

Alessio Tola

**STRATEGIE, METODI
E STRUMENTI
PER LO SVILUPPO
DEI TERRITORI RURALI**

**Il modello del Gal
dell'Ogliastra (Sardegna)
per la valorizzazione
delle risorse
agro-alimentari
e ambientali**

FrancoAngeli

I lettori che desiderano informarsi sui libri e le riviste da noi pubblicati possono consultare il nostro sito Internet: www.francoangeli.it e iscriversi nella home page al servizio "Informatemi" per ricevere via e.mail le segnalazioni delle novità.

Alessio Tola

**STRATEGIE, METODI
E STRUMENTI
PER LO SVILUPPO
DEI TERRITORI RURALI**

**Il modello del Gal
dell'Ogliastra (Sardegna)
per la valorizzazione
delle risorse
agro-alimentari
e ambientali**

FrancoAngeli

Il coordinatore dello studio e tutti gli autori ringraziano la prof.ssa Leonarda Tola, docente di lingua e letteratura italiana, per la preziosa opera di revisione linguistica del testo.

Copyright © 2010 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy.

L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore. L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito www.francoangeli.it.

...

Credo

*nella dignità del lavoro, sia con le mani che con la mente; che nessuno
abbia il diritto di essere mantenuto, ma che tutti abbiano il diritto a
un'opportunità per mantenersi*

Credo

*che la verità e la giustizia siano fondamentali per un ordine sociale
duraturo*

Credo

*nella sacralità di una promessa; che la parola di un uomo dovrebbe essere
solubile come la sua cambiale; che il carattere – non la ricchezza o
la posizione – è il valore supremo*

...

John Davison Rockefeller

(Richford, 8 luglio 1839 – Ormond Beach, 23 maggio 1937)

Indice

Prefazione, di Mario Andrea Franco	pag.	13
Presentazione, di Giuseppe Loi	»	15
Premessa, di Alessio Tola	»	17
1. I prodotti tipici locali d'Ogliastra: salvaguardia dell'identità e valorizzazione del sistema produttivo agro-alimentare		
<i>di Alessio Tola</i>	»	21
Introduzione	»	21
1.1. La valorizzazione delle produzioni tipiche	»	23
1.2. I prodotti di qualità	»	25
1.3. Valorizzazione dei prodotti tipici: strumenti e strategie	»	26
1.4. Le denominazioni di origine e i marchi	»	28
1.5. Denominazioni e marchi pubblici: una tassonomia delle fonti	»	29
1.5.1. Le denominazioni e la normativa europea	»	29
1.5.2. La legislazione nazionale	»	30
1.5.3. La legislazione regionale	»	31
1.6. I marchi privati	»	32
1.6.1. La certificazione di prodotto e il marchio di qualità	»	32

1.7. Le DOP, le IGP e le STG in Europa: quadro generale	pag.	33
1.8. La normativa europea per le denominazioni di origine: struttura tecnica e operativa	»	36
1.9. Le modalità operative finalizzate al conseguimento della Denominazione di Origine Protetta e della Indicazione Geografica Protetta	»	37
1.10. La richiesta di registrazione della DOP e della IGP	»	38
1.11. Etichettatura e commercializzazione dell'olio di oliva	»	39
1.12. Le denominazioni nel settore dei vini	»	40
1.12.1. La Denominazione di Origine Controllata (DOC) e la Denominazione di Origine Controllata e Garantita (DOCG)	»	40
1.12.2. L'Indicazione Geografica Tipica (IGT)	»	41
1.12.3. Regole per l'etichettatura	»	41
1.13. I vini DOC e DOCG divengono DOP e IGP	»	42
1.14. I prodotti tradizionali	»	43
1.15. Le Denominazioni Comunali	»	47
Considerazioni conclusive	»	47
Bibliografia	»	48
Webgrafia	»	50
2. Caratteri generali delle politiche agricole-alimentari dell'Unione Europea		
<i>di Raimondo Schiavone e Michela Angioni</i>	»	51
Premessa	»	51
2.1. Evoluzione delle politiche agricole	»	53
2.2. La Riforma Fischler	»	56
2.3. Valutazione dello stato di salute della PAC	»	57
2.4. L'agricoltura sostenibile	»	61
2.5. L'agricoltura biologica: un primo passo verso un'agricoltura sostenibile	»	63

