



RAPPORTO 2018 ISMEA - QUALIVITA

sulle produzioni agroalimentari e vitivinicole italiane DOP, IGP e STG





Scarica il Rapporto 2018

RAPPORTO 2018 ISMEA - QUALIVITA

sulle produzioni agroalimentari e vitivinicole italiane DOP, IGP e STG

Copyright © 2019 Ismea Qualivita
a cura di Ismea - Fondazione Qualivita

COORDINAMENTO SCIENTIFICO

Mauro Rosati - *Fondazione Qualivita*
Fabio Del Bravo - *Ismea*

GRUPPO DI LAVORO

Ana Budau, Francesca Carbonari, Elena Conti, Chiara Fisichella, Giovanni Gennai, Antonella Giuliano, Francisca Guiglia, Riccardo Meo, Cosimo Montanaro, Geronimo Nerli, Patrizia Nocella, Maria Nucera, Marilena Pallai, Paola Parmigiani, Massimo Paschino, Ilaria Pelliccioni, Annabella Pugliese, Francesca Sansone, Tiziana Sarnari, Giorgia Scala, Mario Schiano Lo Moriello, Federica Silvestrelli

GRAFICA

Niccolò Bindi (progetto grafico e impaginazione)

SI RINGRAZIANO

Gli Organismi di certificazione, i Consorzi di tutela, gli Organismi dei produttori, i comitati promotori e le altre organizzazioni che si occupano di promozione e valorizzazione dei prodotti DOP IGP che hanno contribuito alla realizzazione di questo lavoro.

UNO SPECIALE RINGRAZIAMENTO A

mipaft

ministero delle politiche agricole
alimentari, forestali e del turismo

Dipartimento delle Politiche Competitive
della Qualità Agroalimentare e della Pesca



ICQRF



CUFAA



RAC



PUBBLICATO DA

Edizioni Qualivita
Fondazione Qualivita
www.qualivita.it

Collana:



STAMPATO DA

Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato S.p.A.
Sede legale e operativa: Via Salaria, 691 - 00138 Roma
Finito di stampare nel mese di Dicembre 2018
ISBN: 978-88-96530-47-4

RAPPORTO 2018

Il rapporto analizza i dati dell'Osservatorio economico sulle produzioni alimentari e vitivinicole DOP, IGP e STG ed è realizzato nell'ambito di un progetto finanziato dal Mipaft. Il documento è organizzato in una sezione introduttiva e otto capitoli che sintetizzano i principali risultati dell'indagine Ismea Qualivita 2018 sui comparti Food e Wine, più una nota metodologica a chiusura del documento. Ciascun capitolo riporta infografiche che forniscono un quadro di insieme sintetico per la lettura dei risultati, tabelle e grafici di approfondimento e commenti che evidenziano i principali trend.

CONTENUTI DIGITALI

La pen drive allegata al Rapporto contiene i seguenti materiali in formato digitale:

1. Rapporto 2018 sulle produzioni agroalimentari e vitivinicole italiane DOP IGP STG
2. Comunicati Stampa Presentazione Rapporto Ismea Qualivita 2018
3. Infografiche del Rapporto 2018

Tutti i diritti sono riservati a Ismea e Fondazione Qualivita



Nessuna parte di questa pubblicazione può essere riprodotta o utilizzata in alcun modo, senza l'autorizzazione scritta di Fondazione Qualivita e Ismea, né con mezzi elettronici né meccanici, incluse fotocopie, registrazione o riproduzione attraverso qualsiasi sistema di elaborazione dati.

indice



intro

:: Raffaele Borriello - Direttore Generale Ismea	pg. 05
:: Mauro Rosati - Direttore Generale Fondazione Qualivita	pg. 06
:: Abstract	pg. 08
:: Overview	pg. 09

c.1

il mondo DOP IGP STG - Food e Wine 2018

:: DOP IGP STG nel mondo 2018	pg. 12
:: DOP IGP STG in Italia 2018	pg. 14



c.2

dati produttivi comparto Food 2017

:: operatori filiere	pg. 18
:: produzione certificata	pg. 19
:: valore alla produzione	pg. 20
:: valore al consumo	pg. 21
:: valore all'export	pg. 22
CATEGORIE	
:: Formaggi	pg. 24
:: Prodotti a base di carne	pg. 26
:: Ortofrutticoli	pg. 28
:: Aceti balsamici	pg. 30
:: Oli di oliva	pg. 32
:: Carni fresche	pg. 34
:: Altre categorie	pg. 36



c.3

dati produttivi comparto Wine 2017

:: comparto Wine 2017	pg. 38
:: dati export Wine	pg. 40



c.4

dati economici territoriali

:: impatto territoriale	pg. 42
:: schede regionali	pg. 46





RAPPORTO 2018 ISMEA - QUALIVITA

sulle produzioni agroalimentari e vitivinicole italiane DOP, IGP e STG

c.5

canali di vendita e consumi GDO



:: canali di vendita in Italia - Food	pg. 68
:: prodotti IG nella distribuzione	pg. 69
:: vendite Formaggi DOP IGP	pg. 70
:: vendite Prodotti a base di Carne DOP IGP	pg. 71
:: vendite Oli di oliva DOP IGP	pg. 71
:: vendite Vini DOP IGP	pg. 72
:: FOCUS - prodotti trasformati	pg. 72

c.6

Web & Social DOP IGP



:: canali digitali DOP IGP	pg. 74
:: analisi web e engagement IG	pg. 76
:: appendice metodologica analisi web DOP IGP	pg. 78

c.7

legislazione e accordi internazionali



:: legislazione e accordi internazionali	pg. 80
--	--------

c.8

controlli



:: controlli	pg. 84
--------------	--------

nota

nota metodologica



:: comparto Food	pg. 87
:: comparto Wine	pg. 88

Le IG italiane pronte alla sfida della nuova PAC

Il XVI Rapporto Qualivita viene pubblicato in un momento di grande fermento per il comparto agricolo nazionale.

Le proposte della Commissione Europea per la politica agricola comune successiva al 2020 affidano molto più potere e responsabilità agli Stati membri e pongono l'Italia di fronte a una grande sfida: l'esigenza di applicare la Pac con un nuovo approccio di programmazione e coordinamento – il cosiddetto *new delivery model* – con la predisposizione di un Piano strategico nazionale che metta insieme sia il primo che il secondo pilastro della Pac, il sistema dei pagamenti diretti, gli interventi di mercato e le politiche di sviluppo rurale. Per l'Italia, dove la competenza in materia agricola è delle Regioni, si tratta di una sfida di non poco conto, ma la necessità di rispondere a tale richiesta potrebbe essere gestita come l'opportunità di provare finalmente a elaborare un gioco a somma positiva, in cui tutti guadagnano: un progetto di politica agraria in grado di valorizzare il nostro modello di agricoltura, di cui la qualità e la distintività dei nostri prodotti non possono che essere elementi qualificanti e nel quale, dunque, il sistema delle IG avrebbe un ruolo centrale.

La proposta della Commissione, in coerenza con la spinta verso la semplificazione normativa, ingloba in un unico testo molti degli attuali Regolamenti, tra cui il testo sui regimi di qualità dei prodotti agricoli e alimentari. Un impianto nuovo, che non trascura le indicazioni geografiche ma al contrario sprona gli Stati membri a rendere i prodotti a indicazione geografica più attraenti per gli agricoltori e i consumatori; ciò dovrebbe passare per un'accelerazione dei processi di registrazione e approvazione delle modifiche dei disciplinari di produzione che, se ben orientati, dovrebbero portare a una migliore visibilità dei prodotti agli occhi dei consumatori e a una riduzione complessiva dei costi di gestione del sistema.

Si tratta di opportunità che andranno colte e ben interpretate dalla *governance* italiana ma lasciano comunque sperare in un ulteriore passo avanti per il nostro Paese che continua a detenere il primato per numero di riconoscimenti contando ad oggi, 297 tra DOP e IGP e 2 STG nel settore Food e 523 tra DOP e IGP vini (oltre a 4 protezioni e 1 cancellazione a livello nazionale) che valgono oltre 15 miliardi di euro pari al 18% del valore complessivo agroalimentare.

È chiaro a tutti quanto il comparto delle indicazioni geografiche contribuisca al consolidamento del-

la reputazione del *made in Italy*. Meno noto e più difficile da quantificare è invece lo specifico valore economico che l'identità territoriale dei prodotti certificati può rendere, ma è sempre più evidente la richiesta e la disponibilità a pagare per trasparenza, origine, modalità di produzione, tracciabilità. Senza dimenticare l'enorme valore aggiunto che per il nostro Paese può derivare dal legame tra il turismo e l'enogastronomia, anche nei suoi aspetti culturali e ambientali.

Di certo non va tutto bene; anche il comparto delle IG è fragile e bisognoso di attenzione: le aziende sono mediamente piccole, poco strutturate e ancor meno aggregate; in molti casi non esistono i Consorzi di tutela o sono comunque poco strutturati ed efficaci nelle attività di promozione e gestione per le quali si sono costituiti. Le prime dieci produzioni, che detengono nel Food l'81% del fatturato, e nel Wine il 58%, sono controbilanciate da una polverizzazione di piccole realtà che non trovano le forze per affacciarsi fuori dai confini nazionali. C'è chi è grande, ma ha difficoltà a organizzare e contingentare l'offerta; chi invece è troppo piccolo di prodotto non ne ha abbastanza; ci sono i *big* del settore che si sono organizzati con sistemi informativi per la gestione e il monitoraggio di mercato e sono in grado di sostenere efficacemente l'attività di tutela e vigilanza, chi invece resta confinato ai mercati locali.

Queste difficoltà ci sono, ma le potenzialità di crescita del comparto delle IG italiane sono enormi, solo in parte attenuate da alcuni segnali negativi sul fronte geopolitico e dal rischio di deriva neo-protezionistica associato alla strategia aggressiva di Donald Trump sul fronte commerciale. Solo in parte attenuate, perché la forza del *made in Italy* e dei suoi segni distintivi è tale che – se ben gestito – il sistema delle IG nazionali può uscire indenne o addirittura rafforzato da questa nuova stagione della globalizzazione.

La vera sfida, come spesso accade in Italia, è soprattutto interna e passa per la nostra effettiva capacità di aggregare, organizzare e fare sistema: questo deve essere un impegno più che un auspicio, rispetto al quale l'ISMEA è pronta a fare la sua parte con piena convinzione, assicurando tutto il sostegno di cui è capace.



La #DopEconomy sostiene la crescita culturale, turistica e sociale del Paese

Il XVI Rapporto Ismea-Qualivita sullo stato delle Indicazioni Geografiche conferma il consolidamento della **#DopEconomy** come volano dei principali distretti agroalimentari italiani. I valori economici mostrano una crescita costante nel corso degli anni che non si è fermata neanche nei periodi di recessione del Paese. Ma a questo dato strutturale dobbiamo aggiungere un'ulteriore considerazione fornita da strumenti di indagine evoluti: ovvero una fotografia che evidenzia, benché con modalità variegata, come i prodotti DOP IGP abbiano assunto un "ruolo nuovo" all'interno dei territori italiani diventando il baricentro di una crescita che non è solo economica.

Di questa novità si ha percezione in particolar modo attraverso le analisi dei "Big Data", che per la prima volta implementiamo all'interno di questo studio. Uno sguardo che ci permette di capire ulteriori fenomeni profondi del comparto, attraverso l'associazione tra i dati economico-sociali e le conversazioni digitali del web (social network, forum, news, blog). Un esame della nuova forma di relazione "disintermediata" tra consumatore e prodotti a denominazione che attraverso le conversazioni sociali abbandona il modello dello slogan per abbracciare quello partecipato del commento e della risposta in tempo reale. Una ricerca sperimentale che chiaramente deve essere "letta" con tutte le cautele del caso, essendo un primo report nel mondo vasto delle informazioni digitali del Food made in Italy.

Analizzando "la nuvola" delle parole chiave legate ai prodotti agroalimentari e vitivinicoli italiani DOP IGP nelle conversazioni online, ci accorgiamo come questo lessico sia diventato con il passare del tempo estremamente ricco e complesso a testimonianza dei nuovi collegamenti delle IG.

LA DIMENSIONE CULTURALE

La prima dimensione delle IG che emerge dall'analisi delle informazioni online è quella culturale; un ambito che non contiene solo i noti aspetti della tradizione che da sempre accompagnano i prodotti tipici, ma anche elementi diversi come quelli legati alle arti, all'architettura, alla storia e all'ambiente, al saper fare ed alla conoscenza generale di una comunità.

Le conversazioni digitali sulle Indicazioni Geografiche sono un megafono culturale, o meglio, un veicolo di diffusione della cultura italiana che alimenta il nostro *gastronazionalismo*. Un fenomeno questo che assume dimensioni sempre più grandi sia per l'importanza dei prodotti nelle nostre scelte alimentari, sia per il crescente appeal che i distretti generano sulle persone in chiave turistica.

LA DIMENSIONE TURISTICA

È proprio nell'ambito turistico che le IG fanno registrare valori molto importanti, confermandosi fondamentali punti di sintesi nei vari distretti sia in termini di promozione, sia in termini di esperienze di viaggio. Secondo un nostro recente studio, in Italia, il **#TurismoDOP** ha assunto un ruolo strategico sviluppando oltre 200 Eventi incentrati sui prodotti, 150 Itinerari e Strade attive, più di 600 Risorse Culturali intimamente legate al patrimonio alimentare e 17 Esperienze come nuove proposte di incontro interattivo con il mondo rurale. Ed ecco, ad esempio, che una gita tra le "Acetaie Aperte" modenesi diventa un valido motivo per un percorso di conoscenza storico e geografico del territorio che ha dato vita all'eccellenza gastronomica.

Un capitolo, quello turistico, che si arricchisce ogni giorno di nuove attività grazie al diretto contributo dei Consorzi di tutela e delle aziende della filiera DOP IGP che non solo hanno profuso energie nel portare avanti iniziative storiche (sagre, feste ecc.) capaci di attrarre sul territorio migliaia di persone, ma che hanno anche promosso nuove attività. Una capacità di sviluppo che ha coinvolto direttamente anche le imprese che, mutuando le esperienze già collaudate dal settore vitivinicolo, hanno investito per riprogettare gli spazi aziendali, facendo diventare i luoghi di produzione anche centri di accoglienza turistica con percorsi esperienziali, museali ed una propensione evoluta alla vendita diretta.

Un ragionamento a parte merita il rapporto fra beni culturali, beni paesaggistici e IG italiane, uno dei cardini del 2018 "Anno del Cibo Italiano". Questo ambito rappresenta una perfetta sintesi tra cultura e turismo. La valorizzazione e la conservazione di patrimonio e risorse dell'areale di produzione sono diventati obiettivi prioritari di tutte le filiere DOP IGP perché, oggi più di ieri, c'è la consapevolezza di come senza passato non esista futuro. Sarebbe opportuno incentivare queste attività attraverso politiche e linee di indirizzo pubbliche su azioni specifiche: il recupero di beni architettonici, così come la valorizzazione di patrimoni culturali che altrimenti andrebbero perduti o dimenticati, devono essere facilitati attraverso appositi provvedimenti e capitoli dei Programmi di Sviluppo Rurale (PSR), in modo da creare tra imprese, Consorzi e territori le sinergie necessarie a percorrere questa strada.

LA DIMENSIONE SOCIALE

La dimensione del sociale, un ambito sfaccettato, richiamato a gran forza sia dai consumatori dei mercati evoluti, sia dalle comunità locali, è il frutto an-

che delle volontà delle aziende di essere soggetti sempre più responsabili. Nei molti distretti che si sono fatti promotori di progetti di sostenibilità ambientale e sociale le imprese delle IG sono in prima fila, con azioni che spaziano dalle ricerche scientifiche per migliorare l'impatto dei metodi di produzione agli studi per l'educazione alimentare e la salute dell'uomo, passando per il sostegno alle più significative attività ricreative delle comunità territoriali.

LE SFIDE PER IL 2019

Alla nuova sfera valoriale delle Indicazioni Geografiche che abbiamo voluto rimarcare in questo Rapporto si affiancano ulteriori sfide ed opportunità; il 2018, infatti, ha evidenziato nuovi temi strategici che impongono ad ogni componente del sistema una seria riflessione.

In primis il neo protezionismo che, portato in tutto il mondo da Trump, suona come un campanello di allarme anche per il settore agroalimentare per il rischio della reintroduzione dei **dazi**; le recenti affermazioni, rilasciate dallo stesso Presidente via social network e indirizzate alla Francia relativamente alle esportazioni vinicole, non lasciano sereni, visto il grande valore rappresentato dai mercati internazionali in questo periodo storico. Nell'epoca dell'America First, il surplus di oltre 3 miliardi di euro della bilancia commerciale italiana dell'agroalimentare, non mette al riparo i nostri comparti Food e Wine da guerre commerciali come quella iniziata tra USA e Cina.

