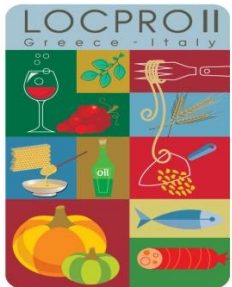


I PRODOTTI AGROALIMENTARI TIPICI DELLA PROVINCIA DI BARI



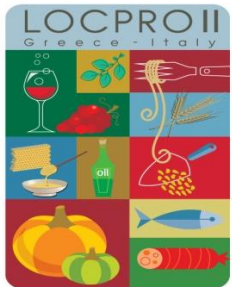


Gli obiettivi dello studio

Nell'ambito delle attività previste dal Deliverables 3.1.1: *“Supported Companies Needs Analysis del progetto LOC PRO II – Programma Grecia-Italia 2007-2013”* è stato realizzato uno studio dall'INEA , con l'obbiettivo di rappresentare un valido strumento di analisi della diffusione e delle opportunità offerte dai principali prodotti di qualità e tipici del territorio provinciale nonché, attraverso un'indagine conoscitiva mirata, si è potuto valutare l'effettiva diffusione di ICT (information and communications technology) nelle zone rurali più interne del territorio provinciale, al fine di evidenziarne elementi di criticità e potenzialità di sviluppo.

Gruppo di lavoro INEA
Giulia Diglio (ricercatore)
Pierpaolo Pallara (ricercatore)
Massimiliano Schiralli (ricercatore)
Massimo Di Lonardo (CTER)
Domenico Casella (CTER)
L'indagine conoscitiva è stata svolta
con il contributo
del dr. Francesco Mastrangelo

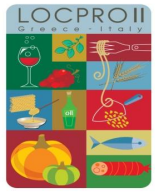




Gli argomenti trattati

- Le principali caratteristiche strutturali ed economiche del sistema agroalimentare
- I flussi commerciali delle produzioni agroalimentari
- Prodotti di qualità e prodotti tipici
- *Elementi distintivi e caratteristiche*
- *Diffusione*
- *Gli strumenti di sostegno del PSR Puglia 2007-2013*
- *Gli scenari della PAC 2014-2020: le politiche di sviluppo rurale*
- L'indagine conoscitiva "Esigenze di ICT nelle zone rurali della provincia di Bari"





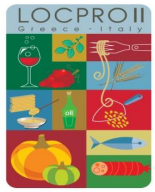
Le principali caratteristiche strutturali ed economiche del sistema agroalimentare

Indicatori	Unità di misura	Bari	Puglia
Numero aziende	nr.	61.057	271.673
SAU	Ha	268.312	1.285.290
Dimensione media aziendale	Ha	4,4	4,7
SAU/SAT	%	93	93
Aziende < 5 Ha	%	83,7	82,4
Aziende > 50 Ha	%	1,1	1,3
SAU irrigata/SAU	%	16,1	18,6

L'economia della provincia non è rappresentata esclusivamente dall'industria. L'agricoltura, infatti, ha ancora un ruolo importante in termini imprenditoriali, rappresentando nel 2011 il 18,5% delle imprese registrate in provincia, contro il 13,7% nazionale (dati Infocamere)

L'agricoltura provinciale è caratterizzata da una forte varietà di situazioni produttive, direttamente collegate a differenziazioni territoriali che vedono contrapporsi alle aree interne svantaggiate della Murgia, aree forti di pianura come il Litorale barese, particolarmente favorevoli allo sviluppo dell'attività agricola.





