

Prove di agricoltura inclusiva

La Dichiarazione di Bergamo per il G7: salvaguardare la tipicità

ANDREA ZAGHI
BERGAMO

Protezione, cooperazione, trasparenza e investimenti. Sono le leve principali che ieri a Bergamo – in vista del G7 Agricoltura previsto per il fine settimana –, i rappresentanti del mondo delle produzioni alimentari tipiche hanno definito e che proporranno ai ministri agricoli dei Sette Grandi. Non solamente un'azione d'immagine, ma soprattutto un passo coordinato che punta a valorizzare un patrimonio di produzioni che vale centinaia di miliardi di euro. E che potrebbe valere molto di più se non fosse continuamente insidiato dalla concorrenza sleale e dalle imitazioni. Basta pensare che solo per il nostro Paese il cosiddetto Italian sounding vale 60 miliardi di euro.

Regole coordinate, quindi, ma anche investimenti. Tutto condensato in un documento che è stato subito definito come la *Dichiarazione di Bergamo* e che è stata presentata nell'ambito di un incontro organizzato da Federdoc, Fondazione qualivita, Aicig, Assodistil, Federdop, Isit e Afidop e che delinea un traguardo da raggiungere concretizzato da un sistema multilaterale di protezione.

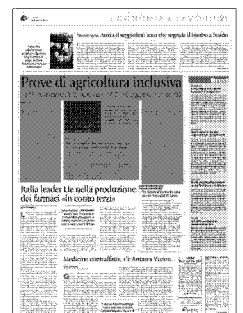
Frutto del lavoro di oltre 30 rappresentanze da quattro continenti (Africa, Asia, America e Europa) che significano grosso modo un milione di imprese, il testo punta l'attenzione su quattro temi principali: la cooperazione fra distretti evoluti delle IG (Indicazioni Geografiche) e le aree dei Paesi in via di sviluppo, l'investimento in ricerca per la definizione di un modello di sviluppo sostenibile, il rafforzamento della tutela di produttori e consumatori dalla contraffazione e un sostanziale miglio-

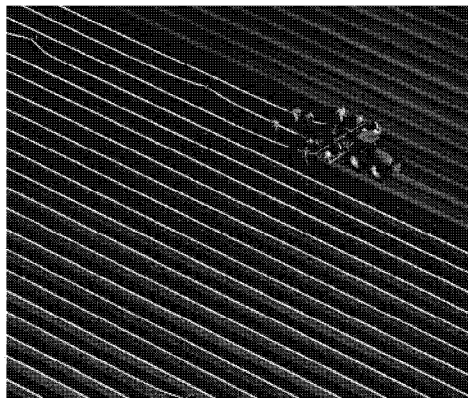
ramento della trasparenza della Internet governance. Proprio Internet rappresenta uno dei punti più delicati nello scacchiere agroalimentare mondiale. Un punto che vede l'Italia in prima linea, grazie anche agli accordi siglati con colossi dell'e-commerce come Alibaba, Amazon ed Ebay per tutelare, e allo stesso tempo promuovere, il made in Italy agroalimentare nel mondo.

Dietro tutto questo, una constatazione: le IG sono un elemento di sviluppo economico e sociale di ogni singola area del mondo visto che, per loro natura, sono attenti alla conservazione delle risorse locali e del territorio, oltre che delle conoscenze tradizionali delle comunità locali. Ma quanto sottoscritto a Bergamo nasce anche dalle nuove politiche degli Usa con le recenti richieste avanzate dalle organizzazioni agricole americane al presidente Donald Trump, per il non riconoscimento delle IG negli accordi commerciali. Minacce che se si concretizzassero porterebbero al tracollo di una parte troppo importante delle esportazioni europee.

Per ora la Dichiarazione ha già riscosso l'approvazione per l'Italia di Maurizio Martina, ministro per le Politiche agricole, che ha commentato: «Da Bergamo rilanciamo l'impegno per la tutela e la promozione delle Indicazioni Geografiche. Si delineano le sfide decisive per tutelare e promuovere il nostro patrimonio agroalimentare, definendo anche nuovi strumenti per la lotta alla contraffazione, i piani per una produzione sostenibile e il rilancio dei negoziati per la tutela legale dei marchi geografici». Entro la settimana si vedrà cosa ne pensano gli altri ministri, fra i quali quello Usa.

© RIPRODUZIONE RISERVATA





**Protezione, cooperazione,
trasparenza e investimenti sono
le leve che i rappresentanti del
mondo delle produzioni
alimentari tipiche proporranno ai
ministri agricoli dei Sette Grandi**

ALIMENTAZIONE

La spesa degli italiani sempre più sostenibile Aiuta lo sviluppo rurale e i piccoli coltivatori

La spesa degli italiani è sostenibile e dà valore allo sviluppo rurale, sostenendo l'agricoltura locale e i piccoli produttori. Lo afferma, in occasione della Giornata mondiale dell'alimentazione del 16 ottobre, «L'Alveare che dice Sì!», la start up che unisce tecnologia e agricoltura sostenibile creando gruppi di acquisto di prodotti freschi nei cosiddetti Alveari, che possono essere un bar, un ristorante, una sala di un'associazione, dove produttori e consumatori si incontrano settimanalmente. In Italia, secondo l'osservatorio, la tavola piace "local", con una spesa di vicinato. La distanza media tra i produttori e gli Alveari è di 32 km, a garanzia dei prodotti consumati dagli utenti del portale. Al primo posto c'è il Piemonte, dove la distanza media è 26 km; seguono Emilia Romagna (28 km) e Lombardia (33 km). Si tratta inoltre delle regioni con il più alto numero di produttori aderenti a «L'Alveare che dice Sì!», nata nel 2016 e incubata al Treatabit, il percorso per le start up digitali dell'Incubatore I3P del Politecnico di Torino.