Un altro tema che ha caratterizzato il 2018 riguarda i ripetuti appelli lanciati in sede **ONU** di autorizzare tasse ed **etichette** "punitive" sui prodotti ritenuti ad alto contenuto di grassi, sale e zuccheri con l'obiettivo di combattere alcune patologie sistemiche. Un

tentativo - non sostenuto da nessuna base scientifica - che paradossalmente si oppone ai principi della dieta mediterranea, che era stata riconosciuta come la più salutare anche dalla stessa organizzazione, e che avrebbe solo il risultato di favorire un approccio metabolico basato su "cibo in provetta" in contrasto all'ampia gamma di valori contenuti nei secolari prodotti tipici made in Italy.

Infine sotto la spinta dei grandi colossi dell'informatica come IBM, Oracle, ecc., si sta ponendo al centro del dibattito anche in Italia il tema della **blockchain** nel settore Food. In un momento storico in cui i consumatori sono più sensibili alla trasparenza della filiera, come evidenziano le conversazioni digitali oggetto di tale indagine, questa tecnologia, che permette un rapporto diretto tra cittadino e prodotti, potrebbe dare ulteriori garanzie su diversi filoni quali sicurezza e tracciabilità. Ad oggi sono molte le analisi che concordano nell'affermare che entro pochi anni la blockchain sarà in grado di cambiare l'approccio alla spesa alimentare e non solo di milioni di persone e che coinvolgerà anche il settore delle DOP IGP.

Questa dimensione allargata della **#DopEconomy** italiana che abbiamo cercato di tratteggiare attraverso il XVI Rapporto sicuramente impone a tutti gli attori del sistema responsabilità più profonde rispetto a quelle iniziali. Il superamento delle sfide evidenziate, infatti, non rimane solo un obiettivo economico per le aziende, ma assume un valore strategico anche per gli altri attori dei distretti, come le comunità e gli enti locali. Sarà quindi necessario uno scatto in avanti del sistema imprenditoriale supportato da una classe politica capace di interpretare i nuovi bisogni nel contesto europeo e nazionale. Farlo tutti insieme sarà l'unico modo per riuscirci.



Le stime sui dati economici e produttivi del 2017 elaborate nel Sedicesimo Rapporto Ismea-Qualivita mostrano un settore Food e Wine DOP IGP con una produzione che vale **15,2 miliardi di euro** (+2,6% sul 2016), e un contributo pari al 18% al fatturato complessivo del settore agroalimentare nazionale. Sul fronte export continua a crescere il comparto delle IG made in Italy che nel 2017 raggiunge gli **8,8 miliardi di euro** pari al 21% dell'export agroalimentare italiano. Se nel 2017 il settore agroalimentare italiano ha visto crescere il proprio valore del +2,1%, il settore delle DOP IGP ha ottenuto un risultato migliore pari al +2,6%. Un sistema, quello delle DOP IGP italiane, che nel corso degli ultimi 10 anni ha consolidato il proprio peso economico sul settore agroalimentare del Paese, con crescita a doppia cifra per valore alla produzione e a tripla cifra sul fronte export.

Da sottolineare che mentre la quasi totalità dei 299 prodotti Food registra produzione certificata, per il comparto Wine DOP IGP si riscontra un numero consistente di filiere IG "improduttive" (23%).

Il XVI Rapporto Ismea-Qualivita si arricchisce con ulteriori dati sul comparto DOP IGP (operatori Food e Wine, valore alla produzione complessivo per regioni e province), oltre a una nuova sezione dedicata all'analisi dei "Big Data" Web e Social per offrire la prima valutazione sulla presenza e diffusione delle DOP IGP italiane nel mondo digitale.



:: Abstract Rapporto 2018

SETTORE DOP IGP STG ITALIA

valore delle DOP IGP STG cresce più dell'agroalimentare

con oltre 15,2 miliardi alla produzione (+2,6% sul 2016) il comparto delle IG Food e Wine cresce più del settore totale italiano (+2,1%) e pesa per il 18% sul valore totale agroalimentare.

export cresce del +4,7% e si avvicina ai 9 miliardi

continua a crescere il comparto delle IG made in Italy che pesa per il 21% sul totale export agroalimentare italiano.

FOOD DOP IGP STG ITALIA

sfiorati 7 miliardi di valore alla produzione, +46% in 10 anni

nel 2017 nuovo record per l'agroalimentare italiano DOP IGP STG che con 6,96 miliardi di valore alla produzione cresce del +3,3% rispetto al già positivo 2016.

export da 3,5 miliardi per il Food IG, +234% in 10 anni

continua la crescita dell'export (+3,5% sul 2016): oltre un terzo delle esportazioni in valore è verso Paesi Extra UE (36%); i mercati principali si confermano Germania (20%), USA (18%) e Francia (15%).

WINE DOP IGP ITALIA

più valore per le produzioni certificate DOP IGP

nel 2017 il valore della produzione di vino sfuso IG, secondo stime Ismea, è salito a 3,4 miliardi di euro (+2,9%) mentre l'imbottigliato ex fabbrica ha raggiunto gli 8,3 miliardi (+2%) sul 2016.

domanda estera dinamica trainata dagli spumanti

sono 15 i milioni di ettolitri di vino IG esportati nel 2017, di cui 8,2 milioni di vini DOP. Il valore all'export appannaggio dei vini IG è stato di 5,26 miliardi di euro (+5,8%) su un totale di oltre 6 miliardi incassati dal vino italiano nel suo complesso (6,7%).

IMPATTO TERRITORIALE

tutte le province italiane hanno ritorno economico dalle IG

non esiste neanche una provincia in Italia in cui non vi sia una ricaduta economica delle filiere IG: un sistema che coinvolge capillarmente il Paese anche se è forte la concentrazione del valore.

le prime 4 regioni generano i 2/3 del valore complessivo IG

nei territori del nord Italia si concentra la gran parte dei distretti più rilevanti economicamente: Veneto, Emilia-Romagna, Lombardia e Piemonte fanno il 65% del comparto nazionale IG.

WEB & SOCIAL DOP IGP

in due anni cresce del +60% il numero di prodotti IG con social ufficiali

il 52% dei prodotti IG ha almeno un profilo social (420 contro i 268 del 2016 pari al +60%), mentre il 61% dei prodotti ha un sito ufficiale (501 contro i 412 del 2016 pari al +22%).

64 milioni di utenti web raggiunti in un anno dalle conversazioni sulle IG

l'analisi sulle prime 100 IG italiane Food e Wine mostra 2,4 milioni di menzioni generate in un anno da oltre 1 milione di autori per un engagement di oltre 64 milioni di utenti in tutto il mondo.



SETTORE DOP IGP STG ITALIA → 15,2 mld € valore alla produzione 2017



822
prodotti
DOP IGP STG



15,2 mld €
valore alla produzione
+2,6% su 2016



18%
peso DOP IGP
su settore
agroalimentare*



8,8 mld €
valore all'export
+4,7% su 2016



21%
peso DOP IGP
su export
agroalimentare



197.347
operatori
DOP IGP STG



275
Consorzi
autorizzati



FOOD DOP IGP STG ITALIA → 6,96 mld € valore alla produzione 2017



299
prodotti
DOP IGP STG



6,96 mld €
valore alla produzione
+3,3% su 2016



14,7 mld €
valore al consumo
+6,4% su 2016



3,5 mld €
valore all'export
+3,5% su 2016



+6,9%
vendite peso fisso
GDO Italia



83.695
operatori
DOP IGP STG



Emilia-Romagna
1° regione impatto
economico IG



WINE DOP IGP ITALIA → 8,27 mld € valore alla produzione 2017



523
(526**) prodotti
DOP IGP



2,95 mld bottiglie
produzione
imbottigliata
-1,6% su 2016



8,27 mld €
valore alla produzione
+2,0% su 2016



5,26 mld €
valore all'export
+5,8% su 2016



+4,9%
vendite peso fisso
GDO Italia



113.652
operatori
DOP IGP



Veneto
1° regione impatto
economico IG



IMPATTO TERRITORIALE → Food + Wine DOP IGP STG 2017



Veneto
1° regione impatto
economico IG
3,5 mld €



Emilia-Romagna
2° regione impatto
economico IG
3,4 mld €



Lombardia
3° regione impatto
economico IG
1,9 mld €



Parma
1° provincia impatto
economico IG
1.414 mln €



Verona
2° provincia impatto
economico IG
987 mln €



Treviso
3° provincia impatto
economico IG
880 mln €



WEB & SOCIAL DOP IGP → canali ufficiali e analisi web 2018



61%
IG con sito web
ufficiale
+22% su 2016



52%
IG con almeno un
profilo social ufficiale
+60% su 2016



2,4 mln
menzioni DOP IGP
sul web ultimo anno



64 mln
engagement DOP IGP
sul web ultimo anno



USA
1° paese estero per
menzioni DOP IGP



instagram
1° canale social per
menzioni DOP IGP

* Il rapporto è calcolato sulla Produzione a prezzi di base agricola 2017 + Valore aggiunto dell'industria alimentare 2017.

** Oltre alle 523 denominazioni registrate a livello europeo, per le elaborazioni del comparto Wine italiano si considerano anche le 4 autorizzazioni a livello nazionale all'etichettatura transitoria (ai sensi dell'Art. 72 del Reg. 607/2009) e la cancellazione di una denominazione, per un totale di 526 denominazioni.

Il mondo DOP IGP STG Food e Wine 2018



DOP IGP STG nel mondo 2018

DOP IGP STG in Italia 2018

:: DOP IGP STG nel mondo 2018

(dati al 05/12/2018)

Italia sempre prima al mondo per numero DOP IGP nel 2018

ancora primato mondiale per l'Italia che, al 05/12/2018, conta 822 prodotti DOP, IGP, STG fra comparto Food e Wine su 3.036 totali nel mondo.

continua a salire il numero di produzioni a Indicazione Geografica nei Paesi europei: fra le variazioni principali +4 in Italia, Francia e Paesi Bassi, +3 in Spagna, +2 in Germania, Regno Unito, Polonia e Romania.

registrate 32 nuove IG in Europa, 24 Food e 8 Wine

Italia nel 2018 registrato il primo cioccolato IG al mondo

nel 2018 sono stati registrati in Italia la Pitina IGP (Friuli-Venezia Giulia), il Marrone di Serino IGP (Campania), il Cioccolato di Modica IGP (Sicilia) e la Lucanica di Picerno IGP (Basilicata).



Infografica 1.1 prodotti DOP IGP STG Paesi Extra UE

26 nei Paesi Extra UE





Infografica 1.2 prodotti DOP IGP STG Paesi UE



FOOD
1.416

+24

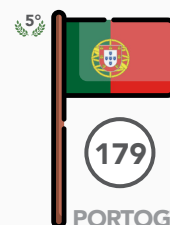
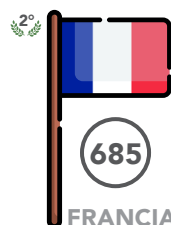
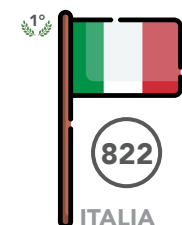
3.010
Europa

+32



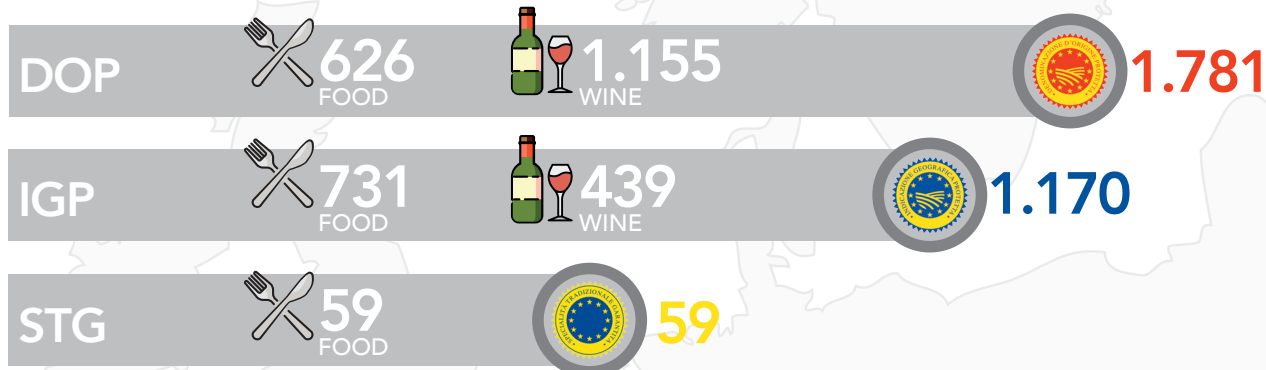
WINE
1.594

+8

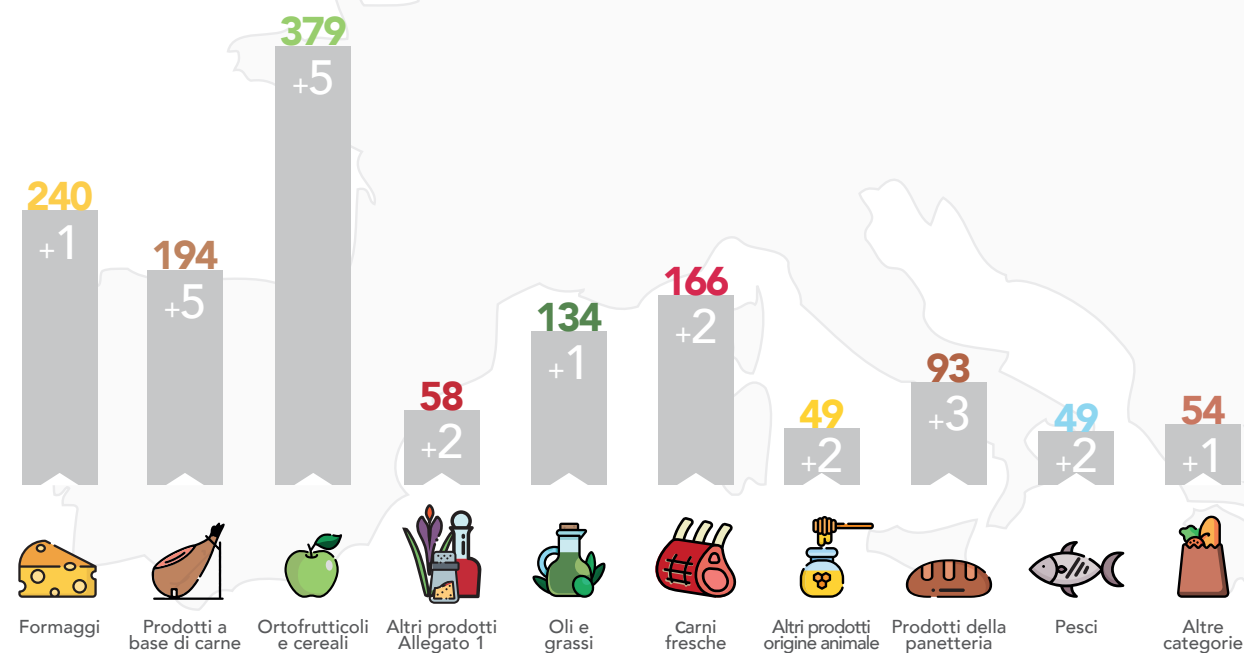


* Oltre alle 523 denominazioni registrate a livello europeo, per le elaborazioni del comparto Wine italiano si considerano anche le 4 autorizzazioni a livello nazionale all'etichettatura transitoria (ai sensi dell'Art. 72 del Reg. 607/2009) e la cancellazione di una denominazione, per un totale di 526 denominazioni.

