



UNIVERSITÀ DI PARMA

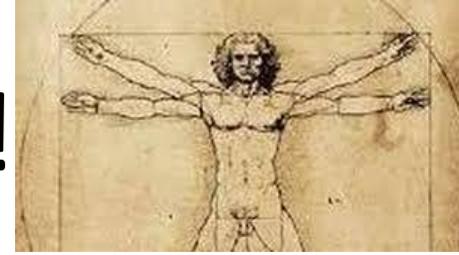


CONSORZIO
DEL PROSCIUTTO
DI MODENA

Prodotti tipici, filiere e aree rurali:
cosa dobbiamo sapere per uno sviluppo sostenibile
Filippo Arfini

Evento celebrativo per i 50 anni del Consorzio del Prosciutto di Modena,
Vignola (MO) 29 novembre 2019

Le Indicazioni Geografiche: l'uomo al centro!



- Le Indicazioni Geografiche hanno la capacità di mettere l'uomo al centro del percorso che guida la qualità in qualità di: i) **Gestori delle risorse produttive**; ii) **Produttori di beni**; iii) **Consumatori degli alimenti**.
- L'uomo attraverso le sue conoscenze è capace di «**mediare**» tra caratteristiche naturali del territorio, tecnologie produttive e esigenze di consumo **creando valore per sé e il territorio in una logica sostenibile**.

La sostenibilità: perché è importante



Sustainability: “... Such sustainable development (in the agriculture, forestry and fisheries sectors) conserves land, water, plant and animal genetic resources, is **environmentally non-degrading**, technically appropriate, **economically viable and socially acceptable**” (FAO Council, 1989).

CONTRIBUTO DELLA PAC AGLI OBIETTIVI DI SVILUPPO SOSTENIBILE



Il **legame tra agricoltura e sviluppo sostenibile** è molto forte ma allo stesso tempo complesso e **non scontato**. Per metterlo in pratica occorre un forte impegno politico, strategico e operativo da parte di tutti gli attori che interagiscono nel Sistema agroalimentare

Perché anche la sostenibilità economica e sociale



Sviluppo rurale sostenibile e qualità



Qualità per i sistemi produttivi locali :

- I prodotti con **Indicazione Geografica (GI)**, più di altri beni alimentari, si occupano di qualità legata ai territori
- Genera attributi ambientali positivi, relazioni sociali e risultati economici;
- Fornisce caratteristiche univoche per qualificare e gestire la produzione alimentare;
- Favorisce filiere efficienti e dinamiche;
- Ma anche ... interagisce con la storia, la cultura e la reputazione.

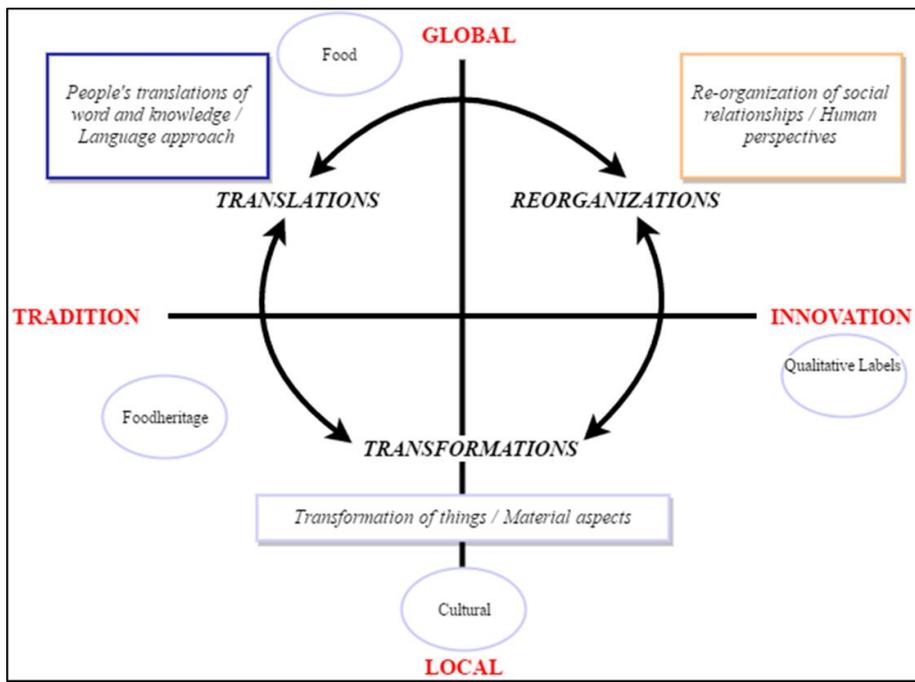
Qualità delle GI per i consumatori:

