo della comunità. Il concetto di sostenibilità sociale include anche la **nutrizione** e la comunicazione adeguata al consumatore.

Sostenibilità ambientale: assicurare la disponibilità e la qualità delle risorse naturali, rispettare l'ambiente in tutte le sue forme e attuare una sorta di **resilienza rinnovabile di fronte alle nuove sfide climatiche**, ora esacerbate dall'azione umana. I pilastri della sostenibilità ambientale nel cibo riguardano la riduzione dell'uso della terra e delle risorse come l'acqua e l'energia, la **riduzione dei rifiuti alimentari, la conservazione dei paesaggi e il mantenimento della biodiversità** e della protezione ambientale.

L'intersezione dei concetti porta a un altro punto di vista:

- **Sostenibilità economica e sociale**: l'intersezione delle due visioni della sostenibilità enfatizza la tassazione equa, l'etica degli affari, il commercio, i diritti dei lavoratori e la governance sostenibile (dai gruppi di gestione multilivello alle istituzioni e alle organizzazioni di produttori).
- **Sostenibilità sociale e ambientale**: l'intersezione porta a un maggiore rispetto per l'ambiente e i luoghi in cui viviamo, partecipazione pubblica ad azioni ambientali positive, rapporti e pubblicazioni.
- **Sostenibilità ambientale ed economica**: l'intersezione di questi due concetti porta a intendere la sostenibilità come uno strumento volto al miglioramento dell'efficienza energetica nella produzione, lo sviluppo e l'uso di sussidi specifici e tutte le azioni, inclusi i crediti verdi, per promuovere la riduzione delle emissioni.

A livello legislativo dell'UE sono già in atto molte strategie e politiche per promuovere la sostenibilità dei sistemi di produzione agroalimentare.

Si fa riferimento alle azioni stabilite nella **Politica Agricola Comune**, nella **Strategia Farm to Fork**, nella **Politica di etichettatura degli alimenti**, nella **Politica di agricoltura biologica**, nella **Visione a lungo termine per le zone rurali**, nelle **Politiche di coltivazione del carbonio (Carbon farming)**, nelle **Politiche di sicurezza alimentare**, nel **Piano europeo per combattere il cancro**, nella **Politica di promozione**, nel **Piano d'azione sulla proprietà intellettuale** e nella **Politica commerciale**.

PARTE 2: RACCOLTA E ANALISI DEI DATI

La seconda parte analizza i dati presentati dal suddetto studio commissionato dalla CE.

A livello produttivo ed economico, si vede che nel 2017, nove prodotti, corrispondenti allo 0,3% del numero totale di IG registrate nell'UE, rappresentano il 27% del valore totale delle vendite.

Così, ventiquattro prodotti agroalimentari rappresentano il 42% del valore totale delle vendite. Il 90% delle IG agroalimentari rappresenta il 40% del valore delle vendite.

I settori dominanti sono i **prodotti lattiero-caseari** (dato che la maggior parte del fatturato è legato al formaggio), i **prodotti carnei** e la **birra**.

Il concetto di "IG di piccola e media grandezza" si riferisce alla dimensione economica e all'area di produzione. Guardando esclusivamente al settore agroalimentare, le IG/TSG su piccola scala coprono catene di valore con un valore di vendita inferiore a 1 milione di euro. Nel 2017 rappresentavano il 48% del numero totale d'IG nell'UE (circa 1.600), ma solo lo 0,5% del valore totale delle vendite d'IG (con un valore economico di 418 milioni di euro).

Lo studio ha poi raccolto dati aggiornati al 2019-2020 su 489 IG appartenenti a ventidue diverse regioni europee e da quattro SM. I dati raccolti **comprendono dati geografici e descrittivi** (geografia, prodotto, IG, categoria, governance, area), **dati di produzione** (area/numero di produttori, quantità prodotta, quantità regionale, produzione certificata, quantità esportata) e **dati economici** (fatturato, reddito da esportazione, origine e prezzo finale, valore regionale).

