

Come proteggere dalle imitazioni i prodotti di un territorio unico sempre più richiesti all'estero e capaci di attrarre nuovi mercati

Agricoltura sostenibile il modello Toscana compete in Europa

MARCO REMASCHI

Il nostro Paese sta uscendo da una lunga e difficilissima crisi economica che ha interessato tutti i settori aumentando gli squilibri e riducendo la coesione sociale. Anche l'agricoltura ha subito delle trasformazioni e ristrutturazioni che hanno ridotto il numero delle imprese e delle superfici coltivate.

In questo contesto di difficoltà si inserisce ovviamente anche la Regione Toscana, i cui dati dimostrano tuttavia come sia riuscita a mantenere inalterati i propri livelli di produzione e di valore aggiunto, nonostante gli anni difficili della crisi. I segnali di ripresa ci sono. E se ancora non permettono di tornare a punta-

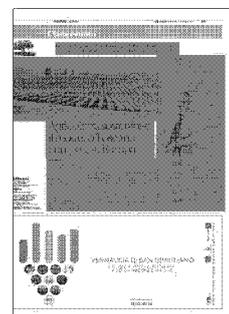
re in alto l'indice dei grafici, hanno però consentito di coprire le voragini aperte, in molti casi, dagli anni neri della crisi recuperando il terreno perduto.

L'agro-alimentare toscano è una realtà produttiva fatta da 72.000 aziende agricole, alle quali si aggiungono 5.200 imprese agro-industriali che forniscono prodotti e servizi di alta qualità (tra cui 89 DOP e IGP tra Food & Wine). Si parla della Toscana come una realtà regionale che ha saputo avviare un modello di agricoltura sostenibile, più rispettosa dell'ambiente e della biodiversità. Nel dibattito attuale sull'agricoltura europea, emerge sempre di più la domanda su quale sia il ruolo dell'agricoltura nella società moderna. Al ruolo che ha sempre avuto il

settore primario, di assicurare la disponibilità sufficiente di prodotti alimentari sani, sicuri e diversificati, si accompagnano principalmente altre funzioni, come la tutela ambientale e paesaggistica, il contrasto ai cambiamenti climatici, la produzione di energia rinnovabile, la diversificazione delle attività rurali (multifunzionalità), il presidio economico e occupazionale delle aree rurali.

In questo quadro, l'agricoltura e lo sviluppo rurale acquistano un nuovo ruolo, ancora legato alla produzione di valore economico, ma sempre più anche di valore sociale, ambientale e culturale.

Ed il segreto della Toscana è stato proprio quello di aver saputo anticipare questo modello, di aver legato i prodotti al territorio e viceversa, di



L'ASSESSORE

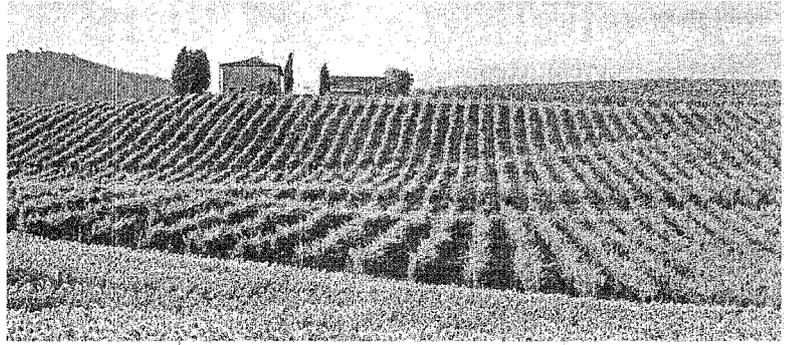
Marco Remaschi è il responsabile del dipartimento agricoltura nella giunta regionale toscana

considerare quindi le aziende agricole non come mere unità produttive, ma come custodi e promotrici delle nostre terre, della nostra storia, della nostra cultura.

Oggi sul mercato internazionale il "brand Toscana" è uno dei più amati e dei più richiesti e purtroppo dei più imitati. Quando il consumatore acquista una bottiglia di vino o di olio, un formaggio o un salume, porta a casa un prodotto che è il frutto della nostra cultura e delle nostre tradizioni: e quando lo metterà in tavola, da quei profumi emergerà l'essenza e tutta l'emozione di quel territorio.

Il nostro dovere quindi è quello di continuare a sostenere le aziende toscane, difendere l'unicità dei nostri prodotti, garantirne la qualità e la tracciabilità, utilizzando sia le denominazioni DOP, DOC ed IGT, ma anche i nuovi mezzi messi a disposizione dal governo nazionale, come l'etichettatura dei latticini già in vigore e quella in divenire dei cereali, consentendo quindi al consumatore di sapere realmente da dove viene il prodotto che acquista, contrastando quindi le contraffazioni e le imitazioni.

Ma non possiamo giocare solo in difesa, è necessario che si continui ad investire sulla promozione, cercando di penetrare meglio nei mercati dove i nostri prodotti sono già presenti e possibilmente di aprirne di nuovi, magari utilizzando canali fino ad oggi impensati: fa riflettere ad esempio che in questi ultimi due anni ci siano richieste di prodotti toscani in alcuni mercati dell'est Europa fino ad ora poco sensibili, probabilmente grazie alla cosiddetta immigrazione di ritorno, ovvero a cittadini stranieri che dopo aver vissuto nel nostro paese rientrando nelle terre natie portano con sé la conoscenza della qualità e bontà di quanto la Toscana riesce ad offrire, aprendo quindi nuove prospettive in questo mondo ormai globale.



“

IL VALORE

Una bottiglia di vino o olio è anche il frutto della nostra cultura

”

© RIPRODUZIONE RISERVATA