- E' un attributo estrinseco;
- Ha un significato multidimensionale, in cui il territorio, il paesaggio e la sostenibilità possono avere un ruolo;
- Genera una disponibilità a pagare e valore aggiunto;
- Può essere difficile da far conoscere e può essere percepita come rischio;
- I prodotti alimentari dalle aree rurali (interne) sono percepiti come schemi di qualità alimentare.

Sviluppo rurale sostenibile e qualità



- Il valore della qualità è dovuto **alle caratteristiche degli attori e alle loro strategie** di gestione delle catene del valore, **al modo in cui si relazionano con i consumatori, alle regole di produzione e al modo in cui sono definite le regole.**
- **La qualità diventa un concetto dinamico legato anche** alle caratteristiche culturali degli utenti dei prodotti GI nei loro ambienti alimentari individuali (food environment).



Le Indicazioni Geografiche: Il ruolo del territorio

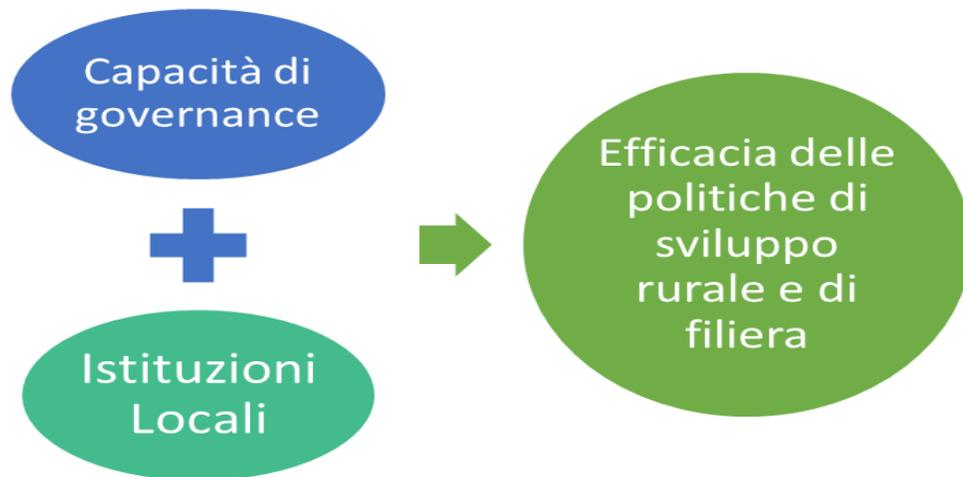


- Come luogo **di produzione**: influenza e determina **le caratteristiche qualitative intrinseche dei prodotti**;
- Come **modello di sviluppo**: è il luogo dove le catene del valore generano **gli impatti ambientali, sociali ed economici**;
- Come luogo **commerciale**: facilita la **fornitura** del prodotto, **riduce i costi di transazione** e contribuisce alla **creazione del valore** tra i produttori;
- Come luogo **di consumo**: favorisce la **diffusione di una cultura gastronomica** e la reputazione del prodotto tra i consumatori;
- Come luogo di **governo**: facilita la definizione delle **azioni di governance** e delle **politiche** per la filiera e le aree rurali.