2.6. L'attività di ricerca	pag.	63
2.7. Sicurezza dei consumatori e qualità dei prodotti	»	65
2.8. Finanziamento della PAC	»	67
2.9. Le politiche di sviluppo rurale	»	68
2.10. Le politiche di sviluppo rurale della Regione Autonoma della Sardegna	»	69
Bibliografia	»	72

3. I Gruppi di Azione Locale: ruolo, strategie e prospettive

<i>di Raimondo Schiavone e Romina Mura</i>	»	75
3.1. I Gruppi di Azione Locale	»	75
3.2. Il ruolo dei Gruppi di Azione Locale nella promozione di una nuova visione dello sviluppo rurale: il territorio come fattore primario di sviluppo. Risultati e prospettive	»	80
3.3. L'evoluzione del ruolo dei Gal nelle fasi di programmazione di Leader	»	84
3.4. I Gruppi di Azione Locale: l'esperienza della Sardegna	»	87
3.4.1. L'economia verde e lo sviluppo sostenibile	»	90
Bibliografia	»	91
Webgrafia	»	92

4. L'area del Gruppo di Azione Locale dell'Ogliastra: la storia, l'ambiente e il territorio

<i>di Francesca Baule e Luisella Rosa</i>	»	95
4.1. Analisi di contesto	»	95
4.2. Considerazioni generali	»	96
4.3. Paesaggio	»	97

4.4. Popolazione	pag.	98
4.5. Reddito e indicatori di benessere	»	100
4.6. Tessuto produttivo	»	101
4.7. Turismo	»	104
4.8. Biodiversità	»	106
4.9. Patrimonio storico e archeologico	»	108
4.10. Caratteristiche delle produzioni tipiche	»	108
Bibliografia	»	110

5. Struttura e analisi della progettazione per lo sviluppo delle risorse agro-alimentari del Gruppo di Azione Locale dell'Ogliastra

<i>di Maria Cristina Mele</i>	»	113
Introduzione	»	113
5.1. Il progetto “Marchio e disciplinari tecnici di produzione”	»	117
5.2. Il progetto “Certificazione aziende”	»	120
5.3. Il progetto “Sportelli informativi qualità”	»	123
Bibliografia	»	127
Webgrafia	»	128

6. L'azione comunicativa verso le imprese: strategia e azioni

<i>di Romina Mura e Michela Angioni</i>	»	129
Introduzione	»	129
6.1. L'azione comunicativa nel progetto “Istituzione di un sistema di qualità comprensoriale del Gal Ogliastra”	»	133
6.2. La piattaforma di assistenza on-line	»	139
Conclusioni	»	141
Bibliografia	»	142
Webgrafia	»	142

7. L'informativa come sinergia nel marketing dei prodotti a valenza culturale

<i>di Rocco Meloni</i>	pag.	143
Premessa	»	143
7.1. Internet e il marketing: i prodotti di nicchia a valenza culturale	»	145
7.2. Il target cliente-prodotto	»	151
7.3. La programmazione di un sito per prodotti a valenza culturale	»	156
Conclusioni	»	165
Bibliografia	»	166
Gli Autori	»	169

Prefazione

Il tema dello sviluppo dei territori rurali e degli strumenti più adatti ed efficaci per realizzarlo concretamente, è da molto tempo oggetto di discussione tra gli studiosi di diverse discipline (economia agraria, scienze merceologiche, economia e sviluppo dei territori, geografia economica e altre).