Secondo i dati raccolti, le **disparità sono confermate**. Nelle diverse regioni i settori dominanti sono il formaggio, la carne e la birra, ma ci sono disparità tra le IG, tra regioni e SM.

Maggio 2022

Le cifre hanno mostrato che il sistema attuale è molto efficace per le IG che coinvolgono un gran numero di produttori e con un alto livello di coordinamento della catena. D'altra parte, ha dei difetti quando le catene IG sono "piccole". **Le disparità tra le varie catene IG portano poi a difficoltà nella valutazione.**

A livello di Stati membri, in base ai dati del 2017, Francia e Italia hanno un valore economico legato alle IG superiore a 10 miliardi, Germania e Spagna hanno un valore tra 5 e 10 miliardi, mentre gli altri 19 Stati membri hanno un valore economico legato alle IG inferiore a 1 miliardo.

I risultati principali possono quindi essere riassunti come segue:

- **Disuguaglianza** economico-produttiva all'interno della **stessa regione**;
- **Disuguaglianza** economico-produttiva **tra settori** (nella stessa regione e tra regioni);
- **Distribuzione ineguale delle IG tra gli Stati Membri**;
- **Bassi livelli di esportazione**: la maggior parte delle IG commercializza il prodotto solo in una zona, all'interno della regione e al massimo sul mercato nazionale;
- Molti produttori producono secondo le specifiche del prodotto ma non certificano;
- Diverse IG hanno volumi produttivi ed economici carenti;
- Alcune IG sono in declino o sono improduttive da anni.

PARTE 3: IL QUESTIONARIO PER LE REGIONI E I RISULTATI

Il questionario è stato progettato per capire le percezioni delle regioni sulle IG di piccole e medie dimensioni.

Il questionario è diviso in tre parti principali con obiettivi diversi:

- **"STATO ECONOMICO – PICCOLE IG A RISCHIO DI ESTINZIONE"**. Dopo una breve introduzione ai dati economici e di produzione, i rappresentanti delle regioni sono stati invitati a rispondere a domande sulla percezione delle piccole IG. In alcuni casi, alcune IG sono scomparse cessando la produzione o decidendo di non certificare più il prodotto.
- **PROTEZIONE E STRATEGIA**. Ai rappresentanti delle regioni è stato chiesto d'indicare quali sono, secondo loro, le priorità per la protezione delle IG e quali aree d'intervento sono le più rilevanti.
- **SUGGERIMENTI**. I rappresentanti delle regioni sono stati invitati a esprimere le loro opinioni, suggerire soluzioni e fornire informazioni sulle buone pratiche attuali.

Il questionario è strutturato in 39 domande: domande chiuse, semichiate e aperte. **20** regioni socie dell'AREPO da Grecia, Francia, Italia, Spagna e Germania hanno fornito risposte molto dettagliate.

Le regioni hanno indicato **più di cinquanta indicazioni geografiche che sono scomparse o sono in estrema difficoltà**.

Secondo le regioni, le tre ragioni principali della scomparsa delle piccole e medie indicazioni geografiche sono:

- 1) **Mancanza di sostenibilità economica.**
- 2) **Mancanza di una strategia di promozione comune.**
- 3) **Il costo della certificazione è troppo alto rispetto alle entrate.**

Per completare il quadro, un altro problema percepito è la **mancanza di cambio generazionale**.

Maggio 2022

Inoltre, l'indagine rivela opinioni che non erano ancora state prese in considerazione, come la **mancanza di fiducia dei produttori** nel sistema IG e la **mancanza di flessibilità nel sistema burocratico**. Questo riguarda in particolare la mancanza di flessibilità nelle procedure burocratiche per le richieste di modifica delle specifiche dei prodotti.

La maggior parte delle regioni ritiene che **le IG che rischiano di scomparire dovrebbero ricevere più sostegno istituzionale**, anche se in alcuni casi si riferisce che già ricevono sussidi dalle autorità regionali. Diverse strategie, soprattutto di sostegno economico, sono già in atto.