Le Indicazioni Geografiche: Il ruolo delle catene del valore



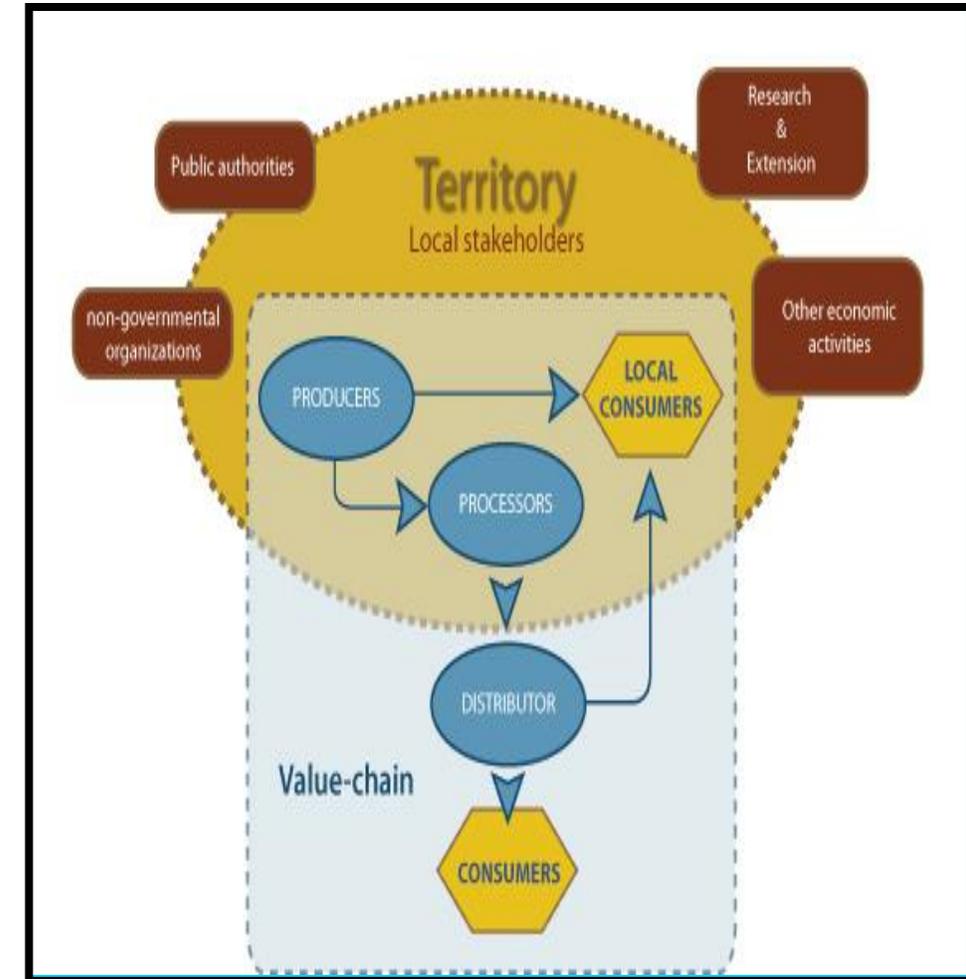
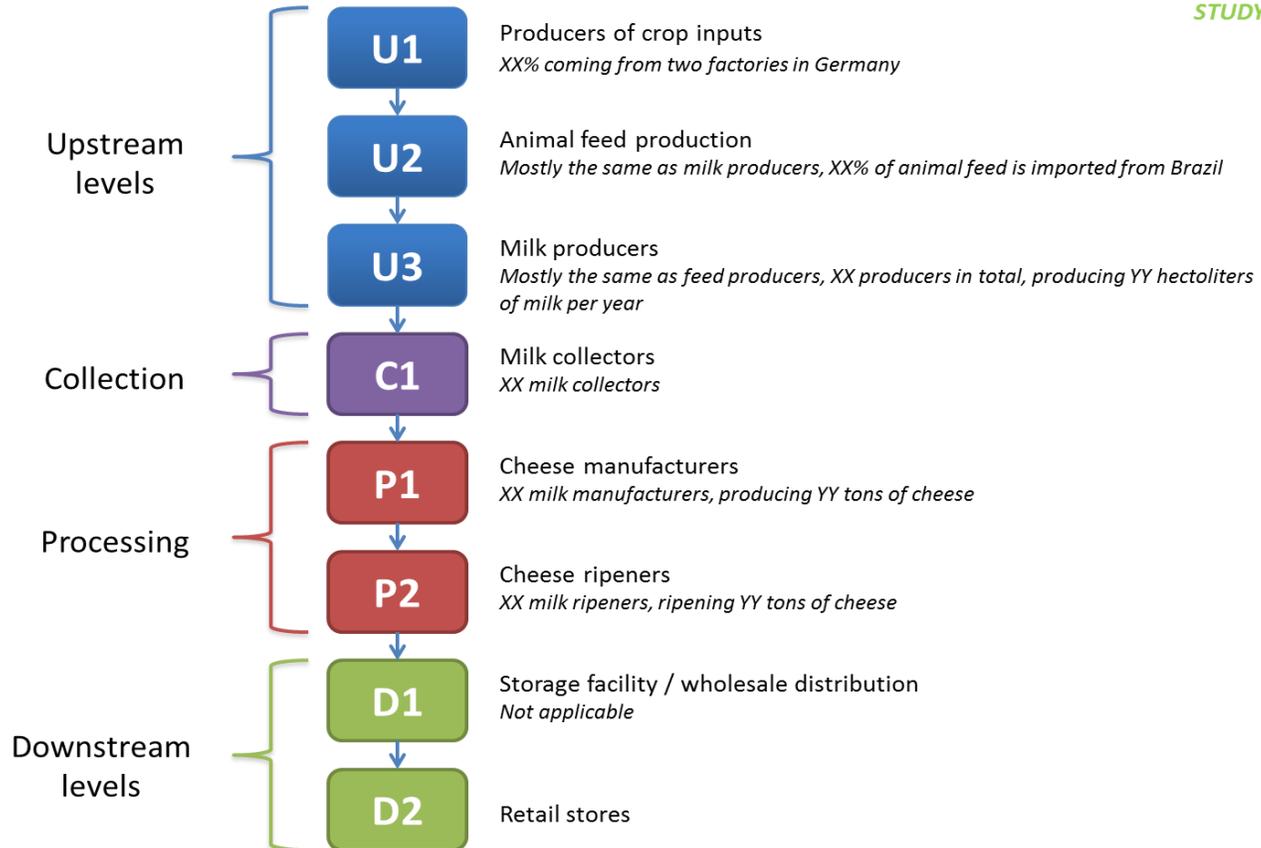
- Ruolo **operativo**: rappresentano lo **strumento per gestire la produzione in funzione di una qualità appropriata** e sviluppare strategie di marketing lungo la filiera in modo coordinato;
- Ruolo **strategico**: **combina le funzioni tecnologiche** della filiera con quelle **economiche** e gestionale **creando valore** per i produttori e **reputazione** per i consumatori;
- **I prodotti IG non sono un'eccezione !!!**