Le principali caratteristiche strutturali ed economiche del sistema agroalimentare

Descrizione	Unità di misura	Bari	Puglia
Conduzione diretta del coltivatore	%	96,8	96,4
Conduzione con salariati	%	2,4	3,0
Altra forma di conduzione	%	0,8	0,6
Totale	%	100,0	100,0

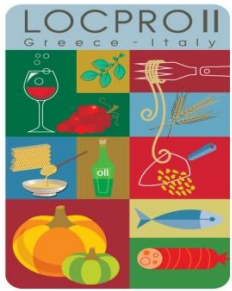
La maggior parte delle aziende è a conduzione diretta del coltivatore e in esse si rileva, da un lato, una marcata senilizzazione degli imprenditori agricoli e, dall'altro, la marcata dimensione familiare

Il settore primario rappresenta un importante sbocco occupazionale a livello provinciale e, infatti, secondo i dati forniti dall'ISTAT risultano occupati nel 2011 in agricoltura 34.744 lavoratori (il 32% del totale degli occupati agricoli in Puglia e il 2,8% degli occupati totali regionali).

L'agricoltura provinciale riveste a livello economico un ruolo importante sia nel contesto regionale sia in quello nazionale. Infatti, basti pensare che nel 2010 il V.A. è stato pari a poco più di 0,8 miliardi di euro, valore pari al 37,5% del valore aggiunto agricolo regionale e al 3,1% di quello nazionale.

Area geografica	Classi di età (anni)			Totale
	<35	35-55	>55	
Bari	4,7	33,6	61,7	100,0
Puglia	4,2	33,5	62,3	100,0

Fonte: elaborazioni INEA su dati ISTAT

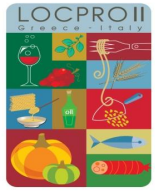


Prodotti di qualità e prodotti tipici

Le tre sono questioni principali affrontate

- La finalità delle denominazioni sono di tutela dell'agricoltura? o solo uno strumento per la competitività delle filiere e, dunque, espressione degli interessi dell'agricoltura?
- Le denominazioni sono uno strumento per la competitività di mercato *tout court*? o sono espressione di un insieme complesso di valori e di vincoli, derivanti dal legame con il territorio di origine nelle sue molteplici valenze (non solo economiche, ma anche ambientali, sociali, culturali)?
- La terza questione riguarda i consumatori. Questo strumento è stato concepito per le imprese (come strumento di difesa) e per il consumatore (di tutela e di informazione).