Infografica 1.3 prodotti DOP IGP STG Paesi UE



Infografica 1.4 DOP IGP STG comparto Food nei Paesi UE



:: DOP IGP STG in Italia 2018

(dati al 05/12/2018)

Infografica 1.5 prodotti DOP IGP STG Italia

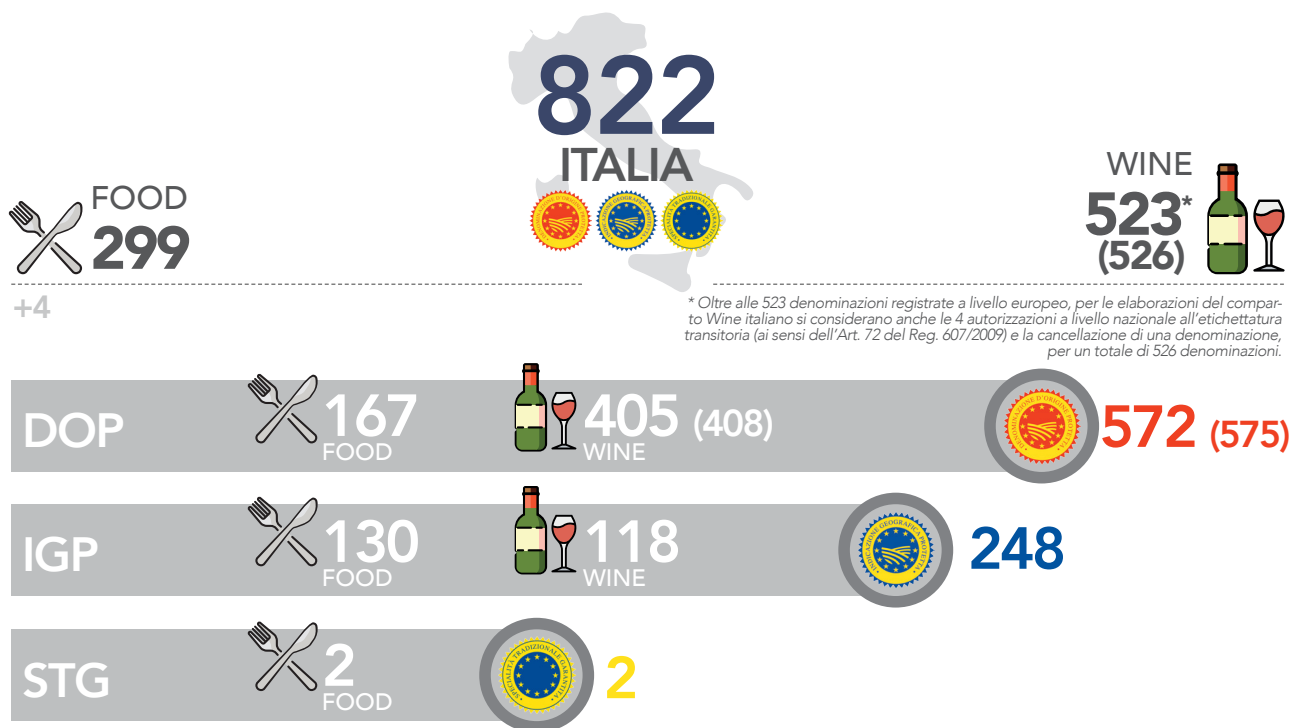


Tabella 1.1 Food e Wine: DOP IGP STG per regione italiana

DENOMINAZIONE	FOOD				WINE			IG FOOD & WINE	
	DOP	IGP	STG	IG FOOD	DOP	IGP	IG WINE		
Toscana	16	15	2	33	52	6	58	91	1°
Veneto	18	18	2	38	42 ⁽⁴³⁾	10	52 ⁽⁵³⁾	90 ⁽⁹¹⁾	1°
Piemonte	14	9	2	25	58 ⁽⁵⁹⁾	0	58 ⁽⁵⁹⁾	83 ⁽⁸⁴⁾	2°
Lombardia	20	14	2	36	27 ⁽²⁶⁾	15	42 ⁽⁴¹⁾	78 ⁽⁷⁷⁾	3°
Emilia-Romagna	18	25	2	45	20 ⁽²¹⁾	9	29 ⁽³⁰⁾	74 ⁽⁷⁵⁾	4°
Lazio	16	11	2	29	30	6	36	65	5°
Sicilia*	17	14	2	33	24	7	31	64	6°
Puglia	12	8	2	22	32	6	38	60	7°
Campania*	14	10	2	26	19	10	29	55	8°
Sardegna	6	2	2	10	18	15	33	43	9°
Calabria	12	6	2	20	9	10	19	39	10°
Marche	6	7	2	15	20	1	21	36	11°
Umbria	4	5	2	11	15	6	21	32	12°
Abruzzo	6	4	2	12	9	8	17	29	13°
Trentino-Alto Adige	9	5	2	16	8 ⁽⁹⁾	4	12 ⁽¹³⁾	28 ⁽²⁹⁾	13°
Friuli-Venezia Giulia*	5	2	2	9	14 ⁽¹⁶⁾	3	17 ⁽¹⁹⁾	26 ⁽²⁸⁾	14°
Basilicata*	5	6	2	13	5	1	6	19	15°
Liguria	2	3	2	7	8	4	12	19	16°
Molise	5	1	2	8	4	2	6	14	17°
Valle d'Aosta	4	0	2	6	1	0	1	7	18°
ITALIA	167	130	2	299	405⁽⁴⁰⁸⁾	118	523⁽⁵²⁶⁾	822⁽⁸²⁵⁾	-

* + 1 nuovo prodotto nel 2018

() L'Osservatorio Ismea-Qualivita nelle proprie analisi oltre ai 523 prodotti registrati a livello europeo, considera anche le 4 denominazioni autorizzate a livello nazionale all'etichettatura transitoria (ai sensi dell'Art. 72 del Reg. 607/2009) **Pignoletto DOP** (Emilia-Romagna), **Nizza DOP** (Piemonte), **Friuli DOP** (Friuli-Venezia Giulia), **Delle Venezie DOP** (Trentino-Alto Adige, Friuli-Venezia Giulia e Veneto) e la cancellazione a livello italiano della denominazione **Valtènesi DOP** (Lombardia) al fine di fornire una fotografia quanto più attuale del comparto produttivo vitivinicolo certificato.

Infografica 1.6 nuovi prodotti registrati in Italia al 05/12/2018



Lucanica di Picerno IGP - Basilicata

Reg. Ue 2018/1615 del 22.10.2018 - GUUE L 270 del 29.10.2018
Prodotti a base di carne



Cioccolato di Modica IGP - Sicilia

Reg. Ue 2018/1529 del 08.10.2018 - GUUE L 257 del 15.10.2018
Cioccolato e prodotti derivati



Marrone di Serino IGP - Campania

Reg. Ue 2017/1234 del 12.09.2018 - GUUE L 231 del 14.09.2018
Ortofrutticoli e cereali, freschi o trasformati

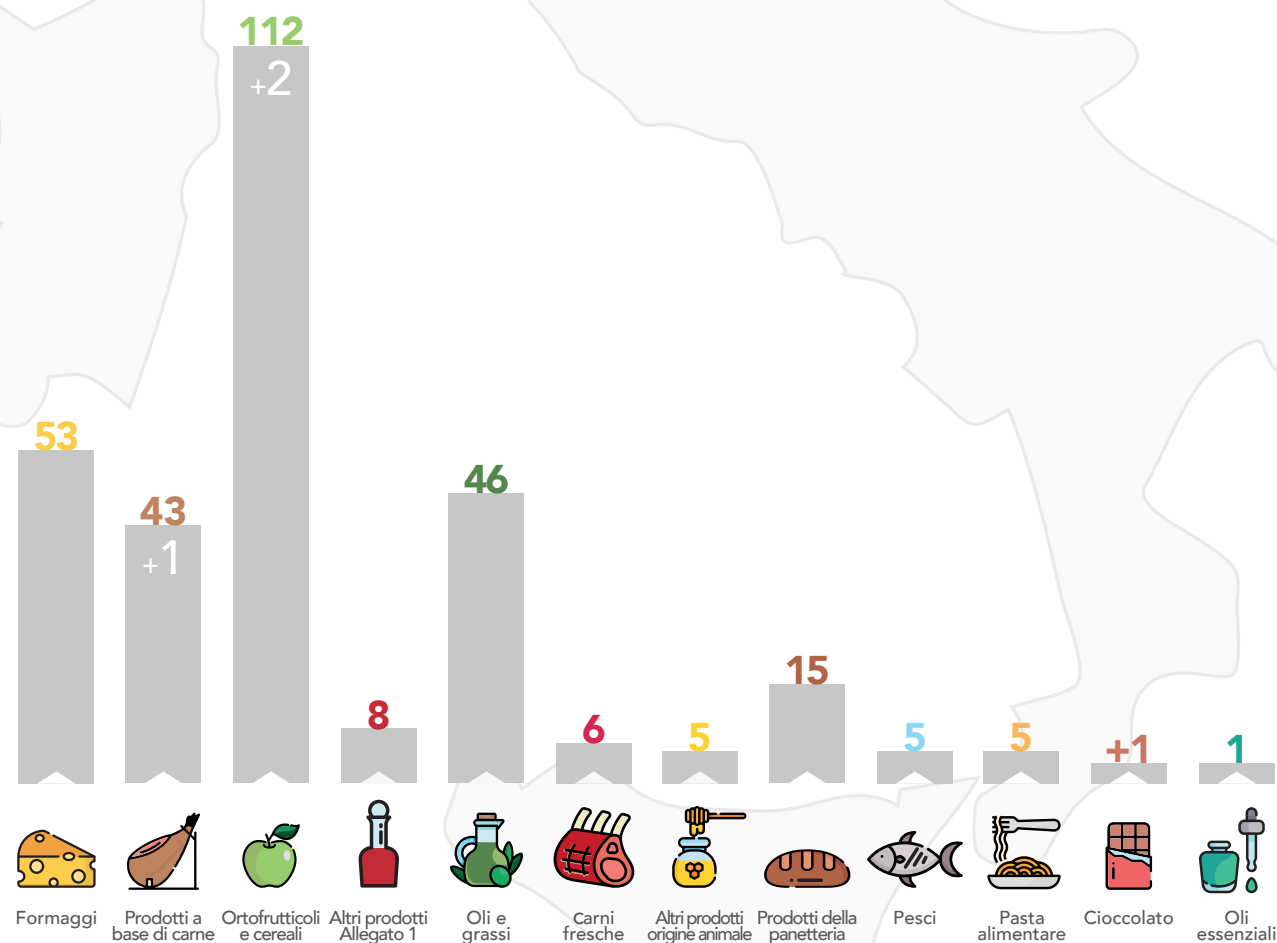


Pitina IGP - Friuli-Venezia Giulia

Reg. Ue 2018/930 del 19.06.2018 - GUUE L 165 del 02.07.2018
Prodotti a base di carne

NEW
2018

Infografica 1.7 DOP IGP STG comparto Food - Italia



FOOD

dati produttivi 2017



operatori filiere

produzione certificata

valore alla produzione

valore al consumo

valore all'export

CATEGORIE

Formaggi

Prodotti a base di carne

Ortofrutticoli

Aceti balsamici

Oli di oliva

Carni fresche

Altre categorie

2

:: operatori filiere

oltre 83mila operatori Food DOP IGP, +26% in dieci anni

produttori e trasformatori si distribuiscono su tutto il territorio nazionale: i comparti che pesano di più sono Formaggi (28mila), Oli di oliva (22mila) e Ortofrutticoli (19mila).



83.695*
operatori Food IG

* Gli operatori che sono sia produttori che trasformatori sono conteggiati nel totale una sola volta

78.784
produttori



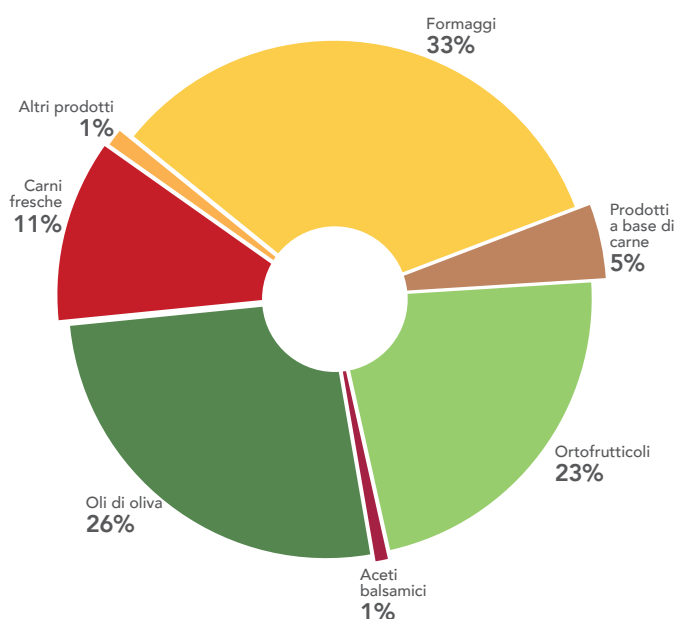
7.481
trasformatori



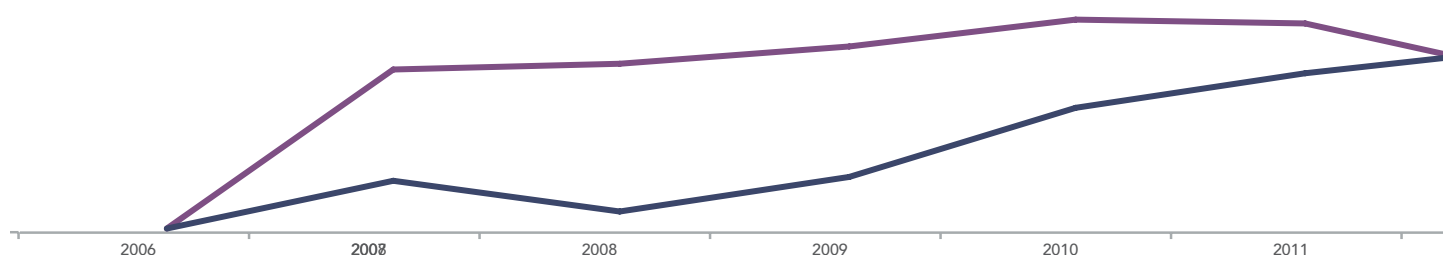
Infografica 2.1 operatori per categoria

	Formaggi	27.933
	Prod. a base di carne	4.014
	Ortofrutticoli e cereali	18.829
	Aceti Balsamici	650
	Oli di oliva	21.881
	Carni fresche	9.513
	Altre categorie*	875

*Comprensivo del valore alla produzione Mozzarella STG



Infografica 2.3 trend operatori DOP IGP 2006-2016



:: produzione certificata

**produzione piuttosto stabile,
frenano ancora gli Ortofrutticoli**

bene gli Aceti balsamici che crescono ancora (+2,5%), così come i Formaggi (+1,6%) e gli Oli di Oliva (+1,3%); frenata per i Prodotti a base di carne (-3,6%) e, per il secondo anno di fila, per gli Ortofrutticoli (-5,9%).



+1,6%
Formaggi

-3,6%
Prodotti
a base di carne

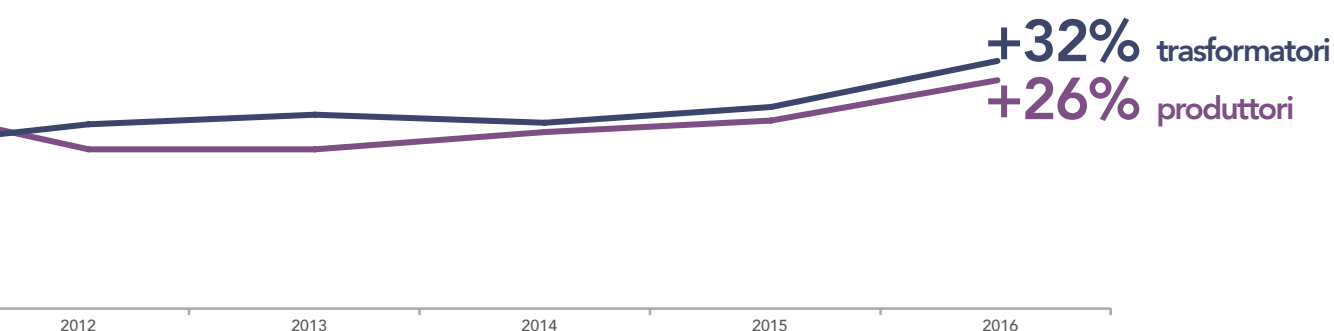
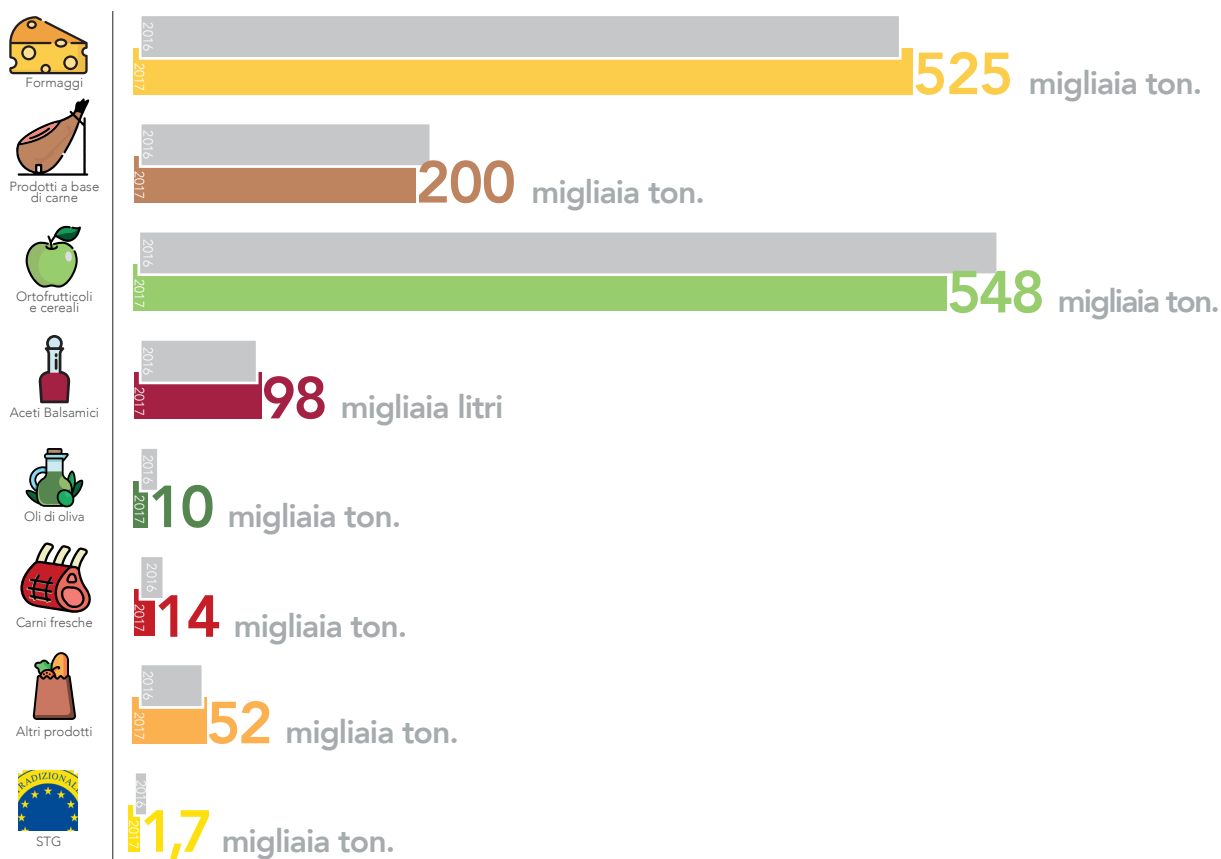
-5,9%
Ortofrutticoli

+2,5%
Aceti
Balsamici

+1,3%
Oli di Oliva

-1,6%
Carni fresche

Infografica 2.2 produzione certificata per categoria (2017)



:: valore alla produzione

sfiorati 7 miliardi di valore alla produzione, +46% in 10 anni

nel 2017 nuovo record per l'agroalimentare italiano DOP IGP STG che con 6,96 miliardi di valore alla produzione cresce del +3,3% rispetto al già positivo 2016.

