



Nuoro, 1 febbraio 2012

**AGROALIMENTARE E PRODUZIONI TIPICHE LOCALI :
UN MARCHIO D'AREA PER SOSTENERE LE NOSTRE IMPRESE**

Agroalimentare di qualità e valorizzazione delle produzioni tipiche locali da presentare sul mercato attraverso l'immagine forte e identitaria di un marchio territoriale. **Così Confindustria punta anche a favorire la presenza dei prodotti locali che in Sardegna costituiscono circa il 33% nel circuito della GDO, ma solo il 10% nelle grandi strutture ricettive turistiche. Sono questi alcuni dei tasselli emersi dopo le prime due tappe del Progetto Mosaico che si sono tenute nel Marghine-Planargia e nella Barbagia-Mandrolisai.**

Mosaico ha fatto emergere un filo conduttore tra il primo appuntamento di ottobre a Macomer ed il secondo di dicembre a Fonni, soprattutto per quanto riguarda il settore agroalimentare. Dalle testimonianze e riflessioni avanzate dagli imprenditori, emerge l'esigenza prioritaria di fare sistema e di costruire filiere dei prodotti tipici locali che possano incontrare il favore del consumatore. Ma ciò sarà possibile solo favorendo l'aggregazione tra produttori e costruendo una sistema di prodotti competitivi e di qualità. Il prodotto tipico, infatti, rappresenta un prodotto caratteristico e tradizionale di un'area definita che ha forti legami con il territorio e qualità specifiche ed irripetibili, come orgoglio, cultura e tradizione.

Le produzioni tipiche locali rappresentano una fetta di mercato importante per le catene della GDO che chiede però qualità costante e quantità di prodotto adeguate per garantire un buon assortimento di articoli e un costante approvvigionamento di merci negli scaffali dei supermercati. I circa 300 produttori e gli oltre 3000 prodotti sardi attualmente offerti rappresentano numeri importanti. Occorre anche promuovere ed ampliare la gamma dei prodotti, rispettare costantemente standard di produzione, assicurare logistica e, soprattutto, **favorire un ampio cambiamento culturale delle nostre imprese puntando su innovazione del processo produttivo e formazione del personale.**

Pochi sanno ad esempio che a Fonni esiste una importante azienda industriale che ha investito nella innovazione tecnologica per la produzione di biscotti ed utilizza ben 36.000 uova al giorno (circa 1 milione all'anno) coinvolgendo 6 aziende avicole locali: ma se vogliamo davvero valorizzare le nostre tipicità non basta dire che produciamo in Sardegna. Occorre impegnarsi a completare la filiera altrimenti sarà difficile ottenere il riconoscimento dei marchi DOP E IGP.

E' necessario pertanto favorire politiche che incentivino la cooperazione ed aggregazione tra le aziende, così come è importante migliorare l'educazione alimentare dei cittadini al fine di creare consumatori consapevoli di ciò che acquistano.

Serve una battaglia di tipo culturale contro la diffidenza di chi preferisce ancora consumare o utilizzare prodotti non sardi. è' assurdo che ancora oggi bisogna fronteggiare difficoltà e resistenze per poter inserire il pane carasau o il pecorino sardo al posto del parmigiano nelle mense scolastiche.

Se il prodotto agroalimentare tipico viene veicolato attraverso un marchio identitario, si possono creare le condizioni per uno sviluppo sinergico tra economia e ambiente, turismo ed enogastronomia. Confindustria si impegnerà a sostenere un progetto, richiesto dagli imprenditori, che punti alla **realizzazione di un marchio d'area che possa valorizzare le produzioni tipiche locali, l'agroalimentare ed il turismo delle zone interne. Un marchio che identifichi una rete di imprese, fortemente legato al Territorio ed all'Ambiente, magari anche caratterizzato da un forte legame con un sistema di Parchi condivisi dalle popolazioni locali. Parchi dove l'ambiente non è un vincolo ma una risorsa. Oggi i parchi di Tepilora a Bitti e dei Tacchi in Ogliastra iniziano a muovere i primi passi, domani potrebbe toccare a quello del Gennargentu.**