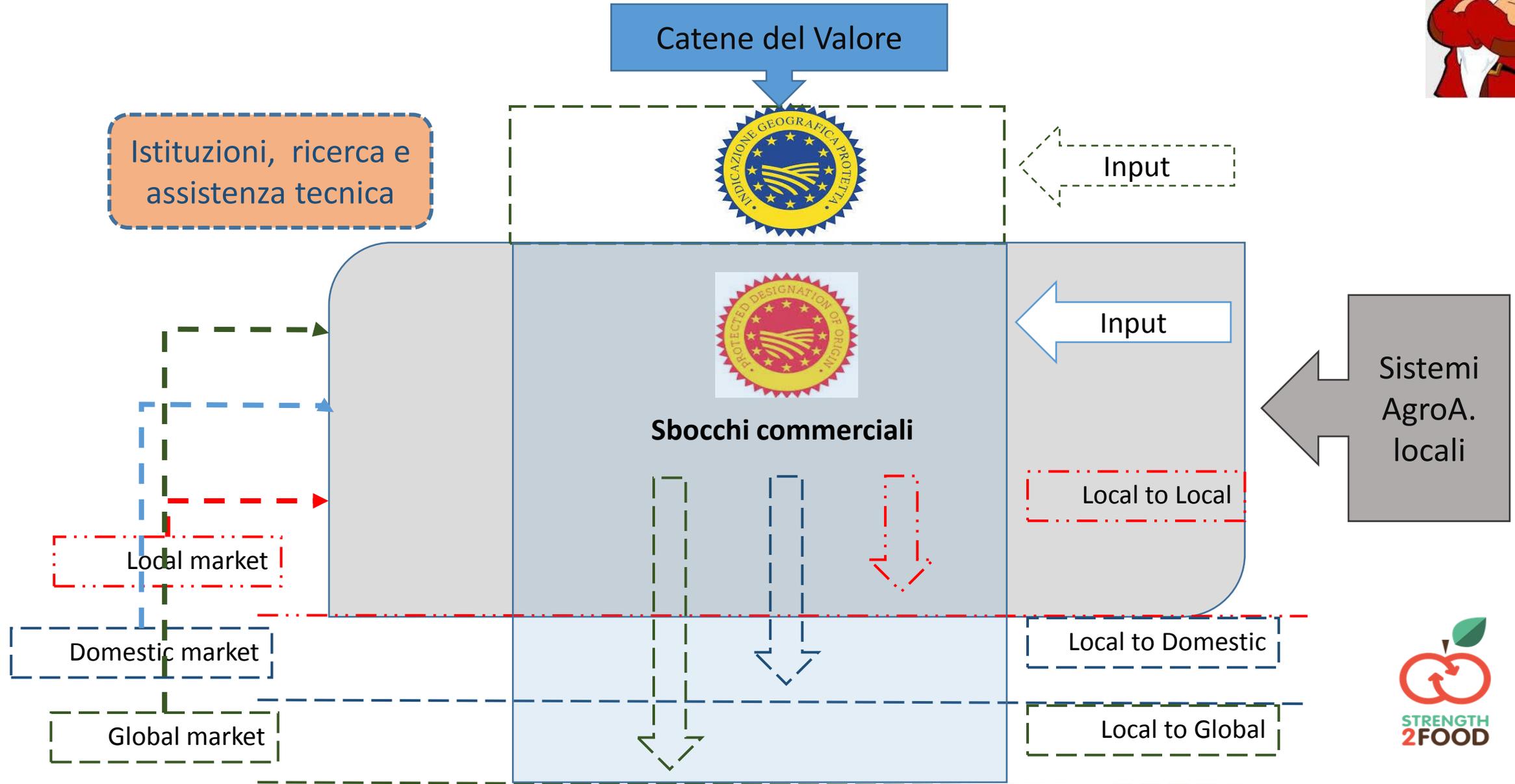
Dalle catene del valore allo sviluppo rurale sostenibile