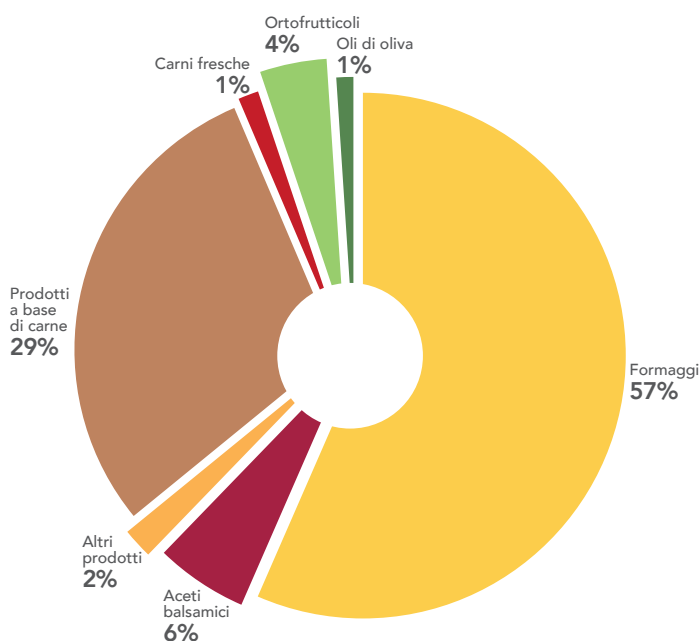


6,96 miliardi €
valore alla produzione 2017 :: +3,3% su 2016

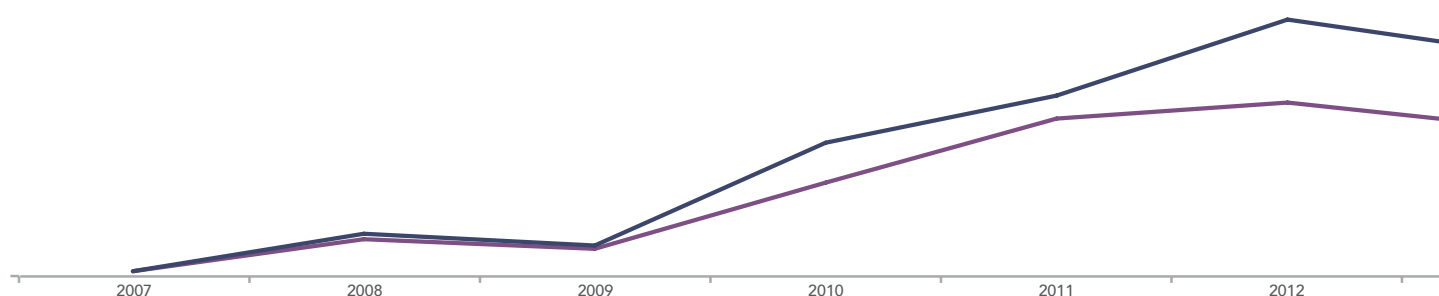
Infografica 2.4 valore alla produzione per categoria (2017)



*Comprensivo del valore alla produzione Mozzarella STG



Infografica 2.6 trend valore alla produzione e valore al consumo prodotti DOP IGP STG 2007-2017



:: valore al consumo

oltre 14,6 miliardi di valore al consumo, +63% in 10 anni

nel 2017 si afferma in maniera forte sul mercato l'agroalimentare DOP IGP STG, raggiungendo i 14,66 miliardi per un +6,4% sul 2016 (crescita relativa doppia rispetto al valore all'origine).

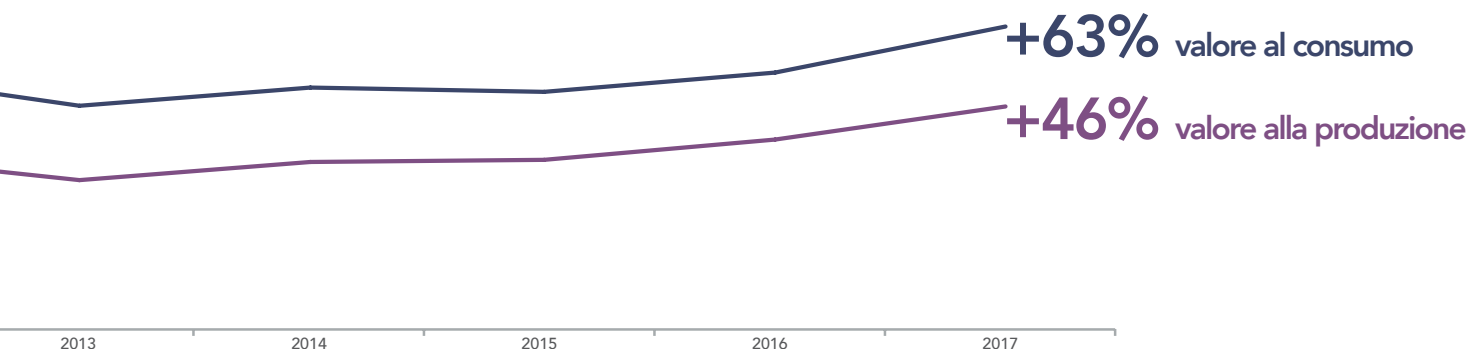
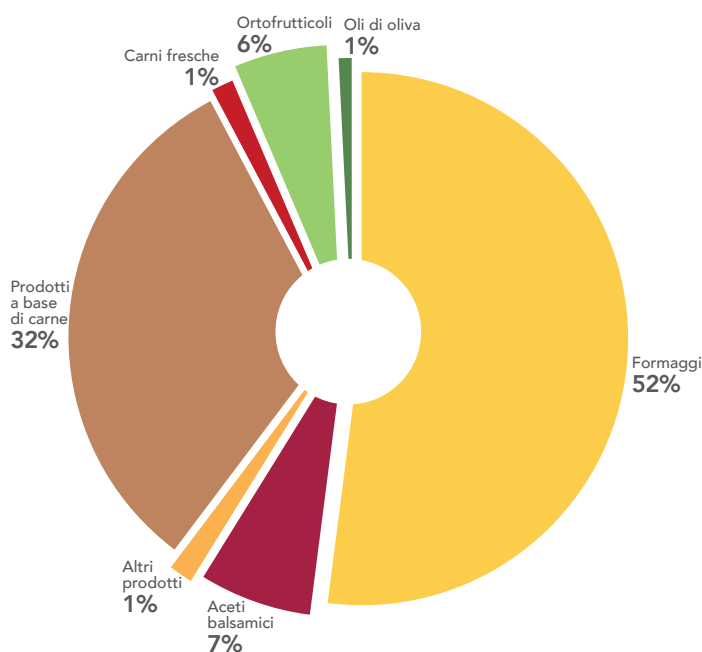


14,66 miliardi €
valore al consumo 2017 :: +6,4% su 2016

Infografica 2.5 valore al consumo per categoria (2017)



*Comprensivo del valore alla produzione Mozzarella STG



:: valore all'export

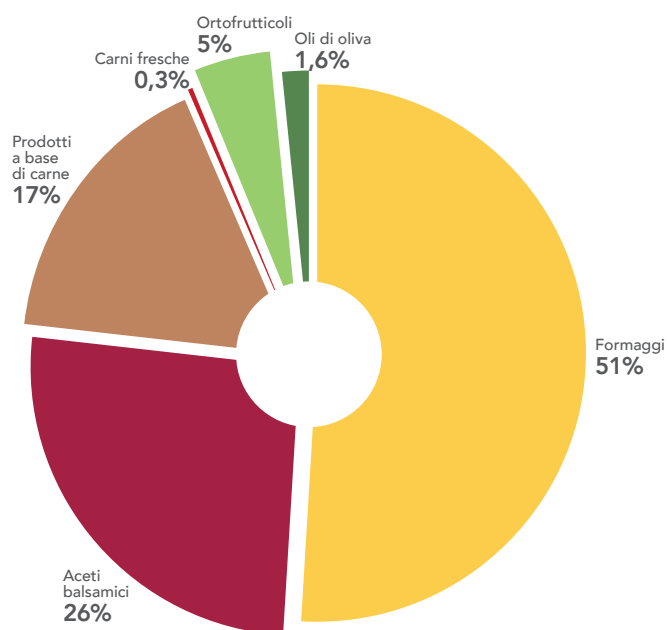
export da 3,5 miliardi per il Food IG, +234% in 10 anni

continua la crescita dell'export (+3,5% sul 2016): oltre un terzo delle esportazioni in valore è verso Paesi Extra UE (36%); i mercati principali si confermano Germania (20%), USA (18%) e Francia (15%).

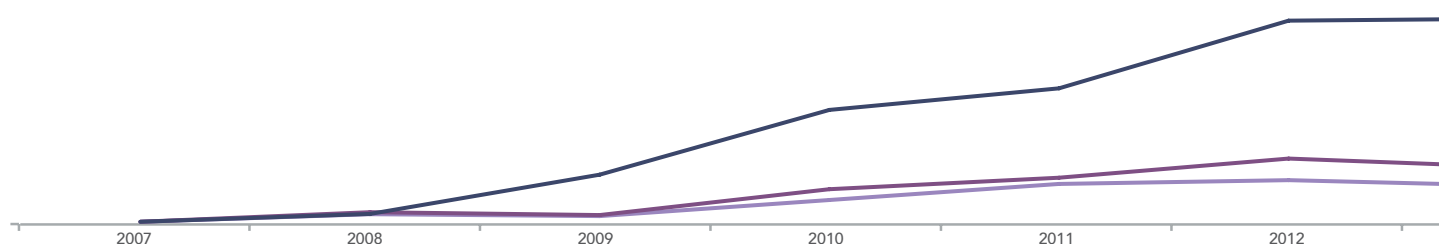


3,50 miliardi €
valore all'export 2017 :: +3,5% su 2016

Infografica 2.7 valore all'export per categoria (2017)



Infografica 2.9 trend valore all'export prodotti DOP IGP 2007-2017



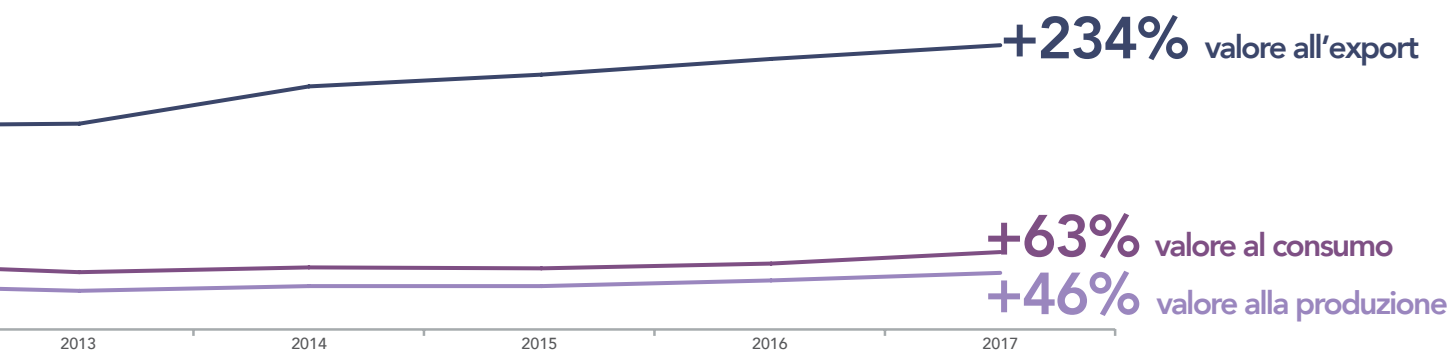
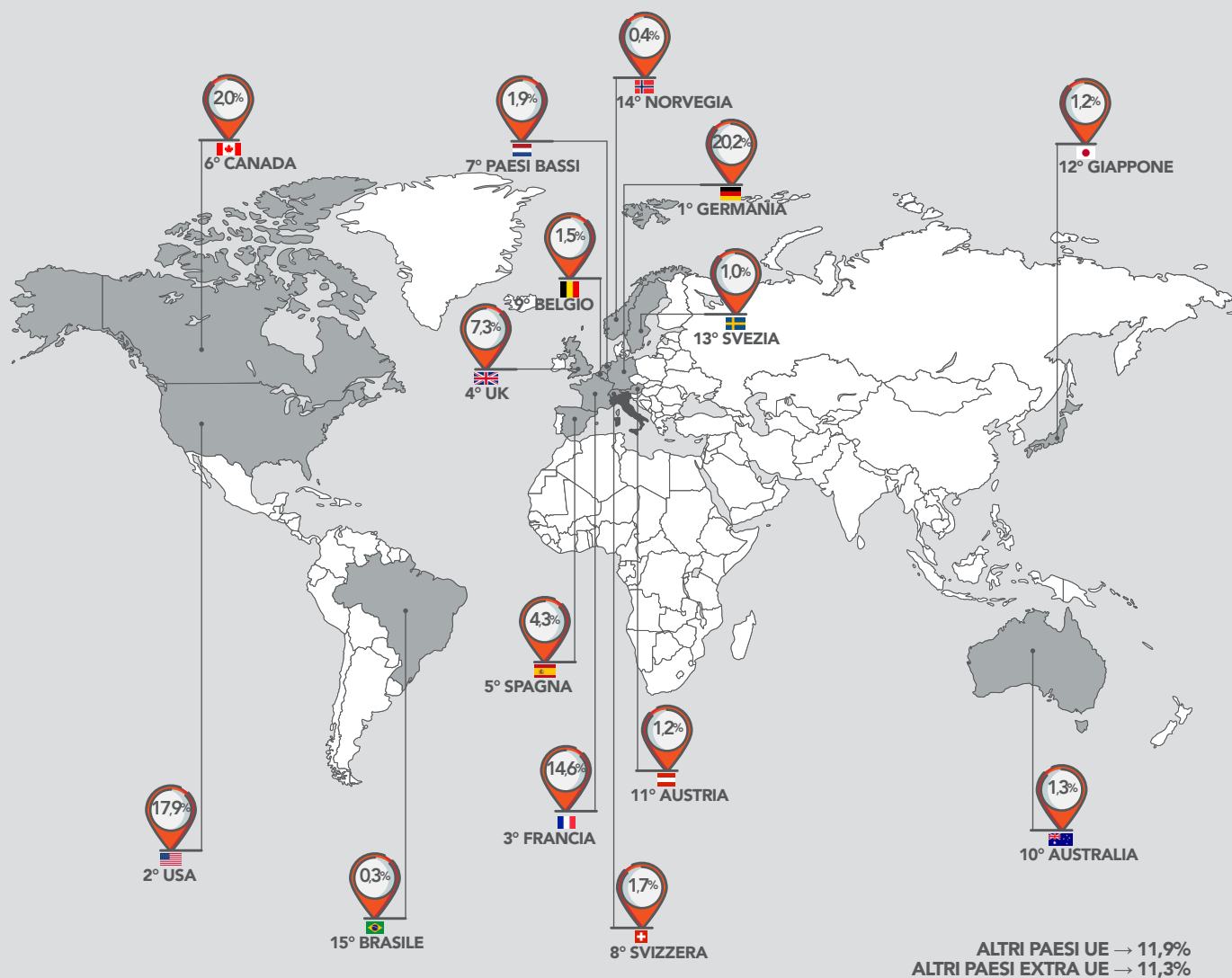


