

Filiera corta per vincere le sfide globali

Una filiera alimentare che resiste alle sfide di un mondo globalizzato. Questo l'affresco di un settore, l'agrofood, delineato nell'ambito di un convegno internazionale svoltosi recentemente a Chania, nell'isola di Creta. Durante l'evento sono stati presentati diversi studi, tra i quali alcuni dedicati alle nuove forme di filiera, come la filiera corta.

Ma si è parlato anche dei nuovi alimenti funzionali e salutistici nel loro appeal per i consumatori, della percezione del rischio alimentare legata ad alimenti che attraversano le frontiere, e del rinnovato ruolo dei prodotti Dop e Igp negli attuali e dinamici mercati. Le dinamiche di potere commerciale lungo la filiera alimentare sono state analizzate da più punti di vista, indicando nuove coordinate e una concentrazione crescente.

Sono stati inoltre illustrati una serie di studi tematici riferiti ad alimenti specifici: il vino spagnolo, che beneficia di un'associazione inedita tra brand privato e origine della materia prima nazionale come meccanismi di assicurazione alimentare. Inoltre, secondo uno studio relativo all'olio italiano, i consumatori sarebbero disposti a pagare anche fino a 5 euro di differenza per litro rispetto al prodotto omologo ma non italiano.

Lo studio – che ha beneficiato della collaborazione di Coldiretti, Unaprol e Università di Parma – indaga inoltre il ruolo di altri vettori di qualità dell'olio che possono essere riportati in etichetta, tra cui il metodo di produzione, l'acidità, e la presenza eventuale di un'indicazione sulla salubrità della Dieta Mediterranea di cui l'olio extra-vergine è parte essenziale.