

QUALITÀ E SICUREZZA NELLE PRODUZIONI INDUSTRIALI

IL PUNTO DI VISTA DELL'INDUSTRIA

di Paola Romagnoli
Dirigente Veterinario ASL RMA

**Nessuna contrapposizione
tra produzione industriale e
DOP/IGP.**

In ambito europeo il settore agroalimentare si caratterizza con una produzione annuale stimata in circa 600 miliardi di Euro (fonti Nomisma), corrispondente a circa il 15% dell'output manifatturiero complessivo. L'Unione Europea risulta così essere la più grande

produttrice di prodotti alimentari e bevande del mondo, con oltre 2,6 milioni di lavoratori nell'industria e 7,5 milioni di lavoratori a tempo pieno nel settore agricolo. Attualmente, in Italia, sono oltre 2000 i prodotti della tradizione riconosciuti ed elencati come da Decreto 8 maggio 2001.

Le produzioni che in Europa si fregiano delle denominazioni sono 555, di cui più di 100 prodotti sono italiani, costituendo il 20% del totale UE.

Le denominazioni registrate in Italia determinano un'attivazione economica nelle aree di produzione pari a circa 12.000 miliardi di PW e in prospettiva potranno ricoprire fino a 20-25% della produzione lorda vendibile agricola nazionale.

Si tratta in definitiva di una risorsa per l'economia nazionale che rappresenta una funzione difficilmente sostituibile, specie in talune zone marginali e prive di alternative di sviluppo. L'Unilever Italia Spa – Divisione Ice Cream & Frozen Food - di cui Vittorio



Gagliardi è Quality Assurance e External Relation Manager - è un colosso del settore, vantando una produzione di 99.300 tonnellate di prodotti surgelati e 1.500 milioni di porzioni di gelato, con un fatturato di

1.200 milioni Euro e con 2873 persone occupate nel settore.

Argomenti SIVeMP: Ingegnere Gagliardi, nell'ambito di un programma integrato di

valorizzazione del patrimonio culturale, artigianale e turistico nazionale, quali spazi possono essere occupati dall'industria per accrescere le capacità concorrenziali del sistema agroalimentare italiano e promuovere



e diffondere le produzioni tipiche e di qualità?

Vittorio Gagliardi: Il Made in Italy e i prodotti tipici agroalimentari italiani sono senz'altro temi di grande attualità, ma si ha la sensazione che sia in atto un movimento di opinioni e comunicazioni che spinge a valorizzare solo questi settori del sistema agroalimentare. Si porta l'opinione pubblica a riconoscere quasi un'esclusiva a questo settore, per quel che riguarda i concetti di "qualità", di "tipicità", di "trainante" e quindi a considerarli in grado di corrispondere alle esigenze del consumatore, in tema di sicurezza, genuinità e nutrizionalità alimentare.

Nulla contro questo movimento di spinta del prodotto tipico italiano, ma si deve evitare, in contrapposizione, di far emergere tentativi di attribuire un'immagine meno positiva alla produzione industriale alimentare, qualificandola in modo esplicito o implicito, come "standardizzata" o quanto meno di livello inferiore. Perché, se ciò accadesse, sarebbe quanto meno miope se non pericoloso per l'industria alimentare italiana, che fattura per 105 miliardi di Euro ed esporta un valore pari a 14.5 miliardi di Euro attraverso il lavoro di più di 60.000 imprese (dati di Federalimentare).

Bisogna evitare che l'esaltazione condivisa dei prodotti tipici italiani sia in contrasto e diventi pericolosa per questo grande sistema agroalimentare ed in particolare che possa essere fuorviante per il consumatore.

È a tutti evidente che l'industria riconosce il ruolo degli operatori delle "tipicità" italiane. Questi sono senz'altro parte del sistema agroalimentare italiano; vanno però tenuti presenti alcuni punti fondamentali:

a) è inconfutabile che i segmenti produttivi dei prodotti "tipici" tal quali sono una piccola parte dell'intero mercato alimentare;
b) non esiste alcuna contrapposizione

fra produzione industriale e prodotti DOP/IGP; questi sono e devono essere parte integrante e patrimonio delle produzioni alimentari italiane;
c) le nicchie "tradizionali" sono per la maggior parte di carattere artigianale e locale;

d) i concetti di qualità, sicurezza, tipicità e garanzia del consumatore sono prerogative dell'intera industria alimentare, che sempre più si richiama alla cultura e alla tradizione culinaria italiana:

- Qualità: è stata e rimane l'obiettivo principale dell'industria ed è oggi un valore acquisito;

- Sicurezza: è un parametro conditio sine qua non per stare sul mercato e per l'industria è un prerequisito della Qualità;

- Tipicità: interi segmenti dell'alimentare ne fanno la chiave di entrata nel gradimento del consumatore; non solo italiano ma anche all'estero;

- Garanzia: la trasparenza nella comunicazione e la chiarezza delle diciture obbligatorie e non (valori nutrizionali) sono ormai una richiesta esaudita del consumatore.

È chiaro quindi quanto sia vitale la coesistenza sia della grande enfaticizzazione e valorizzazione dei prodotti tipici italiani, sia il forte effetto "trainante" che l'industria alimentare realizza veicolando questi prodotti tipici fra i suoi.

"Più qualità, meno quantità" è un concetto secondo me sbagliato, non allineato ai bisogni e ai desideri del consumatore; l'industria mira, invece, ad **"alta qualità alla giusta quantità"** interpretando, nelle proprie produzioni, concetti essenziali quali la sostenibilità e il massimo rispetto per le richieste del consumatore (vedi per esempio il caso degli OGM).

Argomenti SIVeMP: Ritiene che le attuali normative in materia, pur riconoscendo la specificità e l'importanza delle produzioni tipiche che vuole tutelare e valorizzare, ostacolano sostanzialmente lo sviluppo delle stesse?

Vittorio Gagliardi: Su questo scenario si impenna l'attuale dibattito sulla etichettatura, presentazione e pubblicità di prodotti alimentari contenente ingredienti DOP/IGP. L'emanando Decreto Legislativo*, che fissa le sanzioni in caso di non corretto uso e/o non corretta comunicazione/dichiarazione di prodotti DOP/IGP nei prodotti alimentari composti che li contengono, rischia di compromettere la vitale coesistenza di questi prodotti tipici e la grande industria.

Argomenti SIVeMP: Ritiene quindi che solo riuscendo ad incanalare tali prodotti entro i corretti circuiti produttivi e commerciali si potrà compiere il salto di qualità?

Vittorio Gagliardi: I consorzi di tutela dei prodotti DOP/IGP hanno i diritti di proprietà intellettuale sui prodotti e, giustamente, devono far valere tutti i parametri fondamentali che veicolano al giusto livello l'immagine del prodotto.

L'industria ha il dovere di contattare i consorzi per notificare l'utilizzo dei prodotti DOP/IGP rispettando, con trasparente esattezza, i Disciplinari fissati dai consorzi. L'industria però non può avere vincoli sulle modalità di realizzazione dell'etichettatura, sulla presentazione e sulla pubblicità dei prodotti finiti che li contengono. È giusto, quindi, che qualunque Decreto, che il Ministero voglia fare in merito, tenga presente questi concetti e li definisca con linee-guida chiare, che permettano, a chi deve espletare il controllo, di agire in modo univoco ed oggettivo.

* *Decreto Legislativo 19 novembre 2004 n. 297, recante misure sanzionatorie applicative del Regolamento (CEE) 2081/92 in materia di protezione delle indicazioni geografiche e delle denominazioni di origine dei prodotti agricoli e alimentari.*