Hypothetical example of a French PDO cheese production - TO BE MODIFIED IN ORDER TO DESCRIBE YOUR CASE STUDY

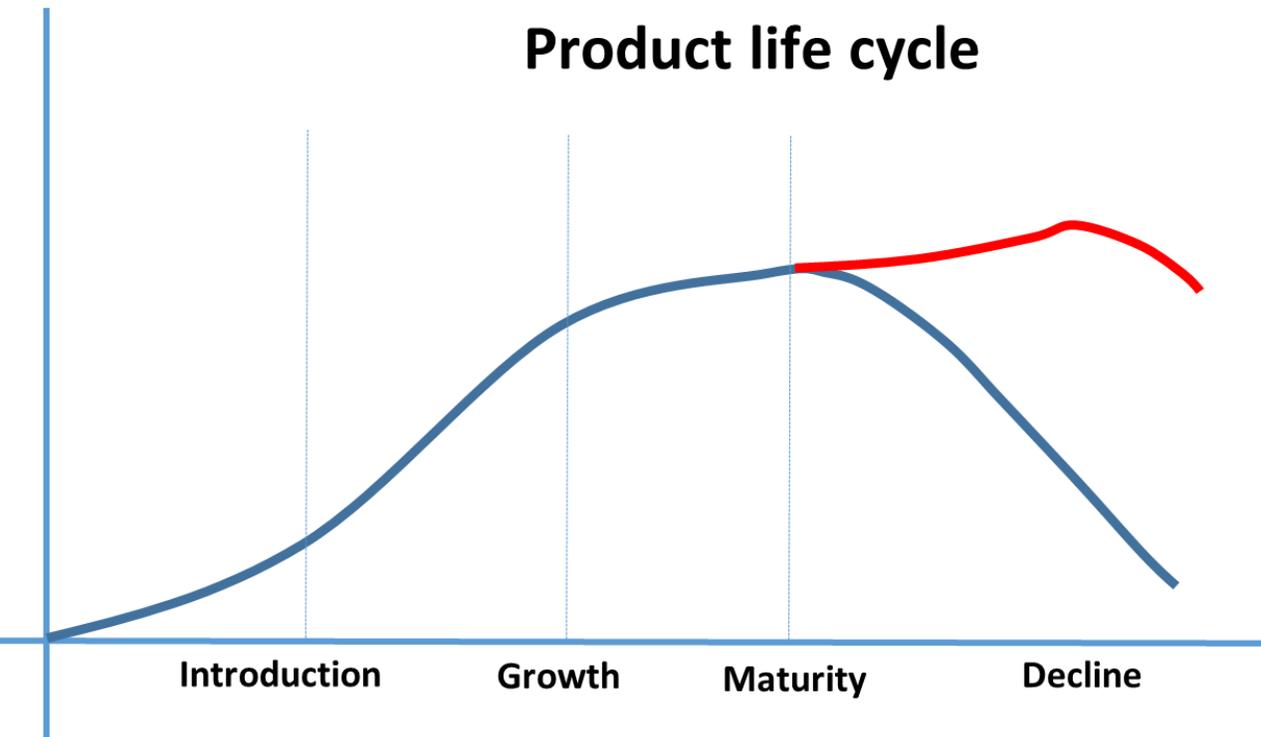


Interazione tra territorio e catena del valore



Valorizzazione, sviluppo e protezione

Approccio di marketing Vs Circolo della qualità



Le azioni per creare valore e reputazione nelle IG



La qualità

Identificare i fattori ambientali e umani che la generano;

Definire le «regole» in modo condiviso ma rigoroso

Comunicarla e farla comprendere

L'azione collettiva

Facilitare la creazione dei valore aggiunto abbassando i costi di transazione

Gestire della Catena del Valore, le risorse mobilitate, dialogare con le istituzioni e gli stakeholder

La legittimazione

Creare fiducia ed evitare comportamenti sleali lungo la catena del valore

Creare conoscenza tra gli attori della catena del valore

Quali strategie per un approccio sostenibile?



Azioni per GIs sostenibili in aree rurali sostenibili



- ✓ Generare **beni pubblici** ma anche internalizzare il valore delle esternalità positive;
- ✓ Includere i principi di sostenibilità attraverso i **disciplinari di produzione**;
- ✓ Ridurre **l'asimmetria informativa** e promuovere le caratteristiche intrinseche ed estrinseche delle GI;
- ✓ Rafforzare la gestione della catena del valore attraverso **strategie di azioni collettive** (Associazione dei produttori, Organizzazione interprofessionale);
- ✓ Sostenere la **diversificazione dell'economia rurale**;
- ✓ **Misurare** la sostenibilità;
- ✓ **Rafforzare i legami** tra ricerca, Agenti economici e Portatori di interesse;
- ✓ Lasciare che il **mercato svolga il suo ruolo ma evitando la concorrenza sleale**, riducendo i costi di transazione e fornendo risorse per soddisfare la disponibilità a pagare per GI sostenibili.

Grazie

Filippo Arfini
Università di Parma

(filippo.arfini@unipr.it)