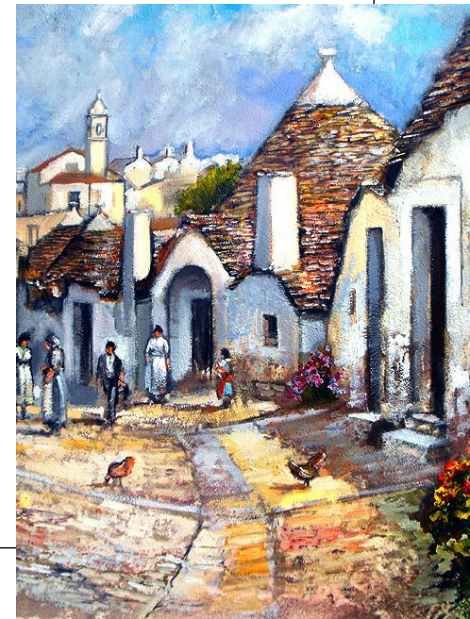


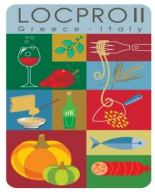


Circolo virtuoso valorizzazione del prodotto tipico

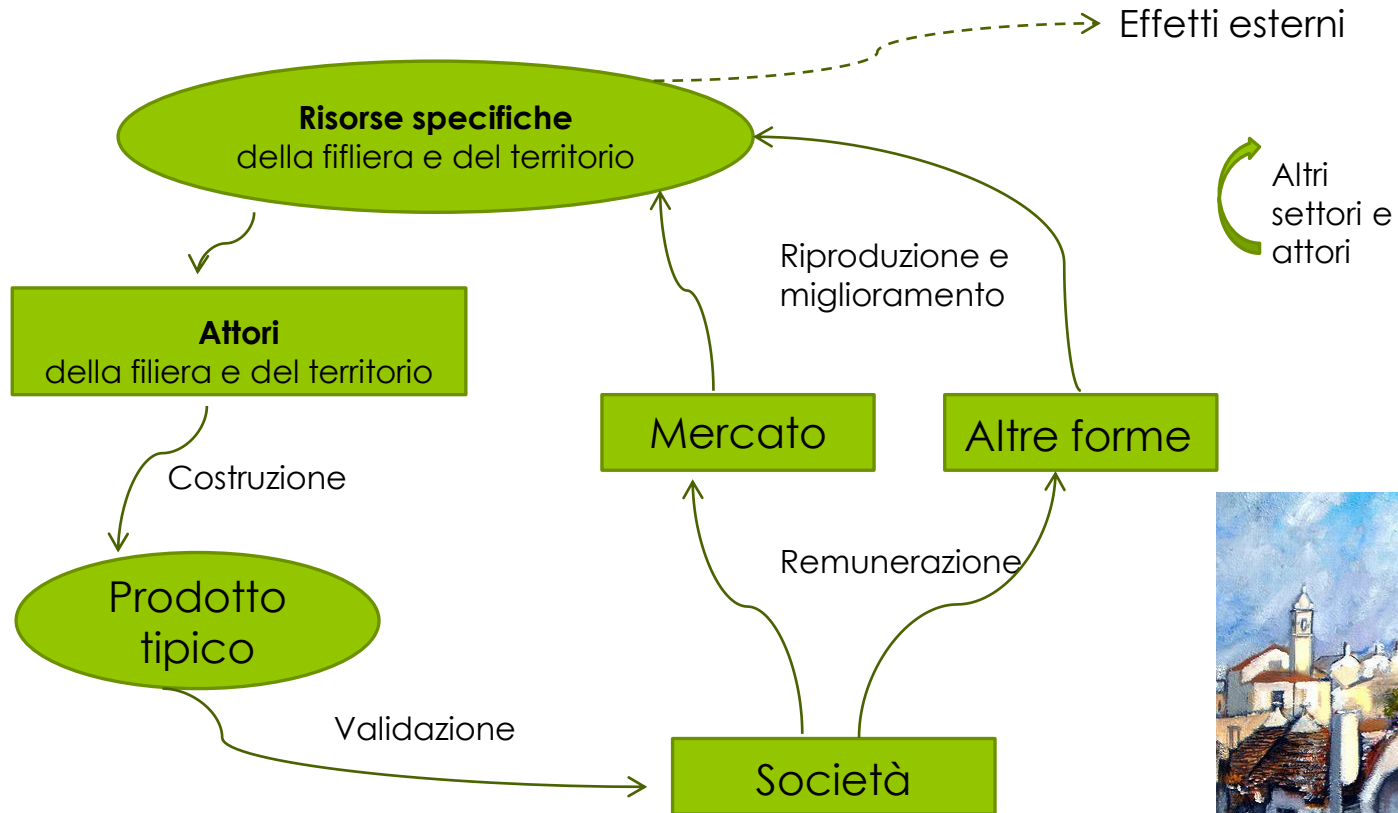
- Il radicamento del prodotto tipico nel proprio territorio di origine fa sì che esso sia portatore di valori legati alla località e, allo stesso tempo, che la sua valorizzazione sul mercato possa generare sul territorio stesso effetti positivi anche al di là del suo sistema produttivo considerato in senso stretto.
- Il consumatore che riconosce il valore di questi attributi sarà disposto a pagare un “sovrapprezzo” per il prodotto tipico.
- la valorizzazione dei prodotti tipici non è solo questione individuale di ciascuna impresa, ma presenta degli aspetti di carattere più generale, di cui il territorio beneficia ove il processo produttivo si realizza ma con effetti che possono estendersi anche oltre.