Infografica 2.8 prodotti DOP IGP STG Paesi Extra UE

64%
Paesi UE



36%
Paesi Extra UE



:: Formaggi

dati tutti in crescita, bene soprattutto valore al consumo

crece ancora la categoria più rilevante che rappresenta il 57% del valore e il 51% dell'export del Food DOP IGP; in Emilia-Romagna e Lombardia gran parte del ritorno economico.

trend positivi per le prime 4 DOP (Parmigiano Reggiano DOP, Grana Padano DOP, Mozzarella di Bufala Campana DOP e Gorgonzola DOP) che trainano il settore.

bene le grandi produzioni frena Pecorino Romano DOP

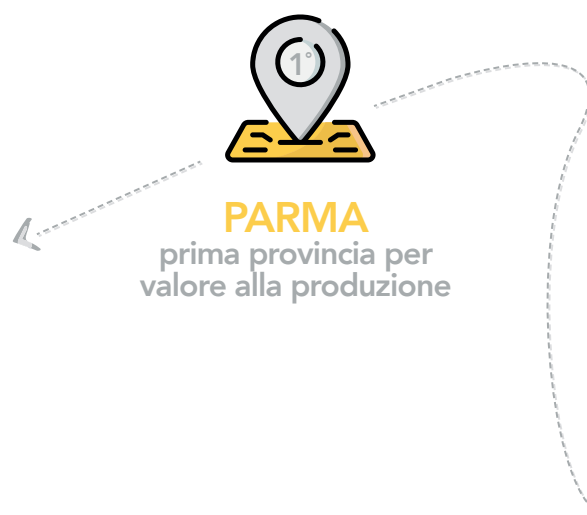
Tabella FR.1 produzione certificata e valore Formaggi DOP IGP (2017)

DENOMINAZIONE	PRODUZIONE (tonnellate)				VALORE ALLA PRODUZIONE (milioni di euro)				VALORE AL CONSUMO (milioni di euro)				VALORE ALL'EXPORT (milioni di euro)			
	2016	2017	Peso %	Var:17/16	2016	2017	Peso %	Var:17/16	2016	2017	Peso %	Var:17/16	2016	2017	Peso %	Var:17/16
Parmigiano Reggiano DOP	130.176	136.891	26,1%	+5,2%	1.123	1.343	34,1%	+19,5%	2.083	2.338	30,7%	+12,3%	559	593	33,2%	+6,1%
Grana Padano DOP	184.734	189.804	36,1%	+2,7%	1.293	1.293	32,8%	-0,04%	2.180	2.913	38,2%	+33,7%	632	715	40,0%	+13,1%
Mozzarella di Bufala Campana DOP	44.314	47.098	9,0%	+6,3%	372	391	9,9%	+5,0%	721	730	9,6%	+1,2%	113	127	7,1%	+11,6%
Gorgonzola DOP	54.974	56.793	10,8%	+3,3%	316	356	9,0%	+12,8%	550	568	7,4%	+3,3%	119	121	6,8%	+1,6%
Pecorino Romano DOP	35.632	27.856	5,3%	-21,8%	251	155	3,9%	-38,0%	485	347	4,5%	-28,4%	146	149	8,3%	+2,2%
Asiago DOP	21.067	20.778	4,0%	-1,4%	95	98	2,5%	+2,8%	172	170	2,2%	-1,5%	12	12	0,7%	+3,7%
Taleggio DOP	8.930	8.870	1,7%	-0,7%	44	45	1,2%	+3,2%	108	104	1,4%	-4,4%	28	30	1,7%	+7,8%
Montasio DOP	5.970	5.788	1,1%	-3,0%	40	40	1,0%	-1,7%	62	58	0,8%	-6,0%	2,5	2,4	0,1%	-4,4%
Provolone Valpadana DOP	5.292	5.737	1,1%	+8,4%	28	32	0,8%	+11,2%	65	72	0,9%	+10,1%	3,5	4,7	0,3%	+37,4%
Pecorino Toscano DOP	3.652	3.562	0,7%	-2,4%	31	30	0,8%	-2,4%	62	64	0,8%	+3,3%	6,9	6,8	0,4%	-1,9%
Altri	22.414	22.238	4,2%	-0,8%	154	155	3,9%	+0,6%	266	263	3,5%	-1,1%	24	24	1,4%	+1,0%
Totale Formaggi DOP IGP	517.155	525.414	100%	+1,6%	3.748	3.937	100%	+5,1%	6.754	7.627	100%	+12,9%	1.646	1.785	100%	+8,5%

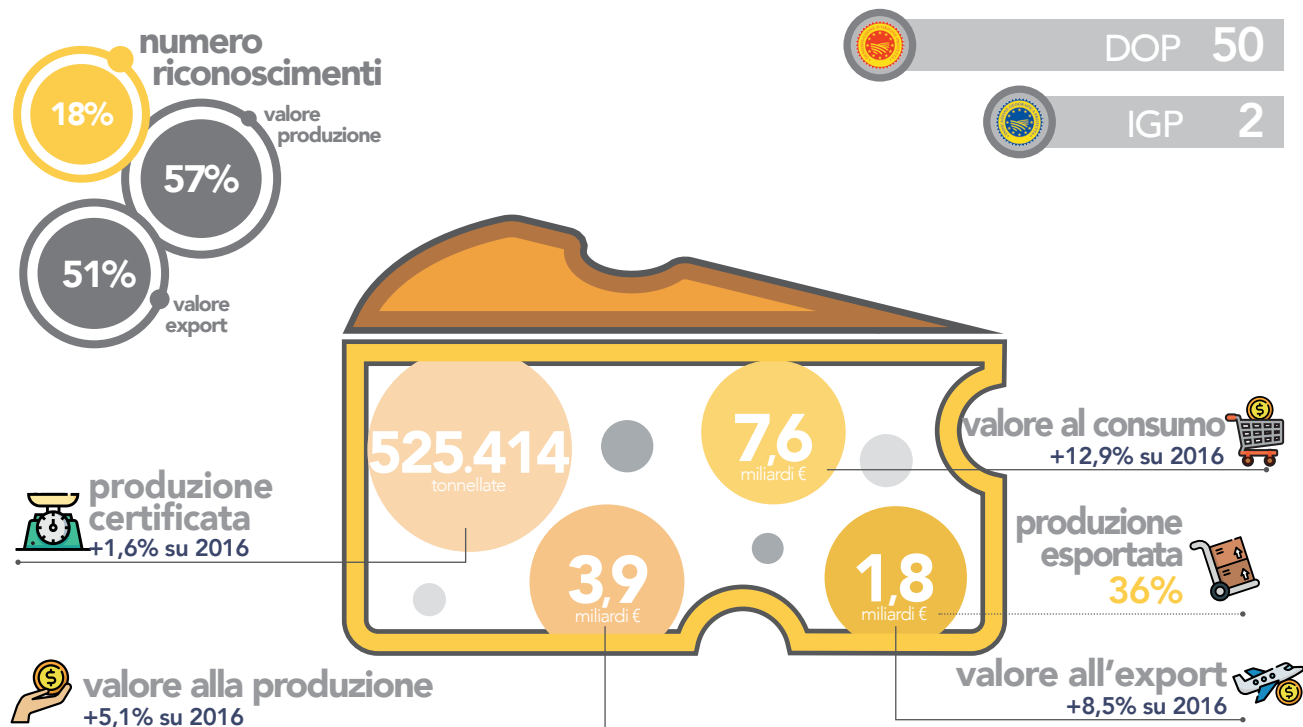
Per la produzione si considera la quantità certificata nell'anno solare

Tabella FR.2 impatto provinciale Formaggi DOP IGP (2017)

PROVINCIA	REGIONE	DOP IGP	2016 (mln €)	2017 (mln €)	VAR 17/16
1° Parma	Emilia-Romagna	1	382	458	+20,0%
2° Reggio nell'Emilia	Emilia-Romagna	1	356	428	+20,0%
3° Brescia	Lombardia	9	399	410	+2,6%
4° Mantova	Lombardia	3	365	388	+6,2%
5° Modena	Emilia-Romagna	1	242	290	+20,0%
6° Caserta	Campania	2	216	230	+6,5%
7° Cremona	Lombardia	6	207	213	+2,9%
8° Cuneo	Piemonte	7	168	188	+12,2%
9° Vicenza	Veneto	3	178	171	-4,0%
10° Piacenza	Emilia-Romagna	2	143	146	+2,3%
11° Salerno	Campania	2	120	127	+6,3%
12° Lodi	Lombardia	5	80,7	83,2	+3,1%
13° Sassari	Sardegna	3	109,5	67,9	-38,0%
14° Novara	Piemonte	4	57,3	65,4	+14,1%
15° Verona	Veneto	3	62,5	58,7	-6,1%
16° Padova	Veneto	4	60,4	56,7	-6,0%
17° Bergamo	Lombardia	9	49,3	51,1	+3,6%
18° Milano	Lombardia	5	46,8	48,9	+4,5%
19° Bologna	Emilia-Romagna	4	29,9	35,6	+19,0%
20° Nuoro	Sardegna	3	52,2	33,4	-36,1%



Infografica FR.1 overview e dati produttivi Formaggi DOP IGP (2017)



 **27.933**
operatori DOP IGP

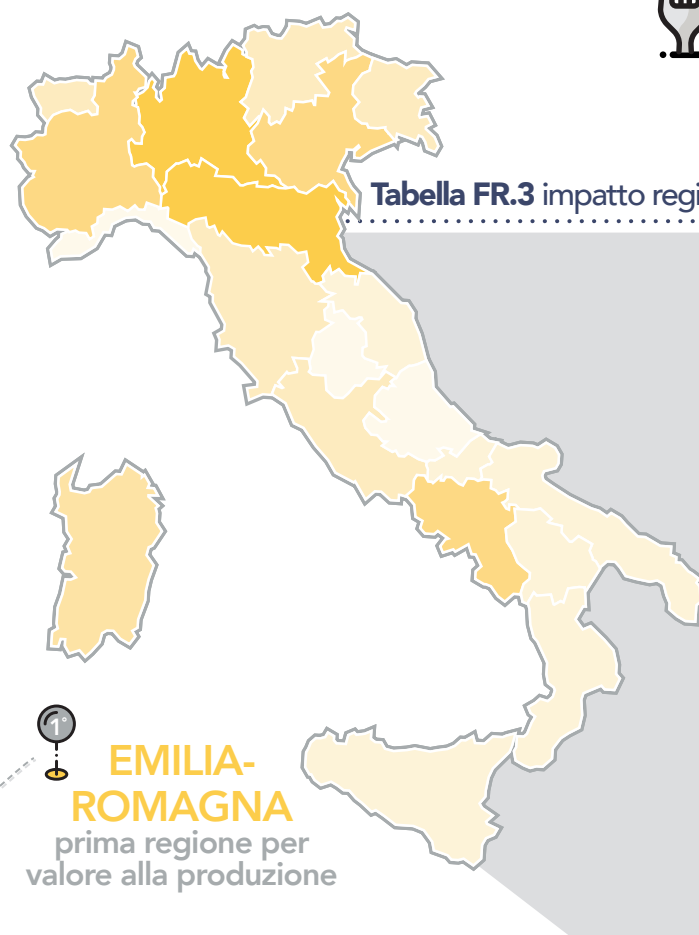


Tabella FR.3 impatto regionale Formaggi DOP IGP (2017)

REGIONE	DOP IGP	2016 (mil. €)	2017 (mil. €)	VAR. 17/16
1° Emilia-Romagna	5	1.159	1.364	+17,8%
2° Lombardia	14	1.200	1.248	+4,0%
3° Campania	3	348	371	+6,6%
4° Veneto	8	359	344	-4,2%
5° Piemonte	10	248	279	+12,6%
6° Sardegna	3	262	166	-36,6%
7° Trentino-Alto Adige	6	47,5	47,2	-0,6%
8° Toscana	3	31,0	30,1	-2,9%
9° Lazio	4	32,4	26,7	-17,5%
10° Valle d'Aosta	2	24,9	26,5	+6,4%
11° Friuli-Venezia Giulia	1	22,2	20,6	-7,4%
12° Puglia	4	6,9	5,8	-16,4%
13° Sicilia	4	2,1	2,9	+33,7%
14° Calabria	2	1,8	1,9	+5,8%
15° Molise	2	0,8	1,4	+76,9%
16° Marche	2	1,8	1,3	-29,2%
17° Basilicata	3	1,2	1,1	-9,7%
18° Umbria	1	0,0	0,0	-
19° Liguria	0	0,0	0,0	-
20° Abruzzo	0	0,0	0,0	-

:: Prodotti a base di carne

lieve calo produttivo, ma crescono i valori: export +3,1%

la categoria rappresenta il 29% del valore alla produzione e il 17% di quello all'export DOP IGP; l'Emilia-Romagna da sola genera oltre la metà del valore economico.

si segnalano molti risultati positivi sul fronte export, con crescite a doppia cifra per Prosciutto di San Daniele DOP, Bresaola della Valtellina IGP, Salamini Italiani alla Cacciatora DOP.

fra i "big" bene Prosciutto di San Daniele, Bresaola e Speck

Tabella PC.1 produzione certificata e valore Prodotti a base di carne DOP IGP (2017)

DENOMINAZIONE	PRODUZIONE (tonnellate)				VALORE ALLA PRODUZIONE (milioni di euro)				VALORE AL CONSUMO (milioni di euro)				VALORE ALL'EXPORT (milioni di euro)			
	2016	2017	Peso %	Var.17/16	2016	2017	Peso %	Var.17/16	2016	2017	Peso %	Var.17/16	2016	2017	Peso %	Var.17/16
Prosciutto di Parma DOP	87.010	81.482	40,8%	-6,4%	816	850	41,4%	+4,1%	2.262	2.227	47,5%	-1,6%	284	280	47,8%	-1,5%
Prosciutto di San Daniele DOP	26.608	25.959	13,0%	-2,4%	293	304	14,8%	+3,8%	763	787	16,8%	+3,1%	65	87	14,8%	+33,9%
Mortadella Bologna IGP	40.693	37.678	18,9%	-7,4%	326	301	14,7%	-7,4%	467	433	9,2%	-7,2%	110	95	16,2%	-13,6%
Bresaola della Valtellina IGP	12.680	12.954	6,5%	+2,2%	220	224	10,9%	+2,2%	408	453	9,7%	+11,1%	19	24	4,1%	+23,8%
Speck Alto Adige IGP	11.601	12.692	6,4%	+9,4%	100	109	5,3%	+9,4%	237	259	5,5%	+9,4%	38	41	7,0%	+6,4%
Salamini Italiani alla Cacciatora DOP	3.572	3.537	1,8%	-1,0%	40	40	1,9%	-1,0%	50	54	1,2%	+8,3%	17	20	3,4%	+17,0%
Prosciutto Toscano DOP	4.032	3.472	1,7%	-13,9%	34	33	1,6%	-3,8%	96	94	2,0%	-2,7%	9,4	10	1,8%	+9,7%
Prosciutto di Norcia IGP	2.835	3.357	1,7%	+18,4%	26	32	1,6%	+25,8%	63	75	1,6%	+18,8%	0,0	0,0	0,0%	-
Salame Felino IGP	3.179	3.380	1,7%	+6,3%	29	30	1,5%	+6,3%	57	68	1,4%	+18,1%	8,3	8,9	1,5%	+7,2%
Cotechino Modena IGP	1.961	2.206	1,1%	+12,5%	16	18	0,9%	+10,4%	19	18	0,4%	-5,4%	0,4	0,2	0,0%	-45,4%
Altri	12.750	12.821	6,4%	+0,6%	107	111	5,4%	+3,3%	217	219	4,7%	+1,1%	16	20	3,4%	+23,5%
Totale Prodotti a base di carne DOP IGP	206.922	199.539	100%	-3,6%	2.006	2.053	100%	+2,3%	4.640	4.687	100%	+1,0%	568	586	100%	+3,1%

Per la produzione si considera la quantità certificata nell'anno solare

Tabella PC.2 impatto provinciale Prodotti a base di carne DOP IGP (2017)

PROVINCIA	REGIONE	DOP IGP	2016 (mln €)	2017 (mln €)	VAR 17/16
1° Parma	Emilia-Romagna	9	892	926	+3,8%
2° Udine	Friuli-Venezia Giulia	3	295	306	+3,6%
3° Sondrio	Lombardia	4	220	225	+2,2%
4° Bolzano/Bozen	Trentino-Alto Adige	1	100	109	+9,4%
5° Reggio nell'Emilia	Emilia-Romagna	7	99,1	94,3	-4,8%
6° Modena	Emilia-Romagna	7	73,9	70,5	-4,5%
7° Piacenza	Emilia-Romagna	8	42,6	41,0	-3,7%
8° Perugia	Umbria	2	25,8	32,4	+25,8%
9° Ravenna	Emilia-Romagna	5	31,2	29,8	-4,6%
10° Brescia	Lombardia	5	21,8	19,9	-8,4%
11° Bologna	Emilia-Romagna	6	18,0	17,2	-4,5%
12° Mantova	Lombardia	6	16,0	14,6	-8,6%
13° Cremona	Lombardia	6	15,6	14,3	-8,5%
14° Forlì-Cesena	Emilia-Romagna	5	13,9	13,5	-3,3%
15° Pavia	Lombardia	8	11,0	13,3	+20,3%
16° Arezzo	Toscana	4	11,7	13,0	+11,6%
17° Siena	Toscana	4	12,1	12,9	+6,7%
18° Pesaro e Urbino	Marche	3	8,1	9,4	+16,1%
19° Viterbo	Lazio	2	10,7	9,3	-13,0%
20° Verona	Veneto	6	10,1	6,1	-39,9%