Alla base di questi confronti c'è la consapevolezza che i territori più disagiati, collocati in posizione periferica rispetto alle consuete direttrici di sviluppo, sono lasciati ai margini delle grandi decisioni politiche che trascurano colpevolmente un dato ormai acclarato: l'incremento delle infrastrutture corrisponde invariabilmente ad una crescita delle potenzialità tecnico-economiche di un territorio e alla valorizzazione sociale e culturale della popolazione che lo abita.

Si fa pertanto sempre più avvertita la convinzione che i prodotti e le tecnologie legati alla cultura del *savoir faire* saranno nel prossimo futuro una risorsa da riscoprire e da utilizzare per favorire lo sviluppo economico dei territori rurali.

Restituire voce e valore a questi territori, anche in Sardegna, vuol dire contrastare quelle culture che colpevolmente assimilano la condizione rurale ad isolamento e ritardo nel recepire ciò che di nuovo è presente nei territori più evoluti, dimenticando che questa condizione ha spesso stimolato la popolazione rurale a sviluppare una propria cultura "inventando" prodotti tipici soprattutto nel settore agroalimentare e dell'artigianato. Queste conoscenze hanno oggi una grande valenza culturale che, legata ad un territorio ancora ambientalmente integro, possono costituire una grande opportunità economica.

L'Unione Europea ha da tempo individuato strumenti e strategie

per favorire il recupero delle culture peculiari dei territori rurali ed in particolar modo si sono dimostrati efficaci i Gruppi di Azione Locale (GAL) applicati alla valorizzazione delle risorse agroalimentari ed ambientali delle diverse realtà.

Questa operazione di recupero richiede una particolare attenzione per la salvaguardia e la conservazione del patrimonio tipico tramandato, sfuggendo alla tentazione di una mercificazione affrettata, dettata dal desiderio di riprendersi il tempo perduto, che rischierebbe di svilirne la peculiarità e l'unicità, ossia l'inestimabile valore.

La strada per riscoprire e valorizzare i prodotti tipici dell'agroalimentare e dell'artigianato deve pertanto prevedere:

- studiare attentamente le materie prime, i cicli tecnologici ed i prodotti finiti;
- definire disciplinari di produzione rigidi in grado di emarginare le imitazioni e convincere il consumatore che è intendimento di un determinato territorio utilizzare gli strumenti necessari per la salvaguardia delle loro produzioni.

Un grande aiuto a questa "filosofia" può venire dalla cultura della qualità intesa come strumento volontario per raggiungere una migliore gestione aziendale (norme UNI EN ISO 9001:2008) oltre che ambientale (norme UNI EN ISO 14001:2004 – Regolamento EMAS).

In quest'ottica vanno collocati anche i processi di certificazione dei prodotti agroalimentari che hanno la duplice funzione di valorizzare il prodotto (DOP, IGP, STG, certificazioni di prodotti aziendali) ma anche di trasmettere verso l'esterno la cultura del fare tipiche dei territori coinvolti nei disciplinari di produzione di tali prodotti.

Non cogliere le opportunità che vengono offerte dai fondi comunitari, qualche volta non sufficienti come nel caso dei GAL, farà scivolare nel tempo l'opportunità di confronto, fondamentale per un miglioramento produttivo delle zone rurali della Sardegna.

Sassari 23 settembre 2010

Prof. Mario Andrea Franco
Ordinario di Scienze Merceologiche
Facoltà di Economia
Università degli studi di Sassari

Presentazione

Il Gruppo di Azione Locale Ogliastro opera sulle aree rurali del territorio ogliastrino già dal 1997, curando l'attuazione del Piano di Sviluppo Locale, nell'ambito del Programma di Sviluppo Rurale della Regione Sardegna, per il periodo di Programmazione 2007-2013.

I territori che beneficiano della Iniziativa Leader, tra cui l'Ogliastro, sono aree con caratteristiche di elevata ruralità, e che presentano specifiche condizioni socioeconomiche e ambientali. Nel nostro caso si tratta del versante centro-orientale della Sardegna: un'area collinare-montagnosa, con zone interne fortemente accidentate e con scarsa accessibilità alle coste.