È possibile dunque individuare un “circolo virtuoso”

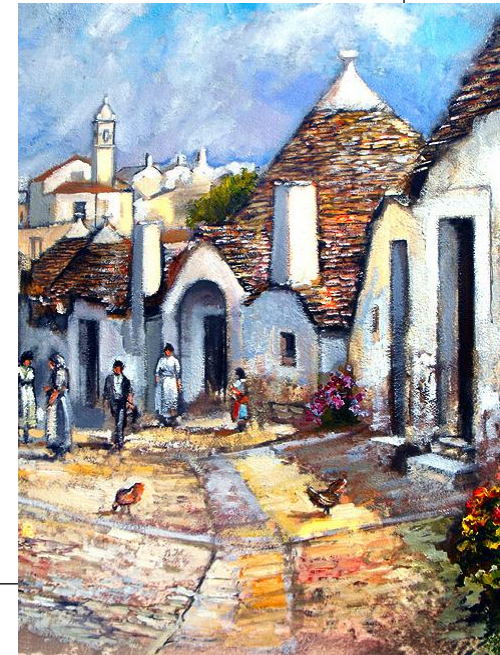


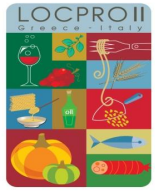


Il circolo virtuoso



Fonte: Belletti, Brunori, Marescotti e Rossi (2003)



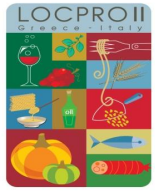


L'indicazione geografica

- Con il termine si intende una associazione tra un nome geografico e un prodotto agricolo o agroalimentare che trae dall'origine geografica una o più delle proprie caratteristiche intrinseche o estrinseche.
- Quando ricorre questo particolare legame, possono essere previste specifiche misure di regolazione, tutela e protezione.

Nell'Unione Europea con questa finalità sono state introdotte, con il regolamento Cee 2081/92 (poi sostituito dal regolamento Ce 510/2006 e successivamente dall'attuale regolamento UE 1151/2012), la Denominazione di origine protetta (Dop) e la Indicazione geografica protetta (Igp), congiuntamente con il termine di *denominazioni geografiche*.



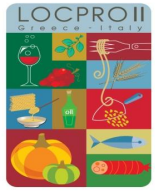


Solamente alcuni dei prodotti con indicazione geografica sono poi regolati e protetti sulla base di uno **schema giuridico sui generis** che richiede un legame particolarmente intenso tra processo produttivo, qualità e origine del prodotto, come la Denominazione di origine protetta (Dop) o la Indicazione geografica protetta (Igp) nell'Unione europea



Il modello comunitario delle Dop e delle Igp – introdotto con il Regolamento Cee 2081/92 e successivamente normato dal Regolamento Ce 510/2006 e oggi dal Regolamento 1151/2012 – rappresenta una delle possibili opzioni, certamente molto “garantista” per i produttori di prodotti tipici cui viene assicurata una forma speciale di tutela





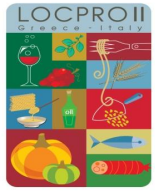
La regolazione della denominazione

Uno degli effetti attesi della regolazione consiste nella localizzazione della filiera produttiva del prodotto tipico (ovvero nel fatto che tutte le fasi “rilevanti” del processo produttivo siano svolte nell’area geografica determinata) e nella conseguente localizzazione dei benefici economici da essa generati.

La costituzione di un club di imprese il cui accesso è limitato dal sistema di regole collettive può consentire anche l’attivazione di forme di governance collettiva

Le forme di governance dei clubs creati dalla regolazione del nome geografico, che in Italia spesso sono gestite mediante i Consorzi di tutela, incidono sulla ripartizione tra gli attori coinvolti dei benefici derivanti dalla reputazione del prodotto insita nel nome geografico.





Le strategie collettive nella costruzione del disciplinare

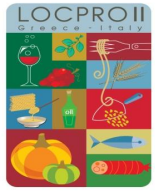
- Remunerare e riprodurre le molte risorse specifiche locali

Il modo con cui queste risorse sono mobilizzate e valorizzate varia a seconda del tipo di attori coinvolti e delle strategie che si intende perseguire:

1. la strategia di filiera
2. la strategia territoriale

Nella strategia di filiera l'attenzione degli attori è orientata principalmente al rafforzamento della competitività del sistema produttivo sui mercati. Gli attori in questo caso sono normalmente le imprese operanti nella filiera, ma possono essere anche istituzioni pubbliche locali e/o altri attori che manifestano interesse nel rafforzare e sviluppare una componente importante dell'economia locale. L'obiettivo da raggiungere attraverso l'ottenimento della protezione comunitaria riguarda prevalentemente la regolazione della reputazione del nome del prodotto, ovvero la regolazione dei diritti di proprietà sulla risorsa "denominazione". Da ciò deriva una maggiore disponibilità a pagare del consumatore.

