Bimestrale
10-2026
Pagina 4/5
Foglio 1 / 2

CIVILTÀ DELLA TAVOLA

Tiratura: 8.500

www.ecostampa.it

Dop Economy, un mondo tutto da scoprire

di Giancarlo Saran
Accademico di Treviso

Un neologismo, ormai adottato a livello internazionale, che indica i rapporti tra economia e cibo di qualità.

Il recente **riconoscimento dell'UNESCO alla nostra amata cucina** non è tanto un meritato traguardo, ma **soprattutto un punto di partenza per dare ulteriore valore** a un complesso di storie, tradizioni, professionalità di cui i piatti e le ricette sono naturale conseguenza. Dietro tutto ciò, c'è **una solida realtà in cui l'aspetto economico è motore e sostegno per tutto il resto**. Illuminante, in questo caso, l'interessantissimo libro, scritto da **Mauro Rosati**, *La filosofia della Dop Economy. Come il cibo di qualità può generare cultura, comunità e futuro*. "Dop Economy", **felice neologismo** coniato dallo stesso Rosati, e oramai adottato a livello internazionale per indicare **i rapporti tra economia e cibo di qualità**, ossia quello con le certificazioni europee Dop e Igp - laddove la prima sta a indicare prodotti di un territorio definito, nel quale sono attuate tutte le fasi di produzione, mentre la seconda certifica i prodotti originari di un territorio in cui si svolge almeno una fase del processo produttivo. Riassunti entrambi con il termine IG (Indicazioni Geografiche).



L'Italia è leader europeo con oltre trecento prodotti certificati

L'Italia è leader europeo con oltre trecento prodotti certificati. IG, quindi, "**argine culturale e civile**" che **restituisce al cibo "il legame con i territori, le comunità, le loro storie"**. C'è un altro aspetto molto interessante che è emerso in questi ultimi anni. Posto che l'Italia è **al vertice internazionale come siti UNESCO (103)**, oltre a essere meta leader del turismo internazionale, **sono proprio i luoghi con certificazione UNESCO a registrare un flusso costante di crescita**, cosa che non sempre avviene per altre mete, pur se di fama storica e riconosciuta. Non solo, ma **sempre di più lo sprone che spinge il turista curioso a scoprire le bellezze di un territorio ha come motivazione principale i prodotti e la cucina locale**. Entriamo quindi nel distretto del **turismo esperienziale**, laddove l'abilità delle varie strutture ricettive sta nel coinvolgere il turista con il racconto delle storie e tradizioni che le caratterizzano. Ma c'è di più. Se un tempo, **nella valigia bel buon ritorno,** il turista metteva oggetti di vario tipo, ora **la prevalenza è gastronomica**, *in primis* formaggi e salumi.

L'importanza dei Consorzi di tutela

Per certi versi, **questa nuova tendenza ha avuto inizio con Expo 2015**, tenutasi a Milano, "una sorta di spartiacque che ha riportato cibo e agricoltura al centro dell'attenzione", con i **prodotti a certificazione IG a fare da cerniera tra le varie eccellenze che un territorio può offrire** nei suoi vari aspetti di storia, paesaggio, cultura. In tale ambito emerge il **ruolo centrale dei Consorzi di tutela**, protagonisti nel garantire la qualità del prodotto, l'alleanza tra i vari protagonisti delle rispettive filiere: agricoltori, allevatori, trasformatori finali, che siano artigiani o aziende che hanno scelto di privilegiare qualità e tradizione rispetto alla ricerca dei grandi numeri a prescindere. Infatti, **per la candidatura di un prodotto** alla relativa certificazione europea, **è il Consorzio a provvedere a che tutta la documentazione dei disciplinari sia puntuale e precisa**, con l'emergere, però, anche delle singole "**identità plurali**", ossia quei "termini dialettali e toponimi che descrivono specifiche tecniche, attrezzature, fasi di lavorazione che altrimenti rischierebbero di scomparire". Inoltre, specialmente nel settore dei **Patrimoni MAB (Man and the Biosphere)**, relativi al **rapporto equilibrato tra uomo e ambiente** (21 in Italia), quando per il turista si affianca anche **l'offerta dei prodotti IG locali, "l'impatto sul territorio e sulle**