Con più di 40.000 abitanti residenti in un'area di oltre millesettecento Km², l'Ogliastro rurale è una terra che soffre gravi problemi di spopolamento con conseguente invecchiamento della popolazione e presenza di una forza attiva scarsa in termini numerici, caratterizzata da un livello modesto di istruzione e formazione e da un sensibile sbilanciamento di genere.

La ridotta presenza di servizi per la famiglia e per le fasce più deboli della popolazione gioca un ruolo molto significativo in tale spirale, che discende innanzitutto da aspre caratteristiche morfologiche e da uno storico deficit infrastrutturale.

Sotto il profilo economico, le diffuse attività agropastorali non generano un reddito sufficiente, i laboratori e le piccole imprese di trasformazione soffrono una situazione di frammentazione che, combinata con l'isolamento e i limiti di cultura imprenditoriale, non consente adeguate politiche di promocommercializzazione.

Al di là degli importanti servizi garantiti dal sistema istituzionale, la

società locale non è in grado di generare servizi avanzati, tali da proiettare l'Ogliastra rurale in una seria dimensione turistica, come pure consentire la crescita della domanda di turismo ecologico e sportivo, lo straordinario patrimonio naturalistico ogliastrino e la sua strategica vicinanza a destinazioni di turismo balneare già consolidate.

In questo contesto si colloca il Gal dell'Ogliastra, un consorzio volontario con attività esterna, altamente rappresentativo di tutti i soggetti dell'area operanti nel settore pubblico e privato.

La consapevolezza sulle caratteristiche della propria comunità e del proprio territorio è particolarmente profonda: il campo d'azione spazia dall'agricoltura all'artigianato, al terziario, al turismo, all'ambito culturale e all'ambiente.

Non si può semplicemente parlare di un piano per la gestione delle risorse del programma Leader 2007-2013, ma piuttosto la strategia di crescita per una intera comunità rurale.

L'azione del GAL ha consentito al territorio, attraverso le azioni della precedente programmazione, di potenziare e consolidare il sistema produttivo delle produzioni tipiche con interventi di reingegnerizzazione di processo e di controllo qualitativo dei prodotti, anche attraverso la creazione di un marchio identificativo d'area in grado di dare al territorio la giusta visibilità ed il corretto ritorno.

Nell'ambito di questo quadro tecnico e operativo si colloca il lavoro svolto dai team del prof. Tola, studiando e modulando puntigliosamente i percorsi teorici tracciati e le buone pratiche adottate con riferimento alla straordinaria realtà delle produzioni tipiche ogliastrine.

Il volume, scientificamente strutturato, costituisce un vero e proprio manuale d'uso, punto di partenza per istruire e orientare ogni altro contributo che utilmente potrà essere dato in un ambito di ricerca e di azione che esige ulteriori attenzioni.

Villagrande Strisaili (OG), 4 ottobre 2010

Giuseppe Loi
Presidente del Gruppo di Azione Locale dell'Ogliastra

Premessa

di Alessio Tola

La sempre maggiore attenzione con la quale i consumatori dei paesi sviluppati guardano ai prodotti agricoli di “qualità”, siano essi freschi, conservati o trasformati, è sicuramente indice di maturità, ma denota anche incertezza e forte criticità verso il mercato.

Dopo anni di continue innovazioni, che hanno prodotto aumenti delle rese e delle disponibilità, prezzi più bassi, creato nuovi prodotti, ma anche omologazione e appiattimento del “gusto”, si riscoprono per molteplici motivi le produzioni tipiche o tradizionali.

Tra le ragioni in parte di ordine socio-economico, un posto rilevante occupa il benessere che consente di ricercare migliori prodotti; si riscontra l’incidenza delle motivazioni salutistiche, poiché i numerosi scandali alimentari hanno sviluppato nei consumatori cautela e oculatezza; intervengono inoltre ragioni di carattere culturale, considerato che si cerca di riscoprire prodotti e tradizioni quasi del tutto dimenticate, ma anche psicologiche poiché avendo perduto parte della memoria gustativa e olfattiva, si ricerca un “soggetto deputato” che, in base ad un rapporto fiduciario, rassicuri il consumatore nelle scelte e sia in grado di avviare un processo di rieducazione e di riappropriazione delle autenticità locali.

