

▶ dalla prima pagina

## I Dop di Piacenza: nuovi progetti per dare al territorio nuovo valore

Oltre al DOP, l'Unione Europea ed i singoli Stati hanno varato normative che comprendono altre denominazioni, come IGP (Indicazione Geografica Protetta) come il Lardo di Colonnata, STG (Specialità Tradizionali Garantite) come la Mozzarella, DOP (Denominazione di Origine Controllata e Garantita) e DOC (Denominazione di Origine Controllata) per i vini.

Una selva di marchi (2800 etichette registrate nel 2010), per alcuni ormai troppo estesa e quindi senza più capacità distintiva reale, ma che in Europa valgono oltre 54 miliardi di euro, il 6% circa delle vendite e il 15% delle esportazioni europee di alimentari e bevande.

Ma il vantaggio economico evidente dei diversi marchi di tutela è senza dubbio il plus di prezzo che garantisce: in generale ancora oggi ad un prodotto alimentare Dop o Igp viene riconosciuto un prezzo in media 2,3 volte superiore al prezzo dell'equivalente prodotto convenzionale.

Un vantaggio importante che spiega la tendenza crescente a richiedere questi riconoscimenti grazie alla domanda dei consumatori sempre più esigenti e in cerca di tipicità.

La prima tipologia merceologica è rappresentata dai vi-

ni, dove Francia e Italia eccellono, seguiti dai prodotti agricoli e alimentari e poi gli spirits come whisky, cognac e grappe.

Tra i prodotti agricoli prevale il comparto dei formaggi a cui seguono carni preparate e salumi.

In questo settore Piacenza ha un singolare primato con i suoi tre Dop: coppa, pancetta e salame.

Un bel primato avere tre Dop sui 22 italiani tra i quali ricordiamo il prosciutto di Parma, Carpegna, San Daniele, il culatello di Zibello, il capocollo di Calabria, il salame di Varzi e della Brianza, la salsiccia di Calabria.

Non a caso la Camera di Commercio da anni insiste sulla promozione della nostra coppa per trainare e veicolare la qualità dei nostri Dop.

Che ottengono riconoscimenti entusiastici dai milanesi che affollano le nostre colline il fine settimane e dai turisti stranieri che vengono a Piacenza per affari o per Verdi o per Castelli'Arquato e Bobbio.

Ma questa dotazione di eccellenza di Piacenza merita ulteriori sforzi di promozione e valorizzazione. In particolare servirebbero forse più "luoghi" dove conoscere, gustare e acquistare i nostri prodotti Dop.

Già abbiamo favorito la loro presenza all'Autogrill sull'autostrada che taglia la nostra

città con indubbi vantaggi di marketing.

Dal prossimo anno avremo la sede locale di Eataly che rappresenta il modello più riuscito di valorizzazione dei prodotti alimentari italiani di qualità, con quel mix di cultura e commercio, sostenibilità e filiera corta che Farinetti riesce a sviluppare nelle diverse sedi aperte nel mondo. Per non parlare del progetto di Piacenza per l'Expo 2015 che punterà sul nostro oro rosso, il pomodoro.

E poi il progetto di Museo nazionale dell'agricoltura promosso recentemente dal Presidente della Camera di Commercio Parenti. Infine l'idea di trasformare la Faggiola in un parco a tema dell'agroalimentare piacentino. Come hanno pensato a Bologna dove il Caab (Centro agroalimentare di Bologna) ha lanciato il progetto di un parco tematico agroalimentare, con una superficie di circa 8 ettari, con il nome suggestivo di "F.I.Co", Fabbrica italiana Contadina, dedicato alla valorizzazione delle eccellenze agroalimentari italiane, dalla produzione orticola e frutticola, all'olio d'oliva, al vino, agli allevamenti e tutto quanto di pregio produce la nostra penisola.

Con la previsione di creare un migliaio di nuovi posti di lavoro diretti e 5 mila nell'indotto, l'utilizzo di strutture già esi-

stenti e sostenibilità totale grazie all'impianto fotovoltaico del Caab, il più vasto su tetto attualmente esistente in Europa.

I consumatori, i produttori ed i turisti chiedono oggi nuovi spazi a tema dedicati, dove l'incontro commerciale si integra con lo scambio culturale, la degustazione e la visita, le emozioni con la conoscenza.

In piccolo la Faggiola potrebbe diventare il parco agroalimentare locale, con punti di ristorazione e vendita, peraltro già attivi seppure a scarsi regimi, ma anche spazi museali e di visita. Pensiamo solo all'ipotesi del Museo del Grana Padano, ad oggi non ancora attivato in Italia.

Ovviamente solo se gli operatori agricoli e della trasformazione agroindustriale e le istituzioni locali crederanno e collaboreranno al progetto. Anche di questi temi si discuterà alla Corte Faggiola nell'ambito dell'iniziativa "Piacenza un mare di sapori", sabato 21 settembre pomeriggio con un incontro alla presenza dell'Assessore Regionale all'agricoltura Tiberio Rabboni, dal titolo "Nuovo valore ai territori rurali e alle eccellenze alimentari. Strategie, strumenti ed opportunità". Piacenza chiede nuova progettualità.

Per dare al territorio "nuovo valore". Possibilmente Dop.

Paolo Rizzi