Le regioni credono che sia necessario **attuare una strategia dedicata a questo settore**, ma non sono tutte d'accordo su una strategia europea. **Le azioni sono considerate principalmente locali, adattate al territorio e al settore produttivo considerato.**

Alcune regioni sottolineano che il **cambiamento climatico non è un fattore da sottovalutare**. Spesso i produttori, specialmente quelli coinvolti nell'agricoltura e nella produzione di frutta, si trovano di fronte a disastri climatici che gli fanno perdere gran parte della produzione.

Infine, le regioni hanno suggerito quanto segue. È necessario:

- Dare più sostegno alle piccole e medie IG;
- **Sostenere le piccole e medie IG attraverso lo sviluppo sostenibile;**
- **Investire in educazione e formazione** (sia per i produttori che per i consumatori);
- **Sostenere maggiori investimenti in comunicazione e promozione;**
- **Sostenere una riduzione e semplificazione della burocrazia;**
- **Stimolare la raccolta di più dati** per comprendere al meglio le filiere IG;
- **Promuovere lo scambio di buone pratiche.**

PARTE 4: CASI STUDIO E RISULTATI

Sono stati selezionati sei casi studio per ottenere le opinioni dei produttori. La selezione è stata fatta in collaborazione con i ministeri regionali.

La scelta delle catene di produzione per gli studi di caso hanno soddisfatto i seguenti criteri: **omogeneità di dimensioni** (micro, piccole e medie produzioni), **omogeneità di denominazione** (DOP/IGP), **natura del prodotto** (trasformato/semilavorato/fresco) e **omogeneità di origine** (tra le regioni socie dell'AREPO). L'obiettivo era quello di **avere un equilibrio all'interno dei casi studio e di comprendere se alcune problematiche sono legate solo a specifiche zone o legate a certi prodotti.**

Le interviste sono durate in media un'ora e sono state strutturate secondo una logica precisa.

Presentazione del prodotto:

Nella prima parte **sono state poste domande generali per capire il prodotto e la filiera**. Le domande servivano per comprendere la struttura della catena di produzione, compresi i dati economici e di produzione dell'anno precedente (fatturato, volume di produzione, prezzi di vendita, prezzi di scaffale, differenze con prodotti non certificati, tendenze negli ultimi anni, ecc.). L'intenzione era quella di esplorare i temi legati alla struttura della governance e le dinamiche tra gli attori della filiera.

Sostenibilità economica:

Da un punto di vista economico, l'obiettivo era quello di comprendere i maggiori costi e i problemi legati alla produzione.

Sostenibilità sociale:

L'obiettivo era di comprendere la struttura di produzione, i collegamenti, le relazioni con i consumatori, le attività di promozione del turismo e il coinvolgimento dei giovani per promuovere il ricambio generazionale.

Sostenibilità ambientale:

Lo scopo delle domande era quello di comprendere la portata degli effetti del cambiamento climatico, l'impatto dell'uso di pesticidi e fertilizzanti e la relazione con la produzione biologica.

Governance sostenibile:

Infine, l'obiettivo di questa parte tematica era quello di capire il funzionamento delle organizzazioni di produttori e il legame con enti locali e regionali, organizzazioni e autorità competenti. Inoltre, si è tentato di identificare il tipo di supporto che ricevono e il grado di coinvolgimento di queste organizzazioni.

I casi studio analizzati sono: **Gata-Hurdes DOP** (olio extravergine d'oliva) e **Patatas de Prades IGP** (patate) per la Spagna, **Höri Bülle IGP** (cipolla) per la Germania, **Marrone di Caprese Michelangelo DOP** (marrone) per l'Italia, **Pefkothymaromelo Kritis DOP** (miele) per la Grecia e **Valençay DOP** (formaggio di capra) per la Francia.

I risultati sono in parte incoerenti con le opinioni delle regioni. Questo indica semplicemente priorità diverse e non è un segno di discordanza o asimmetria informativa.

I produttori hanno sottolineato la mancanza di **sostenibilità della governance**. Ciò è dovuto al basso livello di coinvolgimento dei produttori nella catena e nel sistema IG e a un basso livello di coordinamento tra loro. Quando la governance è debole o inesistente, l'intera catena ne soffre.

