

Prodotti tipici, un business da 54 miliardi

Pubblicato: Lunedì 4 Marzo 2013



Le indicazioni geografiche dell'Unione Europea valgono circa **54 miliardi di euro** a livello mondiale. È quanto emerge da uno studio pubblicato oggi dalla Commissione europea: il 60% dei prodotti IG è stato venduto nel paese di produzione, il 20% in altri paesi dell'UE e il restante 20% è stato esportato al di fuori dell'UE. Le esportazioni extra-UE, per un valore di circa 11,5 miliardi di euro, erano dirette principalmente negli **Stati Uniti (30%), in Svizzera e Singapore (7% ciascuno)**, in Canada, Cina, Giappone e Hong Kong (6% ciascuno).

Dacian Cioloș, Commissario per l'Agricoltura e lo sviluppo rurale, ha espresso soddisfazione per questi risultati: "I nostri IG valgono 54,3 miliardi di euro in tutto il mondo e rappresentano il 15% delle esportazioni totali di alimenti e bevande. Ciò dimostra la loro importanza per l'economia dell'UE e il valore del nostro impegno per promuovere e difendere questo sistema. Gli IG sono fondamentali per generare valore aggiunto – e occupazione – a livello locale, rendendo più redditizia l'attività agricola. La nuova regolamentazione sulla qualità, entrata in vigore di recente, consoliderà ulteriormente questa situazione."

Nel periodo 2005-2010 **i vini rappresentavano il 56% delle vendite complessive** di prodotti alimentari e agricoli a denominazione protetta prodotti nell'Unione europea (30,4 miliardi di euro), i prodotti agricoli e alimentari rappresentavano il 29% (15,8 miliardi di euro), le bevande spiritose il 15% (8,1 miliardi di euro) e i vini aromatizzati lo 0,1% (31,3 milioni di euro). Lo studio analizza inoltre il valore premio dei prodotti recanti un'indicazione geografica, ossia il premio che si può prevedere sul mercato per un prodotto IG rispetto a prodotti simili non IG: secondo le stime, un prodotto IG viene venduto a un prezzo mediamente 2,23 volte superiore rispetto a un prodotto non IG.

In Italia nel 2010 il valore delle vendite dei prodotti IG ammontava a quasi 12 miliardi di euro, ripartiti quasi equamente tra prodotti e alimenti agricoli (che rappresentano il 51% del volume di vendita) e vini (il 48%). Le bevande spiritose rappresentano invece solo l'1% delle vendite.

È il settore viticolo quello che vanta il maggior numero di prodotti a indicazioni geografica

(complessivamente 521 prodotti DOC e IGP), seguito dal settore dei prodotti e alimenti agricoli (193) e dalle bevande spiritose (39). Per quanto riguarda i mercati di destinazione, il 57% degli IG italiani risulta venduto sul territorio nazionale, il 24% è destinato a mercati di altri Stati membri e il 19% è invece esportato al di fuori dell'UE.

Redazione VareseNews
redazione@varesenews.it