Nella strategia territoriale invece, la componente competitività rientra come parte di una strategia di valorizzazione più ampia delle risorse locali. Il prodotto tipico rappresenta piuttosto un potenziale di sviluppo in virtù delle esternalità (ambientali, paesaggistiche, culturali, sociali, eccetera). Le imprese coinvolte nella filiera del prodotto tipico sono affiancate da imprese di altri settori economici, dall'operatore pubblico, da istituzioni intermedie rappresentative di interessi diffusi e da istituzioni pubbliche. L'obiettivo condiviso degli attori locali è quello dell'ottenimento di una rendita di qualità territoriale, che combina la qualità intrinseca del prodotto tipico al suo radicamento a un luogo specifico, alla sua storia e ai saper-fare locali.



Il Regolamento UE 1151/2012

Gli Obiettivi

- aiutare i produttori di prodotti agricoli e alimentari a comunicare agli acquirenti e ai consumatori le caratteristiche e le modalità di produzione agricola di tali prodotti
- Garantire una concorrenza leale per gli agricoltori e i produttori di prodotti agricoli e alimentari aventi caratteristiche e proprietà che conferiscono valore aggiunto
- Fornire le informazioni attendibili riguardo a tali prodotti ai consumatori

Il regolamento istituisce regimi di qualità che costituiscono la base per l'identificazione e, se del caso, la protezione di nomi e indicazioni.





Il Regolamento UE 1151/2012

Con la nuova regolamentazione vengono definiti i seguenti aspetti: il riconoscimento dei ruoli e delle responsabilità dei gruppi che fanno domanda di registrazione dei nomi, relativamente al monitoraggio, alla promozione ed alla comunicazione; il rafforzamento e la chiarificazione del livello di protezione dei nomi registrati e dei simboli comuni europei; lo snellimento delle procedure per la registrazione dei nomi; viene stabilito in 30 anni il tempo necessario affinché un prodotto possa essere considerato tradizionale secondo la definizione di Specialità Tradizionali Garantite (STG); sono introdotti dei termini facoltativi, quali “*prodotto di montagna*” e “*prodotto delle isole*”.

Ambito di applicazione

si applica ai prodotti agricoli destinati al consumo umano elencati nell'allegato I del trattato e ad altri prodotti agricoli e alimentari elencati nell'allegato I del regolamento, non si applica alle bevande spiritose, ai vini aromatizzati o ai prodotti vitivinicoli

Requisiti per le denominazioni di origine e le indicazioni geografiche

- originario di un luogo, regione o, in casi eccezionali, di un paese determinato;
- la cui qualità o le cui caratteristiche sono dovute essenzialmente o esclusivamente ad un particolare ambiente geografico ed ai suoi intrinseci fattori naturali e umani;
- le cui fasi di produzione si svolgono nella zona geografica delimitata.

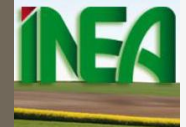
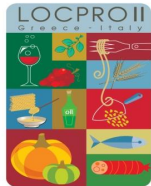
Gli operatori delle produzioni DOP e IGP

	Foggia	Bari	Taranto	Brindisi	Lecce	BAT	Puglia
Carni IGP	4	3	3	-	3	-	13
Formaggi DOP	21	26	12	-	-	-	59
Olii extravergine d'oliva DOP e IGP	66	987	52	88	65	713	1.968
Ortofrutta e cereali DOP e IGP	54	5	7	-	-	5	71
Preparazioni di carni DOP e IGP	2	1	-	-	-	-	3
Aceti diversi da aceti di vino	26	7	1	-	-	-	34
Prodotti di panetteria	-	11	-	-	-	-	11
Altri settori	26	18	1	-	-	-	45

Emerge anche che è l'olio d'oliva ad avere il primato, un dato che si ripercuote a livello regionale rappresentando il comparto più importante per la produzione DOP e IGP. Gli olii extravergine d'oliva DOP e IGP della provincia di Bari detengono il primato regionale, seguiti dagli olii extravergine d'oliva DOP e IGP della provincia BAT."