Oggi quasi nessun prodotto alimentare viene venduto sfuso: i marchi, le denominazioni e le etichette sulle confezioni sono prevalentemente l’elemento che orienta e determina la scelta da parte dei consumatori.

Si è generato un mercato che in termini finanziari ha un peso rilevante nell’economia agricola e dei suoi derivati. I consumatori e le loro organizzazioni pongono con sempre maggiore forza il problema

della trasparenza e dell'informazione sugli alimenti con la conseguente espansione della domanda di prodotti di qualità e certificati.

Anche sulla base di considerazioni come quelle sopra riportate, il Gruppo di Azione Locale dell'Ogliastra ha intrapreso un'opera di sostegno e promozione di alcune produzioni che, per la loro valenza economica e soprattutto per il legame con la tradizione e la storia locale, sono state ritenute degne di intervento.

L'opportunità quindi di poter finanziare, attraverso il programma d'iniziativa comunitaria Leader Plus, azioni volte a favorire lo sviluppo locale, fra cui la valorizzazione delle produzioni tipiche, appare non solo opportuna e coerente, ma costituisce un elemento di continuità con le precedenti scelte.

Il presente volume vuole essere la testimonianza dell'impegno con cui i vari soggetti locali si sono attivati ed hanno partecipato al buon esito dei progetti di sviluppo cantierati, oltre che la rappresentazione di un patrimonio collettivo tramandato e conservato nel tempo in un'area geografica che è da sempre crocevia di scambi economici e culturali.

La trattazione che segue costituisce solo uno degli aspetti del più ampio programma di valorizzazione delle potenzialità delle aree geografiche dell'Ogliastra, e della vocazione di quanti, operatori economici e non, con il loro lavoro quotidiano hanno contribuito a mantenere in vita questi prodotti ed a perpetuarne la tradizione.

Nello specifico il lavoro fa riferimento alle risultanze emerse nel corso dello sviluppo dei progetti previsti dal Piano di Sviluppo Locale del Gal Ogliastra all'Asse 1: Sostegno a strategie pilota di sviluppo rurale dell'area a carattere territoriale integrato; Misura 1.1: Miglioramento e valorizzazione del sistema produttivo locale; Azione 1.1.b.1, e precisamente:

1. **Istituzione di un sistema di qualità comprensoriale:** lavoro svolto dal raggruppamento temporaneo di imprese composto da Smeralda Consulting e Associati srl – Sassari ed Erremme Informatica – Tortoli;
2. **Certificazione delle aziende aderenti al sistema di qualità comprensoriale – bando A:** lavoro svolto dal raggruppamento temporaneo di imprese composto da Smeralda Consulting e Associati srl – Sassari e Primaidea srl – Cagliari;
3. **Studio e gestione reti di sportelli per il miglioramento della**

qualità delle produzioni agroalimentari tipiche: lavoro svolto dalla Smeralda Consulting e Associati srl – Sassari.

Un grazie sentito va rivolto a tutti quei soggetti pubblici e privati che con la loro adesione e con la fattiva collaborazione hanno consentito la predisposizione dei progetti di sviluppo, le cui azioni operative hanno incontrato larga condivisione da parte degli imprenditori locali.

Un particolare ringraziamento al Presidente del Gal dell'Ogliastra, al Consiglio di Amministrazione, al Direttore Tecnico, al Responsabile Amministrativo e Finanziario che insieme a tutta la struttura operativa hanno supportato in maniera significativa lo svolgimento dei lavori, coadiuvando i manager e collaboratori delle aziende Smeralda Consulting e Associati, Primaidea ed Erremme Informatica.