

BIOL – DOP. INCIDENZA SU QUALITÀ E PROMOZIONE

Francisco Barea Barea

Pedro Ruiz Avilès

L'olio d'oliva continua sulla strada del miglioramento nella qualità, nei controlli dei processi di produzione, trasformazione, immagazzinamento, imbottigliamento e distribuzione, così come nei criteri di protezione dell'ambiente e, soprattutto, del prodotto.

Far conoscere ai consumatori europei ed extraeuropei la peculiarità e i vantaggi dei prodotti è l'obiettivo principale delle campagne di promozione. Per questo si attua una differenziazione con marchi regolati dall'Unione Europea e sottoposti a rigorosi meccanismi di controllo.

Questa regolamentazione europea sulla denominazione di qualità si compone di un insieme di misure di sostegno alla diversificazione, miglioramento della qualità e promozione dei prodotti tipici (con una domanda crescente) ed elaborazioni di speciali qualità e costi.

L'esistenza di campagne istituzionali europee che promuovono le denominazioni e i marchi di qualità, rappresenta una grande opportunità per i prodotti tipici delle zone montuose e sfavorite.

Denominazioni d'Origine Protette e Indicazioni Geografiche Protetta.

L'Unione Europea stabilisce una distinzione tra due categorie di denominazioni:

- **Indicazione Geografica Protetta (IGP):** nome di una regione, un luogo determinato o un paese, utilizzato per designare un prodotto d'origine di quella zona geografica, la cui qualità o fama possa essere attribuita alla sua area geografica, il che include fattori sia naturali sia umani.
- **Denominazione d'Origine Protetta (DOP):** nome di una regione, un luogo determinato o un paese, utilizzato per designare un prodotto originario della sua zona geografica, le cui qualità o caratteristiche siano essenziali o esclusivamente attribuite a un'area geografica determinata.

La differenza tra Denominazione d'Origine e Denominazione Specifica (IGP nell'Unione Europea), è che nella Denominazione d'Origine le caratteristiche specifiche si devono attribuire al luogo geografico, alle materie prime ed al sistema d'elaborazione, mentre nella Denominazione Specifica è sufficiente che la relazione avvenga solo con qualcuna delle tre caratteristiche menzionate.

Complessità e rigore nel riconoscimento di protezione alle Denominazioni di Qualità.

In Spagna la normativa dell'INDO (Istituto Nazionale di Denominazione d'Origine) per il riconoscimento della protezione a una Denominazione d'Origine esige dai promotori la garanzia, attraverso una relazione, di alcuni elementi, fra cui:

- Che si tratti di uno o più prodotti di speciale qualità, per natura, varietà, elaborazione o allevamento.
- Riconoscimento storico di questa qualità.
- Criteri di qualità obiettivi.
- Rispetto delle Norme di Qualità e Regolamentazione Tecnico Sanitaria.
- Incidenza socioeconomica nella zona.
- Elaborazione di un Regolamento per la Denominazione di Qualità.

Obiettivi nella Regolamentazione Comunitaria.

Come obiettivi principali, si evidenziano:

- Favorire la diversificazione della produzione agricola di speciale qualità.
- Migliorare la qualità e promozione di prodotti particolari.
- Stabilire norme comuni per la produzione delle Indicazioni Geografiche e la Denominazione d'Origine.
- Soddisfare la crescente domanda dei prodotti di qualità.

Per ottenere il riconoscimento di una Denominazione di Qualità si deve elaborare un documento sulle condizioni obbligatorie adempiute da parte dei prodotti di cui si chiede la protezione, facendo una domanda di registrazione.

Prestigio dei prodotti protetti.

La possibilità di utilizzare un logo stabilito a livello comunitario che, con stretti controlli di qualità, protegga la produzione di elevato prestigio, rappresenta un notevole potenziale di penetrazione nei mercati. Questi logo permettono ai promotori del settore agro-alimentario di differenziare i propri prodotti DOP (Denominazione d'Origine Protetti) o IGP (Indicazioni Geografiche Protette).

Incidenza delle DOP e IGP sulla qualità e promozione.

Il processo di riflessione, organizzazione, strutturazione e gestione, è necessario per ottenere il riconoscimento di una denominazione di qualità del prodotto.

Un chiaro esempio di miglioramento della qualità e promozione è la Denominazione d'Origine Protetta Priego di Córdoba.

Si tratta di un oliveto di giogaia, dove predominano gli olivi centenari di qualità, ma generalmente accidentati e di conseguenza bisognosi di un elevato tasso di lavorazione. Gli si è concesso il riconoscimento provvisorio nel 1993, e quello definitivo nel 1995, ratificato nel 1997, dopo un laborioso e accelerato processo di adattamento delle installazioni, formazione del personale e implementazione delle strutture di sostegno e controllo.

Ciò ha incrementato la percentuale d'olio extravergine d'oliva ottenuto, così come la sua qualità.

Verso una politica di qualità e promozione.

Le Riforme della Politica Agricola Comune (PAC) agiscono in misura speciale sull'importanza della sicurezza e sulla qualità, così come sulla ripercussione sull'ambiente degli alimenti e dei loro processi di produzione.

Il Documento della Commissione per la Riforma a Medio Termine della PAC contempla obiettivi relativi a denominazioni, qualità e promozione:

- Impostare gli aiuti agli agricoltori per ricompensare il loro rispetto dell'ambiente e degli animali, la qualità e gli alimenti sani.
- Più fondi per orientare l'attività verso il mercato e il consumatore.
- Garantire l'espansione dei mercati.
- Concentrarsi sui prodotti e sui servizi desiderati dal consumatore.
- Maggior sostegno ai sistemi agrari tradizionali e di gran valore ambientale.

Azioni di informazione e promozione a favore dei prodotti agricoli.

Le azioni soggette a finanziamento comunitario totale o parziale, sono:

- Azioni di pubbliche relazioni, promozione e pubblicità.
- Partecipazione a manifestazioni, fiere ed esposizioni internazionali.
- Azioni di informazione.
- Studi di nuovi mercati.
- Missioni commerciali di alto livello.
- Studi di valutazione dei risultati delle azioni di promozione e informazione.

È evidente la volontà comunitaria di rinforzare tutte le misure necessarie per sostenere il consumo di prodotti con marchi europei di qualità. In questo senso l'Italia è all'avanguardia nella commercializzazione di olio extravergine d'oliva, grazie alla propria immagine di paese produttore di qualità, ma anche la Spagna sta compiendo passi da gigante nella direzione del miglioramento della qualità e della differenza dei propri oli.