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944
L'ECO DELLA STAMPA®
LEADER IN MEDIA INTELLIGENCE

CIVILTÀ DELLA TAVOLA

www.ecostampa.it





filiere si amplifica", con una positiva ricaduta su tutte quelle piccole realtà economiche che sono il vero tessuto connettivo di resistenza all'omologazione di una modernità anonima che affligge molti centri urbani (e non solo), con ricadute sulla percezione del gusto e dei sapori veri. **Se per la cucina si è coniato recentemente il termine di "cultura materiale"**, questa è da sempre presente anche nella cultura classica. Un esempio per tutti, la **cinta senese ritratta da Ambrogio Lorenzetti** nel XIV secolo, nel suo affresco *Gli effetti del buon governo* o il famoso passaggio di **Dante,** nel *Paradiso* della *Divina Commedia*, dove gli viene preannunciato l'esilio dalla sua amata Firenze: "proverai come sa di sale lo pane altrui", a testimonianza che il pane sciapo, cioè privo di sale, aveva a Firenze tradizione consolidata. Ingredienti, questi come moltissimi altri, **patrimonio vivo "che offre ai Consorzi un giacimento ricchissimo"** per restituire quindi, tra comunicazione e valorizzazione dei rispettivi prodotti, "senso e responsabilità per ciò che richiede, prima di tutto, di essere capito, protetto" in quanto identitario della storia di un territorio. **Italia ancora una volta pioniera anche nella creazione dei Consorzi** quali garanzia di alleanza nel dare qualità. *In primis* **quello del Chianti, nel 1924**, e poi del **Parmigiano Reggiano nel 1934**.

I giacimenti golosi nel nostro Paese

Nella **Dop Economy Veneto, è Treviso, la Marca gioiosa e golosa, a primeggiare a livello nazionale nel valore delle filiere IG cibo e vino**, secondo i dati forniti da Marca Treviso, l'organo di promozione turistica provinciale. **L'Emilia Romagna eccelle, invece, nello specifico del comparto cibo**, con tre eccellenze riconosciute quali **parmigiano reggiano, prosciutto di Parma** e **aceti balsamici**, "tre bandiere italiane nel mondo, cercate e spesso imitate".
Altro giacimento goloso, la **Lombardia**, "un esempio dove un mosaico di piccole realtà ad alto valore culturale, sociale ed economico, convive con filiere agroindustriali". Qui il **motore principale della Dop Economy è rappresentato dai formaggi**, che incidono per il 70% del valore economico alimentare complessivo, con capitale **Bergamo e le sue nove Dop**, record nazionale.
Altro esempio di luogo nel quale l'economia alimentare ha fatto la differenza sono le **Langhe**. Non solo Barolo e Barbaresco, ma anche molte altre varietà autoctone. "Se fino agli anni Cinquanta le Langhe erano terra povera, segnata da emigrazione e spopolamento", **negli ultimi anni**, grazie anche a iniziative mirate del Consorzio di tutela, "**si assiste a un ritorno dei giovani**, attratti delle opportunità del settore vitivinicolo e dall'indotto che ne consegue".
Gli esempi sono anche molti altri, pur se non tutti positivi, come, per esempio, **Matera**, già Capitale europea della cultura nel 2019. **Un'occasione mancata. Il suo pane Igp**, frutto della raccolta e lavorazione di grani antichi, **non ha trovato ancora una rete condivisa che lo renda patrimonio diffuso**.
Una bella sintesi di quanto possa essere utile consolidare il sistema delle IG, e quindi della Dop Economy, l'ha fornita **Marina Puricelli**, docente alla Bocconi. "**L'identità di un prodotto IG non è proprietà esclusiva, ma un bene condiviso, da custodire assieme**", ossia tutti i protagonisti della filiera dedicata: produttori, artigiani, aziende. **Una sintesi finale** suggerita da Mauro Rosati: "**La Dop economy è una sorta di rinascimento alimentare**, dove **le IG hanno contribuito a cambiare il senso del cibo, sottraendolo alla sola dimensione della merce e del nutrimento**", così da "**riportarlo dentro una trama**" di storia, memoria e gusto.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944
L'ECO DELLA STAMPA®
LEADER IN MEDIA INTELLIGENCE