Inoltre, ci sono problemi legati alla sostenibilità economica a causa del costo della certificazione e della **difficoltà di investire nella promozione**.

In alcuni casi si evidenzia la mancanza di cambio generazionale, la complessità della burocrazia e gli oneri associati.

Alcuni produttori osservano cambiamenti nell'impatto dell'ambiente e del clima sulla loro produzione. Tuttavia, dal punto di vista della sostenibilità ambientale, la percezione del problema è bassa. Sono necessari più sostegno e misure di accompagnamento da parte delle regioni per aumentare la consapevolezza e la comprensione del potenziale di questo aspetto.

PARTE 5: CONCLUSIONE E RACCOMANDAZIONI POLITICHE

Alla luce dei risultati di questa ricerca, l'**AREPO propone le seguenti raccomandazioni:**

- **Rafforzare i gruppi di produttori:** per ridurre la polarizzazione del potere contrattuale, i gruppi di produttori devono essere rafforzati e incoraggiati a investire nella filiera. Questo processo dovrebbe essere affrontato anche migliorando il senso di fiducia dei produttori nel sistema dell'IG. Inoltre, l'educazione e la formazione possono essere strumenti utili per creare gruppi di produttori robusti, ben posizionati sul mercato e capaci di trasmettere un'immagine territoriale.

- **Snellire le procedure burocratiche.**
- **Attuare una definizione di sostenibilità a cui fare riferimento nella legislazione europea.**
- **Aumentare la disponibilità di dati amministrativi e statistici sul regime DOP/IGP a livello dell'UE e degli Stati Membri:** l'analisi dei dati è il primo passo verso un chiaro monitoraggio dello sviluppo delle IG e di conseguenza del territorio. È consigliabile incoraggiare la raccolta e la condivisione di dati, specialmente tra regioni, enti e istituzioni di ricerca.
- **Investire nella ricerca in campo IG.**
- **Sostenere il potenziale delle IG in altri settori correlati:** l'introduzione delle IG nelle politiche di altri settori fortemente legati a questo tipo di produzione, per esempio turismo, appalti pubblici, promozione e conservazione della biodiversità. Questo processo assicura che il sistema sia pienamente sviluppato e incoraggia le piccole e medie IG a diversificare il loro potenziale.
- **Continuare a sostenere la politica di promozione dei prodotti IG:** mantenere e aumentare un budget adeguato per i prodotti IG, finanziare la realizzazione di piccoli progetti per raggiungere più produttori, aumentare il tasso di cofinanziamento dell'UE e semplificare le procedure di partecipazione e applicazione.
- **Creare un forum di scambio sulle IG:** è consigliabile creare un tavolo/commissione/consiglio/forum che si riunisca durante l'anno per sostenere i produttori e i sistemi di gestione su questioni locali e di attualità nell'ambito IG.
- **Fornire un supporto adeguato alla digitalizzazione:** incoraggiare la transizione digitale richiedendo ai sistemi di gestione e ai produttori di digitalizzare file, dati e pratiche per sviluppare un processo burocratico snello e ridurre l'asimmetria informativa tra il mondo della produzione e gli enti governativi regionali.
- **Aumentare educazione e consapevolezza del sistema IG.**
- **Stimolare la pubblicazione di guide regionali e locali su misura come materiale di formazione rivolto ai diversi attori della filiera:** le questioni più rilevanti sono il coordinamento tra i produttori, la governance, l'accesso ai fondi pubblici e la transizione alla sostenibilità.
- **Rafforzare lo scambio di buone pratiche e informazioni tra i diversi attori del sistema.**
- **Campagne di comunicazione attiva:** migliorare la comunicazione su tutte le caratteristiche del prodotto, compresa la promozione e l'educazione.
- **Rafforzare la governance a tutti i livelli.**
- **Promuovere l'integrazione di misure volontarie sulla sostenibilità ambientale:** sostenere i produttori nel fare la transizione in linea con il Green Deal e la strategia Farm to Fork, aiutandoli a capire e applicare il concetto di sostenibilità ambientale.