Infografica PC.1 overview e dati produttivi Prodotti a base di carne DOP IGP (2017)

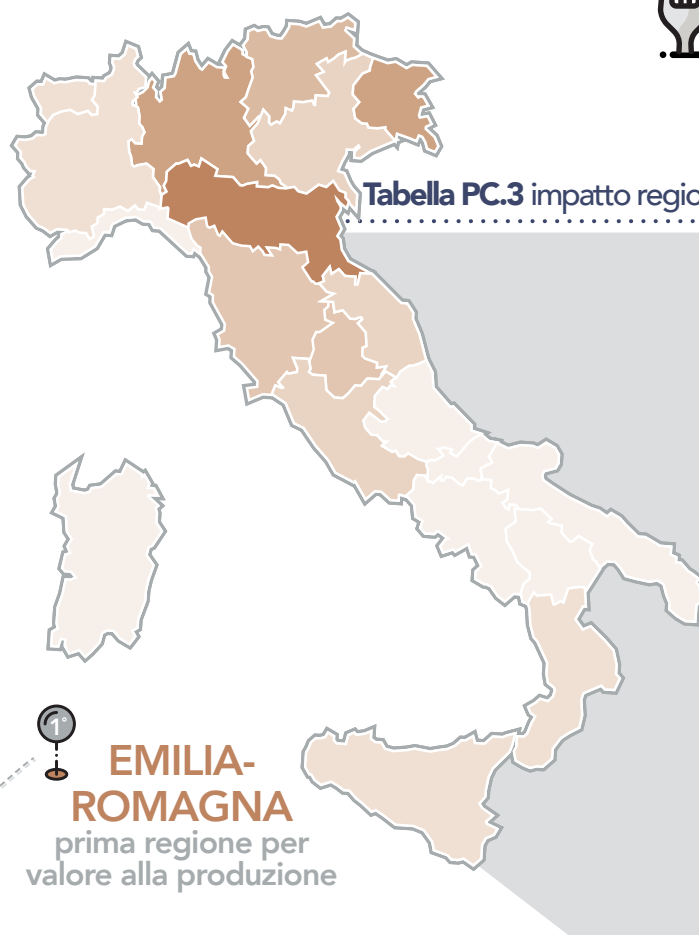
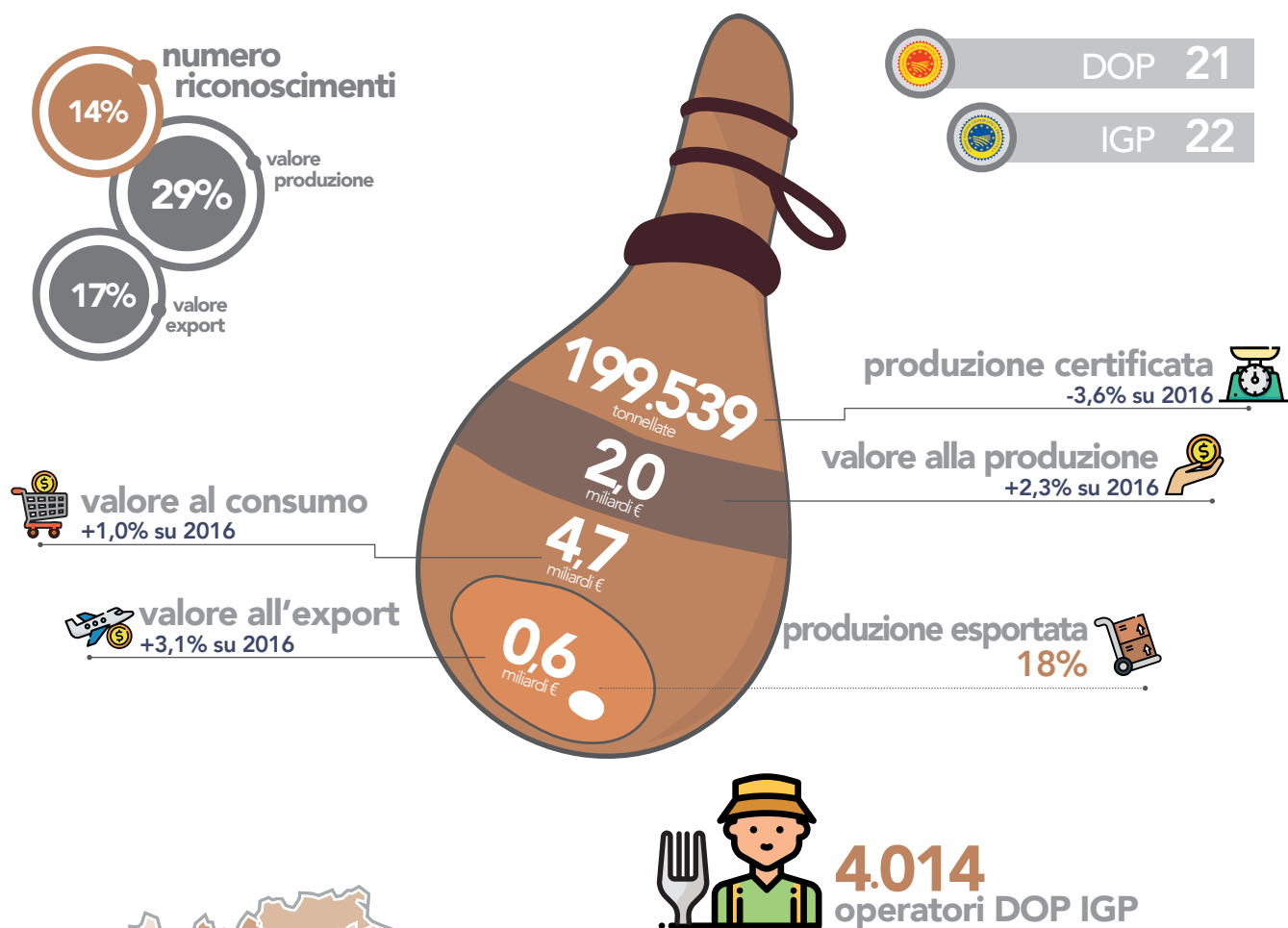


Tabella PC.3 impatto regionale Prodotti a base di carne DOP IGP (2017)

REGIONE	DOP IGP	2016 (mil. €)	2017 (mil. €)	VAR. 17/16
1° Emilia-Romagna	14	1.176	1.197	+1,7%
2° Friuli-Venezia Giulia	4	295	306	+3,6%
3° Lombardia	10	302	303	+0,3%
4° Trentino-Alto Adige	2	100	109	+9,2%
5° Toscana	6	45,5	49,7	+9,1%
6° Umbria	2	25,8	32,4	+25,8%
7° Veneto	7	22,7	18,0	-20,9%
8° Lazio	4	18,5	15,5	-16,1%
9° Marche	4	9,9	11,5	+16,6%
10° Valle d'Aosta	2	4,4	5,2	+18,8%
11° Calabria	4	3,1	3,0	-1,5%
12° Piemonte	5	2,0	1,7	-12,0%
13° Sicilia	1	1,0	1,2	+28,7%
- Abruzzo	1	0,0	0,0	-
- Basilicata	1	0,0	0,0	-
- Campania	1	0,0	0,0	-
- Liguria	0	0,0	0,0	-
- Molise	0	0,0	0,0	-
- Puglia	0	0,0	0,0	-
- Sardegna	0	0,0	0,0	-

:: Ortofrutticoli

2017 in calo per le DOP IGP nell'ortofrutta

la Nocciola del Piemonte IGP e il Pistacchio Verde di Bronte DOP, rispettivamente in terza e quarta posizione per valore, registrano aumenti significativi sia del fatturato sia delle quantità certificate; bene anche l'Arancia Rossa di Sicilia IGP e il Limone di Siracusa IGP.

la categoria è stata penalizzata dalle performance della Mela Alto Adige IGP e della Mela Val di Non DOP; in controtendenza rispetto alle "sorelle alpine", la Melannurca Campana IGP che arriva al settimo posto della Top 10.

bene soprattutto la frutta in guscio e gli agrumi

Tabella OR.1 produzione certificata e valore Ortofrutticoli DOP IGP (2017)

DENOMINAZIONE	PRODUZIONE (tonnellate)				VALORE ALLA PRODUZIONE (milioni di euro)				VALORE AL CONSUMO (milioni di euro)				VALORE ALL'EXPORT (milioni di euro)			
	2016	2017	Peso %	Var.17/16	2016	2017	Peso %	Var.17/16	2016	2017	Peso %	Var.17/16	2016	2017	Peso %	Var.17/16
Mela Alto Adige IGP	263.817	220.198	40,2%	-16,5%	132	88	30,8%	-33,2%	317	238	28,9%	-24,9%	171	119	73,8%	-30,7%
Mela Val di Non DOP	202.517	194.183	35,4%	-4,1%	75	65	22,6%	-14,0%	290	250	30,4%	-13,5%	39	30	18,9%	-22,7%
Nocciola del Piemonte IGP	4.850	6.186	1,1%	+27,5%	17	22	7,8%	+27,5%	36	47	5,7%	+29,2%	0	0	0,0%	-
Pistacchio Verde di Bronte DOP	291	319	0,1%	+9,6%	10	11	4,0%	+13,4%	11	13	1,5%	+11,0%	0	0	0,0%	-
Pomodoro di Pachino IGP	7.589	6.346	1,2%	-16,4%	10	9,3	3,3%	-8,3%	27	29	3,5%	+6,3%	0,4	0,1	0,1%	-78,1%
Basilico Genovese DOP	4.704	4.981	0,9%	+5,9%	8,1	8,6	3,0%	+5,9%	12	12	1,5%	+5,9%	0	0	0,0%	-
Melannurca Campana IGP	3.390	4.914	0,9%	+45,0%	5,3	8,6	3,0%	+61,1%	7,8	14	1,7%	+82,6%	0	0,9	0,5%	-
Cipolla Rossa di Tropea Calabria IGP	19.810	16.724	3,1%	-15,6%	8,9	8,4	2,9%	-6,2%	65	56	6,8%	-14,5%	2,8	0,0	0,0%	-100,0%
Ciliegia di Vignola IGP	1.744	2.608	0,5%	+49,5%	5,2	7,8	2,7%	+49,5%	10	16	1,9%	+49,5%	0	0	0,0%	-
Arancia Rossa di Sicilia IGP	10.954	17.158	3,1%	+56,6%	3,5	6,0	2,1%	+72,7%	19	34	4,2%	+84,3%	2,2	7,7	4,8%	+249,4%
Altri	62.714	74.417	13,6%	+18,7%	44	51	17,8%	+15,0%	98	115	14,0%	+17,2%	12	3,0	1,9%	-75,1%
Totale Ortofrutticoli DOP IGP	582.381	548.032	100%	-5,9%	320	286	100%	-10,6%	893	824	100%	-7,7%	228	161	100%	-29,6%

Per la produzione si considera la quantità certificata nell'anno solare

Tabella OR.2 impatto provinciale Ortofrutticoli DOP IGP (2017)

PROVINCIA	REGIONE	DOP IGP	2016 (mln €)	2017 (mln €)	VAR 17/16
1° Bolzano/Bozen	Trentino-Alto Adige	1	131,9	88,1	-33,2%
2° Trento	Trentino-Alto Adige	2	75,1	64,6	-14,0%
3° Catania	Sicilia	7	13,5	15,4	+14,2%
4° Cuneo	Piemonte	4	11,9	15,2	+27,5%
5° Siracusa	Sicilia	4	12,8	14,9	+16,1%
6° Modena	Emilia-Romagna	4	5,2	8,1	+56,1%
7° Napoli	Campania	5	5,9	7,2	+22,2%
8° Savona	Liguria	1	6,5	6,9	+5,9%
9° Salerno	Campania	9	7,7	6,2	-19,7%
10° Cosenza	Calabria	5	6,7	5,3	-20,9%
11° Mantova	Lombardia	2	2,9	5,1	+75,1%
12° Caserta	Campania	1	2,9	4,6	+61,1%
13° Vibo Valentia	Calabria	2	4,7	4,4	-6,4%
14° Bologna	Emilia-Romagna	9	2,6	3,1	+20,1%
15° Vercelli	Piemonte	2	1,0	2,6	+155,4%
16° Agrigento	Sicilia	3	2,2	2,6	+18,8%
17° Ferrara	Emilia-Romagna	6	2,2	2,6	+18,0%
18° Ragusa	Sicilia	3	2,4	2,5	+3,6%
19° Asti	Piemonte	1	1,9	2,4	+27,5%
20° Torino	Piemonte	3	1,9	2,4	+27,5%



Infografica OR.1 overview e dati produttivi Ortofrutticoli DOP IGP (2017)

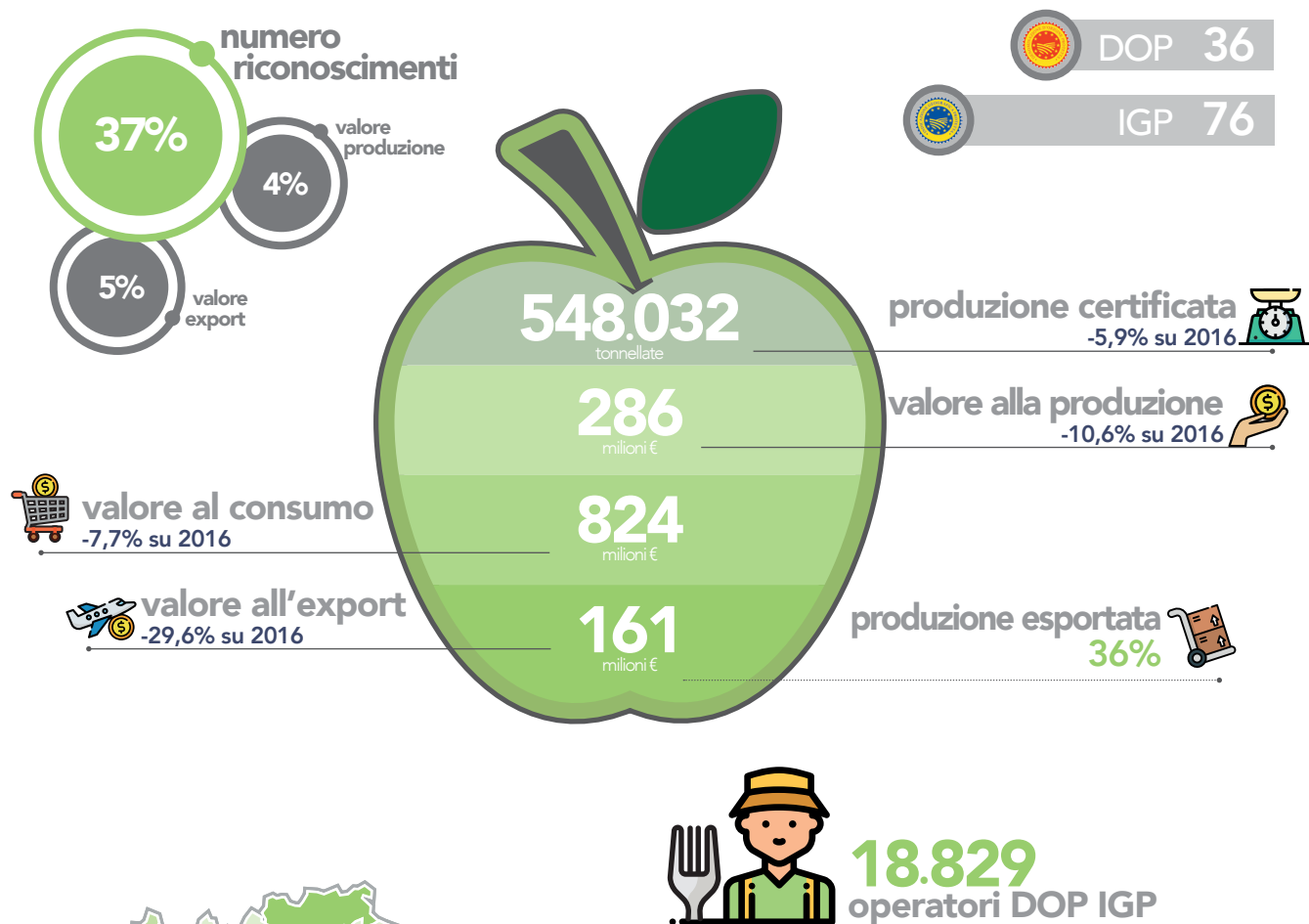


Tabella OR.3 impatto regionale Ortofrutticoli DOP IGP (2017)

REGIONE	DOP IGP	2016 (mil. €)	2017 (mil. €)	VAR. 17/16
1° Trentino-Alto Adige	3	207,0	152,7	-26,2%
2° Sicilia	16	32,1	36,6	+14,2%
3° Piemonte	6	18,4	25,1	+36,3%
4° Campania	13	17,0	18,7	+10,5%
5° Emilia-Romagna	13	11,3	15,8	+39,3%
6° Calabria	5	11,9	10,1	-14,7%
7° Liguria	1	8,1	8,6	+5,9%
8° Veneto	17	5,9	7,6	+28,9%
9° Lombardia	4	3,0	5,2	+75,8%
10° Puglia	9	1,4	1,5	+9,6%
11° Umbria	3	1,5	1,1	-29,3%
12° Lazio	9	1,5	1,0	-32,1%
13° Abruzzo	3	0,0	0,8	-
14° Toscana	8	0,6	0,5	-20,5%
15° Friuli-Venezia Giulia	1	0,4	0,3	-13,3%
16° Basilicata	5	0,0	0,3	-
17° Sardegna	1	0,1	0,2	+51,4%
18° Marche	2	0,0	0,0	-30,6%
- Molise	0	0,0	0,0	-
- Valle d'Aosta	0	0,0	0,0	-

:: Aceti Balsamici

**sempre in crescita il "balsamico"
famoso in tutto il mondo**

+2,5% per l'IGP e crescita a doppia cifra (+16% e +10%) per gli Aceti DOP; il 92% della produzione totale di Aceti Balsamici è destinata all'export per un valore che supera i 900 milioni di euro.

si concentra nelle due province di Modena e Reggio nell'Emilia il ritorno economico della categoria, per un valore all'origine di quasi 400 milioni e di un miliardo circa al consumo.

