**Sintesi “ANALISI DEGLI EFFETTI ECONOMICI DELLA PROTE-ZIONE DELLE INDICAZIONI GEOGRAFICHE: IL CASO DELLA MORTADELLA DI PRATO IGP” per Bando Premio di laurea “Dario Ciapetti”**

Luca Chiarotti

**Riassunto**

**Il sistema agro-alimentare mondiale è stato oggetto di un rapido processo di cambiamento strutturale e organizzativo che ne ha aumentato la complessità, trasformandone i modelli di produzione, distribuzione e consumo.**

**La crescente concorrenza sul lato dei costi di produzione, derivante da un mercato sempre più aperto e competitivo con i livelli esponenziali raggiunti dalla GDO, congiuntamente alle variazioni continue della politica agricola comunitaria che di fatto incentiva la realizzazione di specifiche produzioni, porta le imprese alla ricerca di nuove modalità di competizione.**

**Le certificazioni di protezione delle indicazioni geografiche inserite dall’ UE tramite Reg. CE 510/2006, DOP – IGP - STG, sono sicuramente dei modi di differenziazione per le imprese e sono sempre più richiesti dai produttori locali per creare una maggior competitività per la propria azienda.**

**La protezione delle indicazioni geografiche come strumento di tutela e valorizzazione delle produzioni agro-alimentari tipiche registra un crescente interesse in tutto il mondo. Spesso tuttavia, le aspettative delle imprese circa l’efficacia di tale strumento sono disattese, e lo strumento utilizzato al di sotto del proprio potenziale. Infatti, gli effetti della protezione possono essere limitati per l’economicità dell’impresa, o squilibrati nella ripartizione dei benefici tra imprese.**

**Si discute molto sul fatto se queste certificazioni portino ad effetti positivi sul piano economico, e quindi ad aumenti di profitti, o se in realtà gli effetti economici derivanti per le imprese non sono così rilevanti. Negli ultimi decenni il numero di prodotti che hanno ottenuto il marchio DOP o IGP è aumentato notevolmente e il trend di crescita non sembra arrestarsi; questo è già un fattore molto significativo di quanto questi effetti beneficino le imprese produttrici che altrimenti non si interessebbero all’ottenimento della protezione.**

**I paesi che hanno più richiesto ed ottenuto questi certificati di protezione sono Italia e Francia; non a caso, vista l’alta qualità e concentrazione di prodotti tipici tradizionali e la diffusa contraffazione dei prodotti di questi due paesi con vendite all’estero di falsi. Attraverso i marchi DOP e IGP, si ha una tutela delle imitazioni e dell’usurpazione del nome o di alcuni processi produttivi, oltre ad una garanzia di qualità del prodotto e dei processi di produzione.**

Va detto però che DOP e IGP possono sì costituire un utile strumento di valorizzazione per i prodotti tipici e per i territori di origine, ma a condizione che vengano valutati attentamente e preventivamente i costi e i benefici del loro utilizzo. In molti casi, i benefici si evidenziano soprattutto nella crescita della reputazione dell’impresa, nella Brand Identity che si crea per il prodotto, nel miglioramento dell’area rurale circostante; ma non si rilevano sempre nei risultati economici veri e propri. Questo perché molte imprese richiedono certificazioni senza valutare i vari costi necessari all’ottenimento della protezione e senza attuare strategie di marketing e organizzazione necessarie ai fini del buon esito dell’operazione.

**Obiettivo di questo lavoro è analizzare gli effetti derivanti dall’ottenimento delle protezioni delle indicazioni geografiche. Dunque, valutare in che modo l’ottenimento di una DOP o IGP influisce sui rendimenti dell’economia italiana in generale e sull’economia specifica dell’impresa, quali sono i costi da sostenere e quali i benefici che si ottengono. Per far questo, si espongono i risultati di un’indagine diretta ai produttori della Mortadella di Prato IGP con domande mirate per evidenziare gli effetti ottenuti. Inoltre, si evidenzia l’importanza dell’utilizzo di strategie di management e marketing per ottenere egregi risultati.**

**A questo fine, nel primo paragrafo verrà fornita una breve panoramica su cosa sono i marchi DOP e IGP, le differenze con un prodotto STG e una piccola argomentazione sul rapporto prezzo-qualità di questi. Successivamente nel paragrafo 2 sarà trattato il ruolo economico dei prodotti DOP e IGP nell’economia italiana, il valore alla produzione totale e l’incidenza sull’export; analisi inoltre sugli specifici effetti economici derivanti dall’ottenimento della protezione. Il paragrafo 3 contiene un importante spiegazione sulle strategie marketing e sulla competitività creata da una ricercata branding strategy. L’ultimo paragrafo (par.4) narra la storia della Mortadella di Prato IGP, spiega gli obiettivi generali dell’indagine, come ed a chi è stata sottoposta e riporta i risultati corrispondenti. Infine, si chiuderà l’elaborato con alcune conclusioni aggregate da opinioni personali.**

**In sostanza, l’obiettivo di questo lavoro è l’analisi degli effetti economici dell’impiego delle indicazioni geografiche protette attraverso un caso di studio, la Mortadella di Prato IGP. Dopo aver schematizzato la mappa dei possibili effetti che la protezione di un’indicazione geografica può avere, viene esaminato il sistema produttivo della Mortadella di Prato IGP e condotta un’analisi in profondità su un campione di imprese utilizzatrici.**

**I risultati mostrano come si siano tratti benefici dall’ottenimento della certificazione IGP sotto tutti i punti di vista, rispecchiando la mappa dei possibili effetti esposti precedentemente. Importanti nel conseguimento di effetti positivi sono state le collaborazioni e le sinergie tra produttori.**