Altra produzione importante per le imprese della provincia barese è rappresentata dal comparto "Prodotti di panetteria"

Area	Anno		Variazioni	
	2011	2012	assolute	%
Puglia	2.085	2.185	100	4,80
Italia	84.148	80.231	- 3.917	- 4,65



Gli strumenti di sostegno del PSR Puglia 2007-2013

il tema della qualità dei prodotti agroalimentari è da oltre un ventennio all'attenzione del legislatore e dei policy makers

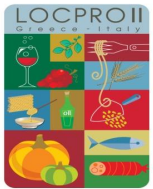
Nella programmazione per lo sviluppo rurale 2007-2013, disciplinata principalmente dal Reg. CE 1698/2005, si prevedono specifici strumenti tesi ad incrementare l'adesione ai sistemi di qualità e la diffusione della loro conoscenza presso i consumatori, quali:

- la Misura 132 *Partecipazione degli agricoltori ai sistemi di qualità alimentare*
- la Misura 133 *Attività di informazione e promozione*

La Misura 132 trova la sua giustificazione nella esigenza di qualificare la produzione agricola e agroalimentare regionale, consentendone un incremento di competitività e si sostanzia nella concessione di un sostegno agli imprenditori agricoli che partecipano ai sistemi di qualità alimentare comunitari o riconosciuti dagli Stati membri.

La Misura è stata destinata in prima istanza a neoimprenditori agricoli sotto i 40 anni che si insediavano per la prima volta in qualità di titolari di azienda e si impegnavano, grazie all'utilizzo di una pluralità di strumenti di finanziamento (cosidetto pacchetto giovani) previsti dal Programma di Sviluppo Rurale. Successivamente, la Misura ha avuto attuazione a favore di imprenditori agricoli aderenti ai Progetti Integrati di Filiera (PIF).

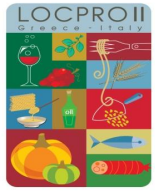
Lo strumento ha avuto riscontri complessivi in Puglia decisamente inferiori alle aspettative. Ne è controprova che la dotazione finanziaria inizialmente prevista, pari a 10 Meuro, è risultata ben superiore alle necessità delle 261 istanze presentate – soprattutto da giovani agricoltori - e ammissibili a finanziamento che hanno manifestato un fabbisogno di risorse inferiore agli 800.000 euro.



Gli strumenti di sostegno del PSR Puglia 2007-2013

Attuazione della Misura 132 del PSR Puglia 2007-2013

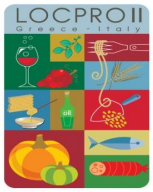
Tipologia beneficiari	N. adesioni			Importo concesso		
	Puglia	Bari	Bari/ Puglia %	Puglia	Bari	Bari/ Puglia %
Giovani neo insediati	235	69	29,4	705.000	207.000	29,4
Agricoltori aderenti PIF	26	18	69,2	75.000	51.000	68,0
TOTALE	261	87	33,3	780.000	258.000	33,1



La Misura 133 prevede l'attuazione di azioni relative a:

- informazione ai consumatori sui processi produttivi e le tecniche agricole impiegate, nonché delle proprietà qualitative, nutrizionali, salutistiche ed organolettiche e sulla sicurezza alimentare e sulla rintracciabilità delle produzioni agricole legate ai sistema di qualità alimentare interessati;
- promozione e pubblicità mirate alla diffusione della conoscenza delle produzioni di qualità presso i diversi soggetti del mercato, attraverso l'utilizzo dei diversi canali della comunicazione;
- partecipazione a manifestazioni, fiere, esposizioni ed eventi analoghi.