**"prodotto/distretto" con 650
operatori per 400 mln € all'origine.**

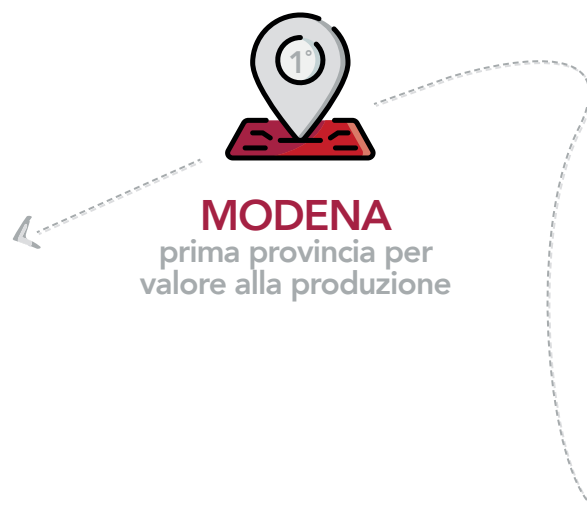
Tabella AB.1 produzione certificata e valore Aceti balsamici DOP IGP (2017)

DENOMINAZIONE	PRODUZIONE (migliaia di litri)				VALORE ALLA PRODUZIONE (milioni di euro)				VALORE AL CONSUMO (milioni di euro)				VALORE ALL'EXPORT (milioni di euro)			
	2016	2017	Peso %	Var.17/16	2016	2017	Peso %	Var.17/16	2016	2017	Peso %	Var.17/16	2016	2017	Peso %	Var.17/16
Aceto Balsamico di Modena IGP	95.147	97.548	100,0%	+2,5%	381	390	98,6%	+2,5%	951	975	97,8%	+2,5%	875	897	99,2%	+2,5%
Aceto Balsamico Tradizionale di Modena DOP	8,8	10,3	0,0%	+16,3%	4,0	4,6	1,2%	+16,3%	17,6	20,4	2,0%	+16,3%	5,8	6,8	0,7%	+16,3%
Aceto Balsamico Tradizionale di Reggio Emilia DOP	1,7	1,8	0,0%	+10,4%	0,8	0,9	0,2%	+10,4%	1,1	1,2	0,1%	+10,4%	0,4	0,4	0,0%	+10,4%
Totale Aceti Balsamici DOP IGP	95.158	97.560	100%	+2,5%	385	396	100%	+2,7%	970	997	100%	+2,8%	882	905	100%	+2,6%

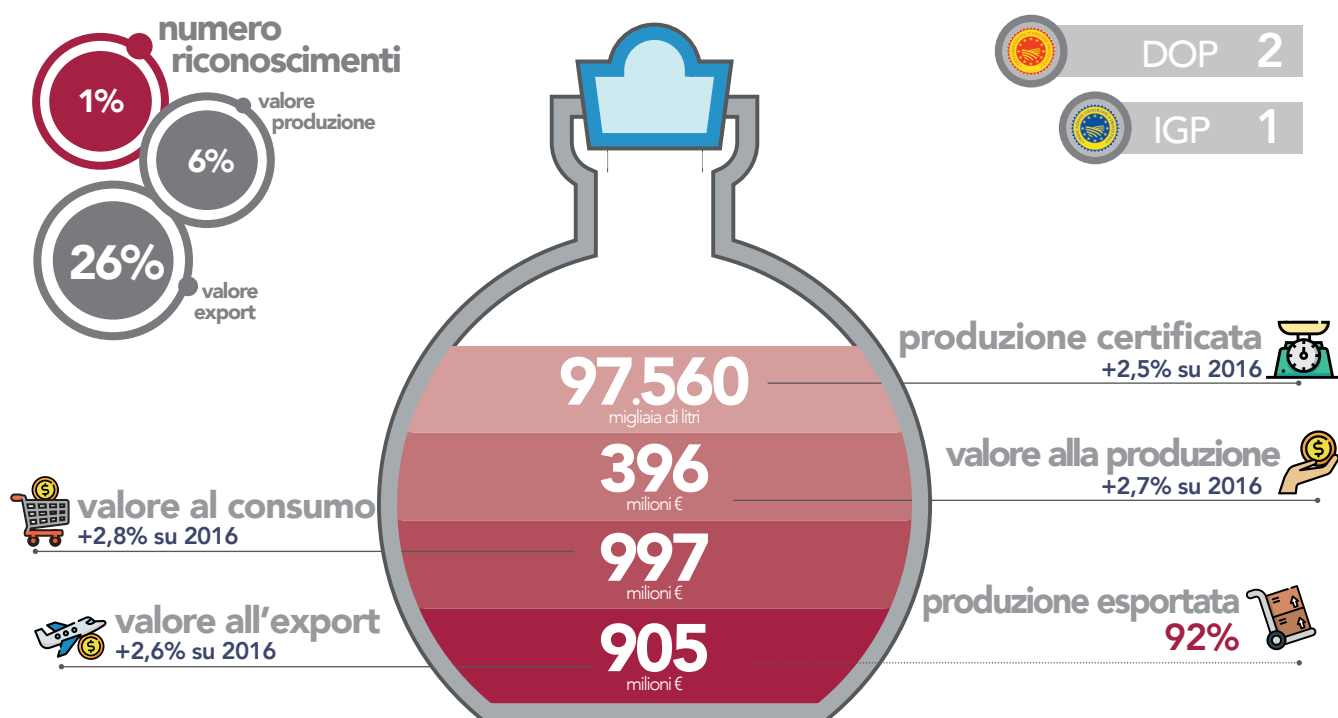
Per la produzione si considera la quantità certificata nell'anno solare

Tabella AB.2 impatto provinciale Aceti balsamici DOP IGP (2017)

PROVINCIA	REGIONE	DOP IGP	2016 (mln €)	2017 (mln €)	VAR 17/16
1° Modena	Emilia-Romagna	2	307	315	+2,7%
2° Reggio nell'Emilia	Emilia-Romagna	2	78,4	80,4	+2,6%



Infografica AB.1 overview e dati produttivi Aceti balsamici DOP IGP (2017)



650 operatori DOP IGP



Tabella AB.3 impatto regionale Aceti balsamici DOP IGP (2017)

REGIONE	DOP IGP	2016 (mil €)	2017 (mil €)	VAR. 17/16
1° Emilia-Romagna	3	385,3	395,7	+2,7%
- Abruzzo	0	0,0	0,0	-
- Basilicata	0	0,0	0,0	-
- Calabria	0	0,0	0,0	-
- Campania	0	0,0	0,0	-
- Friuli-Venezia Giulia	0	0,0	0,0	-
- Lazio	0	0,0	0,0	-
- Liguria	0	0,0	0,0	-
- Lombardia	0	0,0	0,0	-
- Marche	0	0,0	0,0	-
- Molise	0	0,0	0,0	-
- Piemonte	0	0,0	0,0	-
- Puglia	0	0,0	0,0	-
- Sardegna	0	0,0	0,0	-
- Sicilia	0	0,0	0,0	-
- Toscana	0	0,0	0,0	-
- Trentino-Alto Adige	0	0,0	0,0	-
- Umbria	0	0,0	0,0	-
- Valle d'Aosta	0	0,0	0,0	-
- Veneto	0	0,0	0,0	-

:: Oli di oliva

produzione certificata e valore alla produzione in crescita

Toscana IGP sempre primo tra le IG dell'olio fuori dai confini nazionali e buon recupero per il Terre di Bari DOP, con il differenziale di prezzo tra i due prodotti molto significativo; i volumi esportati rappresentano circa la metà della produzione.

quantità certificate tornate sopra le 10 mila tonnellate, +1,3% sul 2016: il 2017 ha visto una crescita piuttosto significativa del Terre di Bari DOP che è tornata prima, davanti al Toscano IGP; esordio positivo per il Sicilia IGP.

export del comparto IG in lieve flessione

Tabella OL.1 produzione certificata e valore Oli di oliva DOP IGP (2017)

DENOMINAZIONE	PRODUZIONE (tonnellate)				VALORE ALLA PRODUZIONE (milioni di euro)				VALORE AL CONSUMO (milioni di euro)				VALORE ALL'EXPORT (milioni di euro)			
	2016	2017	Peso %	Var.17/16	2016	2017	Peso %	Var.17/16	2016	2017	Peso %	Var.17/16	2016	2017	Peso %	Var.17/16
Terra di Bari DOP - Olio EVO	2.444	3.876	37,7%	+58,6%	10,0	21,2	29,2%	+112,3%	20,2	33,3	29,0%	+65,2%	10,0	19,5	34,8%	+95,9%
Toscana IGP - Olio EVO	2.556	2.081	20,2%	-18,6%	20,4	16,7	23,0%	-18,57%	35,8	29,1	25,3%	-18,6%	28,6	23,3	41,6%	-18,6%
Val di Mazara DOP - Olio EVO	1.634	1.082	10,5%	-33,8%	9,8	6,0	8,2%	-39,3%	13,1	7,6	6,6%	-42,1%	5,9	2,3	4,1%	-61,4%
Umbria DOP - Olio EVO	410	455	4,4%	+11,1%	4,9	5,5	7,5%	+11,1%	7,4	9,1	7,9%	+23,4%	1,4	1,9	3,4%	+32,9%
Riviera Ligure DOP - Olio EVO	582	326	3,2%	-44,0%	5,8	3,8	5,3%	-34,2%	10,5	5,9	5,1%	-44,0%	0,6	0,3	0,6%	-49,1%
Garda DOP - Olio EVO	238	262	2,6%	+10,3%	2,7	3,1	4,3%	+15,1%	7,1	7,9	6,8%	+10,3%	2,8	2,9	5,1%	+1,3%
Monti Iblei DOP - Olio EVO	215	298	2,9%	+38,6%	1,7	2,0	2,7%	+17,5%	2,7	3,9	3,4%	+44,3%	1,7	2,0	3,6%	+22,2%
Sicilia IGP - Olio EVO	15	329	3,2%	+2134%	0,0	2,0	2,7%	-	0,0	0,0	0,0%	-	0,0	0,0	0,0%	-
Valli Trapanesi DOP - Olio EVO	387	257	2,5%	-33,8%	1,8	1,7	2,4%	-2,1%	4,5	3,1	2,7%	-31,0%	0,8	0,6	1,0%	-32,1%
Chianti Classico DOP - Olio EVO	113	87	0,8%	-22,7%	2,0	1,1	1,6%	-44,1%	2,8	1,6	1,4%	-44,3%	2,0	1,3	2,3%	-35,6%
Altri	1.565	1.239	12,0%	-20,8%	10,8	9,4	13,0%	-13,2%	15,3	13,6	11,8%	-10,8%	2,5	2,0	3,5%	-21,1%
Totale oli di oliva DOP IGP	10.160	10.293	100%	+1,3%	70,0	72,5	100%	+3,5%	119	115	100%	-3,5%	56,4	56,1	100%	-0,6%

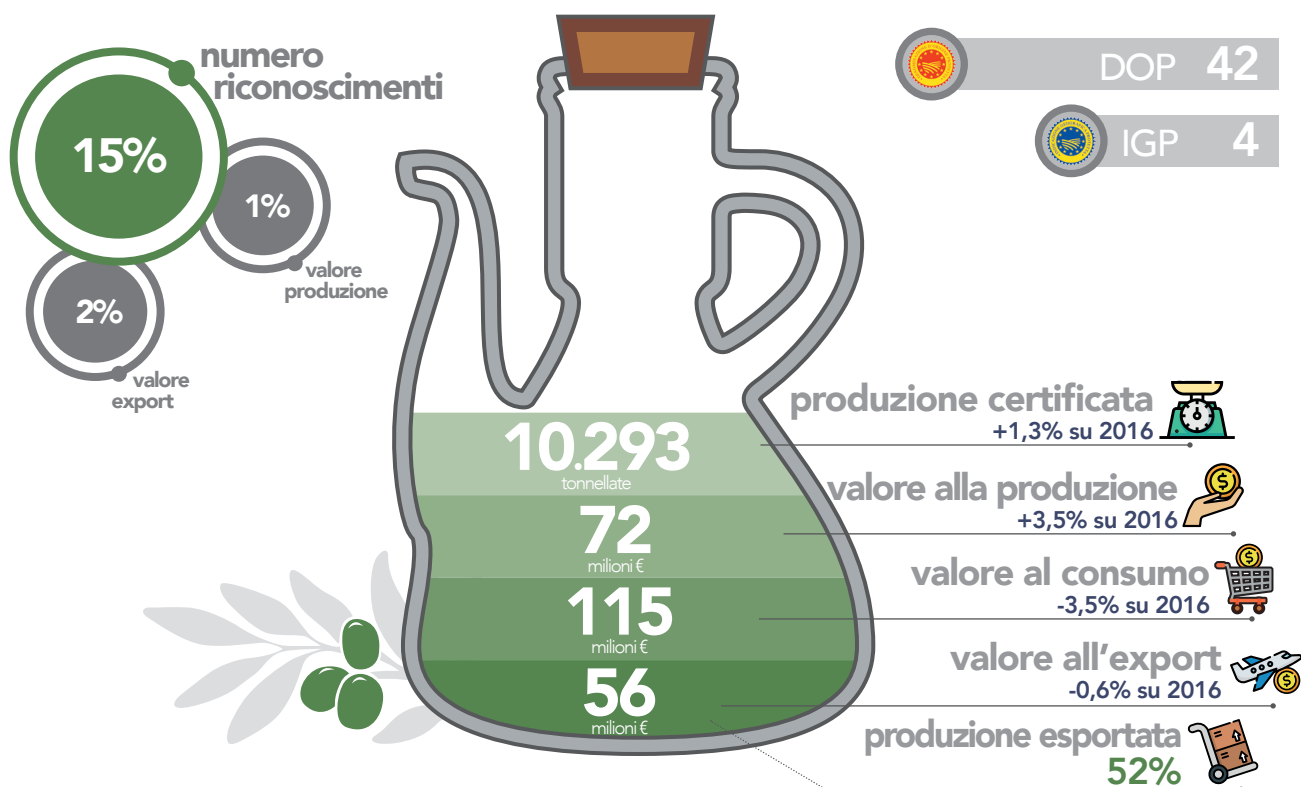
Per la produzione si considera la quantità certificata nell'anno solare

Tabella OL.2 impatto provinciale Oli di oliva DOP IGP (2017)

PROVINCIA	REGIONE	DOP IGP	2016 (mln €)	2017 (mln €)	VAR 17/16
1° Bari	Puglia	1	6,2	13,2	+112,3%
2° Barletta-Andria-Trani	Puglia	1	3,7	8,0	+112,3%
3° Grosseto	Toscana	2	9,4	7,7	-18,6%
4° Agrigento	Sicilia	2	5,4	4,4	-18,7%
5° Imperia	Liguria	1	5,5	3,6	-34,2%
6° Firenze	Toscana	2	4,7	3,5	-25,4%
7° Perugia	Umbria	1	3,0	3,4	+11,1%
8° Palermo	Sicilia	2	4,4	2,9	-33,8%
9° Verona	Veneto	2	2,0	2,8	+42,2%
10° Trapani	Sicilia	3	2,5	2,6	+1,0%
11° Siena	Toscana	3	2,9	2,2	-25,2%
12° Terni	Umbria	1	1,9	2,1	+11,1%
13° Livorno	Toscana	1	2,5	2,1	-18,6%
14° Ragusa	Sicilia	2	1,1	1,3	+20,3%
15° Salerno	Campania	2	0,8	1,2	+55,7%
16° Pistoia	Toscana	1	1,2	0,9	-18,6%
17° Pisa	Toscana	1	1,0	0,8	-18,6%
18° Brescia	Lombardia	2	1,1	0,8	-29,1%
19° Foggia	Puglia	1	0,01	0,7	+7570%
20° Arezzo	Toscana	1	0,8	0,7	-18,6%

