



LV CONVEGNO DI STUDI

## **METAMORFOSI VERDE** **AGRICOLTURA, CIBO, ECOLOGIA**

*Complesso monumentale di San Pietro*  
*Dipartimento di Scienze agrarie, alimentari e ambientali*  
**PERUGIA 13-15 settembre 2018**

### **Il nuovo label Europeo “Prodotto di Montagna”: un’indagine esplorativa**

*Deborah Bentivoglio, Giorgia Bucci, Finco Adele, Department of Agricultural, Food and Environmental Sciences (D3A), Università Politecnica delle Marche, via Brecce Bianche 60131, Ancona, Italy*

#### **Abstract**

**OBIETTIVO** - In Italia le aree montane definite come zone svantaggiate (Art. 18 Reg. 1257/1999), coprono il 35% della superficie agricola. Tuttavia, dal 1982 ad oggi si è registrata una riduzione delle aziende pari al 60% ed una perdita di superficie agricola utile del 27% con un notevole calo del patrimonio zootecnico (-67%) e della superficie pascoliva (-26%) (ISTAT, 2010). L’abbandono delle aree montane è causa di perdita di molti servizi ecosistemici, tra cui la biodiversità, i cui effetti negativi si ripercuotono sia localmente che su scala globale. Allo stesso tempo, la mancata valorizzazione dei prodotti montani mette a repentaglio il patrimonio agroalimentare e culturale di tali zone. In questa ottica l’utilizzo della nuova indicazione facoltativa “Prodotto di Montagna”, introdotta per la prima volta dal Reg (CE)1151/2012 e dall’Atto Delegato (EU) 665/2014, nonché ufficializzata a livello Italiano da DM 26 luglio 2017, è fondamentale per promuovere i prodotti e sostenere l’economia delle zone montane, offrendo contemporaneamente ai consumatori maggiori opportunità di scelta informata. La possibilità di utilizzare l’indicazione “Prodotto di montagna” da un lato, consente alle aziende di distinguersi e di valorizzare le loro produzioni e, dall’altro, aiuta il consumatore finale nella scelta consapevole. Considerata la scarsa applicazione del nuovo label montano nel panorama italiano, l’obiettivo del paper è quello di conoscere la percezione del prodotto di montagna e del nuovo label tra i produttori e consumatori.

**METODOLOGIA** - Le informazioni sono state raccolte tramite un duplice questionario. Il questionario ai produttori ha lo scopo di sondare sia il loro interesse nei confronti di questa nuova indicazione sia la loro disponibilità ad applicare il nuovo label. Il questionario ai consumatori ha l’obiettivo di capire la loro percezione nei confronti del prodotto di montagna, valutando la loro disponibilità a pagare un prezzo premio. Il questionario indaga su:

- Variabili socio-demografiche;
- Aspetti relativi al nuovo label;
- Percezione del valore;

- Affezione al prodotto di montagna.

RISULTATI - Dall'analisi emerge che:

- dal punto di vista del produttore la maggior parte è disposto ad aderire alla nuova indicazione facoltativa in quanto tale label può rappresentare un'opportunità per il riconoscimento di un valore aggiunto derivante dalla qualificazione del prodotto. Dall'analisi delle scale Likert emerge che il produttore associa al prodotto di montagna rispetto per l'ambiente, genuinità del prodotto e legame con il territorio;

- dal punto di vista del consumatore, questo studio ha evidenziato che i prodotti di montagna assumono una immagine positiva legata al concetto di multifunzionalità: purezza, autenticità, e qualità superiore del prodotto, ma anche produzione dei servizi ecosistemici. I consumatori sembrano più propensi ad acquistare i prodotti contraddistinti da un marchio, in quanto esso favorisce l'acquisto permettendo una scelta consapevole che si traduce nella loro disponibilità a pagare un prezzo più elevato.

**Keywords** : Prodotto di montagna, label, questionario, qualità, servizi ecosistemici

## References

- Decreto 26 luglio 2017. Disposizioni nazionali per l'attuazione del regolamento (UE) n. 1151/2012 e del regolamento delegato (UE) n. 665/2014 sulle condizioni di utilizzo dell'indicazione facoltativa di qualità «prodotto di montagna». (17A06331) (GU Serie Generale n.214 del 13-09-2017).
- ISTAT (2010). 6° Censimento generale dell'agricoltura 2010. Disponibile online: <http://www.istat.it/it/censimento-agricoltura/agricoltura-2010>.
- Regolamento (UE) n. 1151/2012 del Parlamento Europeo e del consiglio del 21 novembre 2012 “sui regimi di qualità dei prodotti agricoli e alimentari”.
- Regolamento delegato (UE) n. 665/2014 della Commissione, dell'11 marzo 2014, che completa il regolamento (UE) n. 1151/2012 del Parlamento europeo e del Consiglio per quanto riguarda le condizioni d'uso dell'indicazione facoltativa di qualità “prodotto di montagna”.
- Regolamento (CE) n. 1257/1999 «Sul sostegno allo sviluppo rurale da parte del Fondo Europeo Agricolo di Orientamento e di Garanzia (FEAOG)»