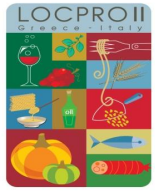
La Misura, attivata prima nell'ambito della già citata progettazione integrata di filiera e successivamente con bando singolo dedicato, evidenzia una performance attuativa decisamente più interessante di quella della Misura 132, rendendo necessario un incremento della dotazione finanziaria dagli inizialmente previsti 4.325.443 euro a oltre 5,5 Meuro, funzionali al soddisfacimento dei 37 progetti presentati.



Esigenze di ICT nelle zone rurali della provincia di Bari - Indagine conoscitiva

- L'obiettivo è stato quello di conoscere le caratteristiche delle aziende operanti sul territorio della Provincia di Bari con particolare attenzione all'utilizzo e al fabbisogno di ICT (Information and Communications Technology).
- La rilevazione è stata compiuta tramite la somministrazione di questionari ai responsabili delle imprese campionate.
- Il questionario è stato articolato in due parti, la prima riguarda dati descrittivi del soggetto intervistato e dell'azienda agricola, mentre la seconda parte riguarda il livello di acquisizione e diffusione dell'ICT.
- Sono state intervistate aziende, per lo più di tipo familiare, ubicate nel comprensorio murgiano: Altamura, Corato, Gravina in Puglia, Gioia del Colle, Putignano, Santeramo in Colle, Ruvo di Puglia, Noci, Cassano delle Murge, Alberobello, Poggiorsini.





Esigenze di ICT nelle zone rurali della provincia di Bari - Indagine conoscitiva

Si tratta prevalentemente di aziende con un indirizzo produttivo cerealicolo e zootecnico, dotate di un discreto livello di meccanizzazione

Dalle risposte in merito ai corsi di formazione risulta un completo disinteresse per le offerte formative sul l'ITC. Risultano pochissime le persone che hanno seguito corsi sul tema dell'informatica e delle comunicazioni, mentre più diffusa è stata la partecipazione a corsi di gestione agronomica aziendale, igiene delle produzioni e marketing aziendale.

È stato rilevato che solo il 20% delle aziende ha a disposizione un personal computer.

Gli usi principali sono la gestione della posta elettronica e la navigazione in internet. Più contenuto è l'utilizzo per la pianificazione aziendale (32,7%) e per la contabilità (29,1%).

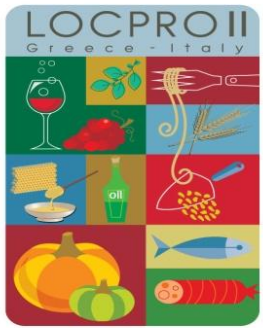
Appena il 4,6% delle aziende possiede un proprio sito internet.

solo il 2,8% usufruisce di un sistema di home banking che peraltro risulta poco conosciuto anche nel significato del termine.

Si è rilevato, purtroppo, che ben il 59,4% del campione afferma di non essere disposto ad imparare ad utilizzare il computer.

La dotazione di infrastrutture e servizi di telecomunicazioni e, in particolare, un migliore accesso a Internet ad alta velocità (banda larga), rappresentano uno strumento imprescindibile per la crescita, la diversificazione e lo sviluppo delle innovazioni nelle economie delle aree rurali, nonché per la riduzione dell'isolamento fisico e geografico delle zone più marginali. Tuttavia se, da un lato, l'obiettivo che oggi perseguono le politiche pubbliche è di garantire l'accesso a Internet ad un numero sempre crescente di cittadini, dall'altro lato occorre sostenere processi culturali e di alfabetizzazione affinché vengano garantite le capacità di utilizzo delle tecnologie. Non è infatti pensabile la programmazione di azioni strutturali senza attivare interventi di diffusione, motivazione e formazione dei potenziali utenti.





GRAZIE

di Giulia Diglio