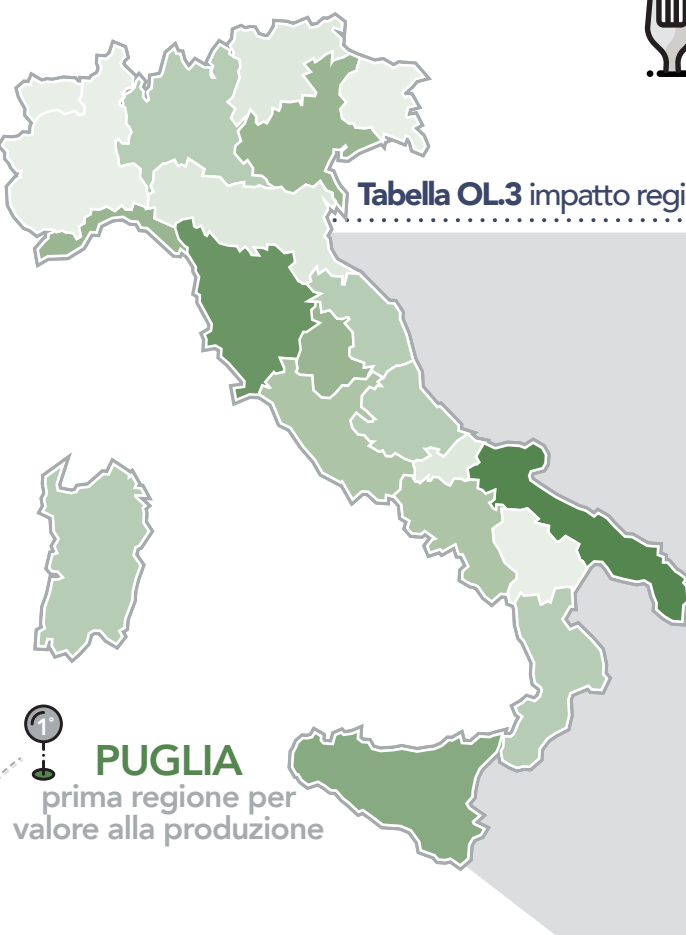


Infografica OL.1 overview e dati produttivi Oli di oliva DOP IGP (2017)



 **21.881**
operatori DOP IGP

Tabella OL.3 impatto regionale Oli di oliva DOP IGP (2017)



REGIONE	DOP IGP	2016 (min €)	2017 (min €)	VAR. 17/16
1° Puglia	5	10,8	22,4	+108,3%
2° Toscana	5	22,7	18,0	-20,8%
3° Sicilia	7	14,3	12,2	-14,4%
4° Umbria	1	4,9	5,5	+11,1%
5° Liguria	1	5,8	3,8	-34,2%
6° Veneto	2	2,0	2,9	+43,1%
7° Lazio	4	2,6	1,7	-35,1%
8° Campania	5	1,0	1,5	+50,9%
9° Lombardia	2	1,3	0,9	-28,7%
10° Abruzzo	3	0,5	0,8	+62,4%
11° Sardegna	1	1,0	0,8	-21,6%
12° Calabria	4	1,5	0,7	-54,7%
13° Emilia-Romagna	2	0,4	0,5	+20,5%
14° Trentino-Alto Adige	1	0,2	0,4	+130,2%
15° Marche	2	0,2	0,2	+24,1%
16° Molise	1	0,1	0,2	+85,5%
17° Friuli-Venezia Giulia	1	0,02	0,04	+93,8%
18° Basilicata	1	0,02	0,03	+47,6%
- Piemonte	0	0,0	0,0	-
- Valle d'Aosta	0	0,0	0,0	-

:: Carni fresche

più valore all'origine per le IG malgrado i minor volumi

+184% di esportazioni sul 2016: i mercati esteri sono divenuti più raggiungibili anche grazie a tecniche innovative di packaging del prodotto che ne facilitano conservabilità e preparazione.

sfiati gli 88 milioni di euro di valore all'origine, per un +1,4% rispetto al 2016; l'aumento dei prezzi medi alla produzione ha permesso ai fatturati di migliorare malgrado la contrazione complessiva del volume di prodotto certificato.

in aumento l'export di carni ovine certificate

Tabella CF.1 produzione certificata e valore Carni fresche DOP IGP (2017)

DENOMINAZIONE	PRODUZIONE (tonnellate)				VALORE ALLA PRODUZIONE (milioni di euro)				VALORE AL CONSUMO (milioni di euro)				VALORE ALL'EXPORT (milioni di euro)			
	2016	2017	Peso %	Var.17/16	2016	2017	Peso %	Var.17/16	2016	2017	Peso %	Var.17/16	2016	2017	Peso %	Var.17/16
Vitellone Bianco dell'Appennino Centrale IGP	7.676	7.314	52,8%	-4,7%	44,5	44,6	50,9%	+0,2%	134	128	65,6%	-4,7%	0	0	0,0%	-
Agnello di Sardegna IGP	4.094	4.067	29,3%	-0,7%	26,6	26,2	29,9%	-1,2%	34,8	38,6	19,8%	+11,0%	3,5	7,6	76,6%	+117,9%
Abbacchio Romano IGP	1.469	1.518	11,0%	+3,3%	10,7	11,5	13,2%	+7,8%	18,9	16,7	8,6%	-11,7%	0,0	2,3	23,4%	-
Agnello del Centro Italia IGP	425	477	3,4%	+12,2%	2,7	3,0	3,5%	+14,0%	3,8	4,2	2,2%	+11,6%	0	0	0,0%	-
Cinta Senese DOP	429	486	3,5%	+13,4%	1,9	2,2	2,5%	+13,7%	6,6	7,5	3,8%	+12,8%	0	0	0,0%	-
Vitelloni Piemontesi della Coscia IGP*	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Totale carni fresche DOP IGP	14.093	13.862	100%	-1,6%	86,4	87,6	100%	+1,4%	198	195	100%	-1,7%	3,5	9,9	100%	+184,2%

Per la produzione si considera la quantità certificata nell'anno solare

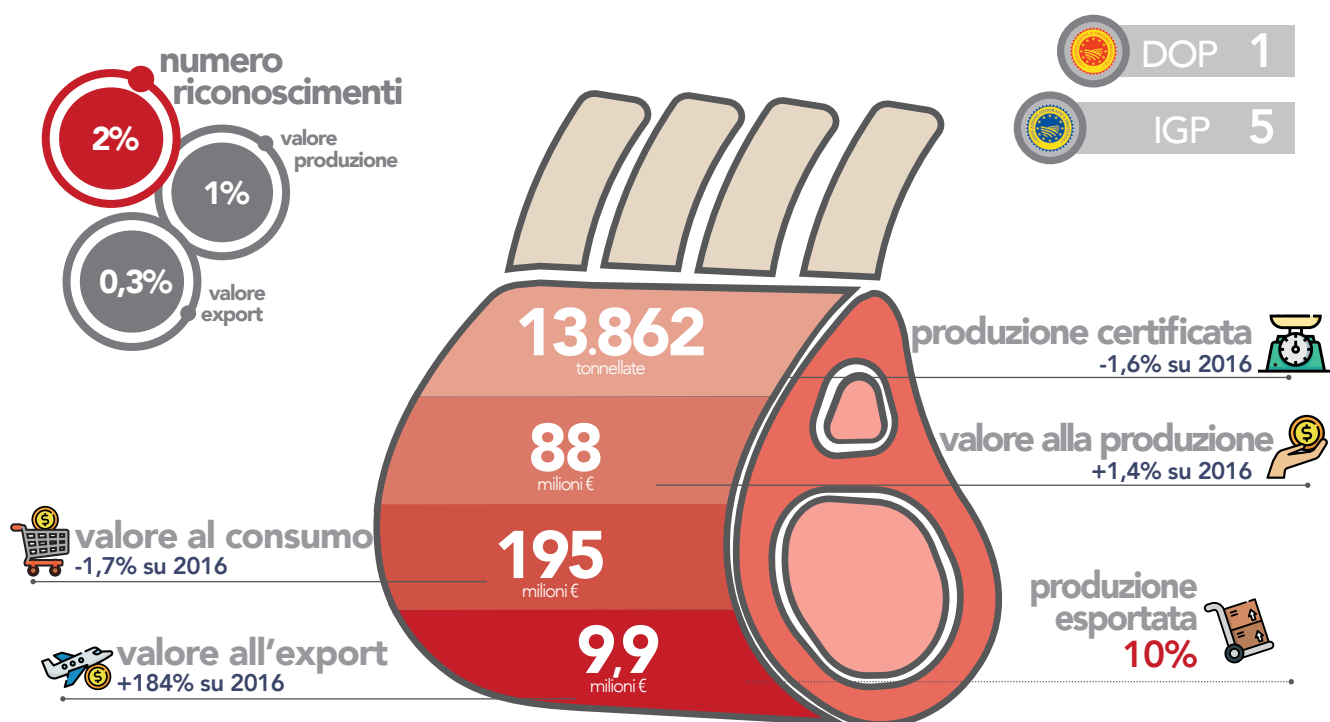
*Prodotto registrato nel 2017

Tabella CF.2 impatto provinciale Carni fresche DOP IGP (2017)

PROVINCIA	REGIONE	DOP IGP	2016 (mln €)	2017 (mln €)	VAR 17/16
1° Viterbo	Lazio	3	8,2	8,6	+5,4%
2° Sassari	Sardegna	1	8,0	7,9	-1,2%
3° Nuoro	Sardegna	1	7,4	7,3	-1,2%
4° Perugia	Umbria	2	7,5	7,3	-2,4%
5° Oristano	Sardegna	1	4,8	4,8	-1,2%
6° Forlì-Cesena	Emilia-Romagna	2	2,1	4,2	+100,4%
7° Arezzo	Toscana	3	5,1	3,6	-27,9%
8° Cagliari	Sardegna	1	3,4	3,4	-1,2%
9° Benevento	Campania	1	2,8	3,2	+16,2%
10° Macerata	Marche	2	2,8	3,1	+11,4%
11° Sud Sardegna	Sardegna	1	2,9	2,9	-1,2%
12° Siena	Toscana	3	3,7	2,9	-22,7%
13° Pesaro e Urbino	Marche	2	2,4	2,7	+10,8%
14° Roma	Lazio	3	2,6	2,5	-2,4%
15° Terni	Umbria	2	2,5	2,4	-2,4%
16° Grosseto	Toscana	3	3,0	2,3	-24,5%
17° Rimini	Emilia-Romagna	2	1,1	2,1	+100,4%
18° Ancona	Marche	2	1,8	2,0	+10,8%
19° Bologna	Emilia-Romagna	2	0,9	1,8	+100,4%
20° Teramo	Abruzzo	2	1,6	1,6	-1,8%



Infografica CF.1 overview e dati produttivi Carni fresche DOP IGP (2017)



9.513 operatori DOP IGP

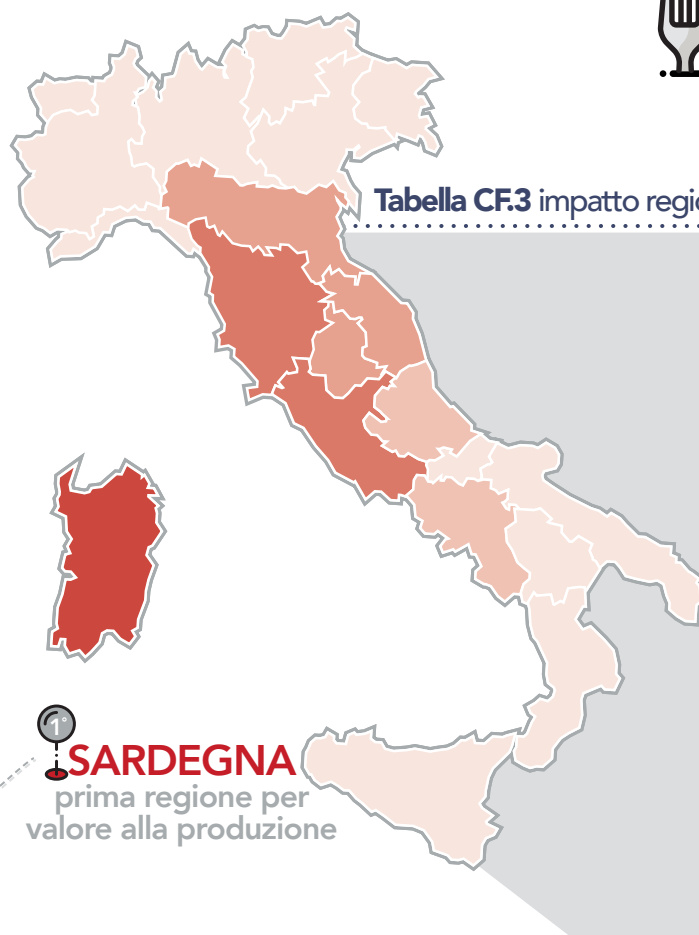


Tabella CF.3 impatto regionale Carni fresche DOP IGP (2017)

REGIONE	DOP IGP	2016 (mil. €)	2017 (mil. €)	VAR. 17/16
1° Sardegna	1	26,6	26,2	-1,2%
2° Toscana	3	16,8	12,4	-26,1%
3° Lazio	3	12,1	12,2	+0,8%
4° Umbria	2	10,0	9,8	-2,4%
5° Emilia-Romagna	2	4,8	9,5	+100,4%
6° Marche	2	8,2	9,1	+11,2%
7° Abruzzo	2	4,5	4,4	-1,5%
8° Campania	1	3,3	3,9	+16,2%
9° Molise	1	0,1	0,04	-66,6%
- Liguria	1	0,0	0,0	-
- Piemonte	1	0,0	0,0	-
- Basilicata	0	0,0	0,0	-
- Calabria	0	0,0	0,0	-
- Friuli-Venezia Giulia	0	0,0	0,0	-
- Lombardia	0	0,0	0,0	-
- Puglia	0	0,0	0,0	-
- Sicilia	0	0,0	0,0	-
- Trentino-Alto Adige	0	0,0	0,0	-
- Valle d'Aosta	0	0,0	0,0	-
- Veneto	0	0,0	0,0	-

:: Altre categorie



ancora in crescita le produzioni di pane, pasta e derivati

umentano ancora i quantitativi di Ricotta Romana DOP (quasi 220mila le tonnellate registrate nel 2017); exploit per la Ricotta di Bufala Campana DOP (70mila tonnellate per una crescita del 203% sul 2016).

la Piadina Romagnola IGP non smette di crescere (14mila tonnellate, +13%); molto bene anche pani e prodotti dolciari della Toscana - Pane Toscano DOP, Cantuccini Toscani IGP, Ricciarelli di Siena IGP, Panforte di Siena IGP; conferme dalla Pasta di Gragnano IGP (+7% il valore all'origine).

le ricotte DOP continuano a erodere quote di mercato

il crescente interesse per lo zafferano giova alle DOP

cresce lo Zafferano dell'Aquila DOP (+70% valore alla produzione); bene anche lo Zafferano di Sardegna DOP che registra un aumento del +22% sia nelle quantità che nel fatturato; ancora considerevoli le possibilità di crescita.

Tabella AC.1 produzione certificata e valore Altre categorie DOP IGP STG (2017)

	PRODUZIONE (kg)			VALORE ALLA PRODUZIONE (.000 €)		
	2016	2017	VAR.17/16	2016	2017	VAR.17/16
 PASTE ALIMENTARI						
Pasta di Gragnano IGP	31.724.538	30.819.464	-2,9%	106.912	114.648	+7,2%
Pizzoccheri della Valtellina IGP	-	1.657.309	-	-	nd	-
Maccheroncini di Campofilone IGP	86.202	73.563	-14,7%	nd	nd	-
Cappellacci di zucca ferraresi IGP	3.131	50.468	+1511,9%	nd	nd	-
Culurgionis d'Ogliastro IGP	-	-	-	-	-	-
TOTALE PASTE ALIMENTARI IG	31.813.871	32.600.803	+2,5%	106.912	114.648	+7,2%
 ALTRI PRODOTTI DI ORIGINE ANIMALE						
Ricotta Romana DOP	204.433	219.514	+7,4%	1.022	1.098	+7,4%
Ricotta di Bufala Campana DOP	23.276	70.454	+202,7%	105	317	+202,7%
Miele della Lunigiana DOP	50.165	59.693	+19,0%	682	812	+19,0%
Miele Varesino DOP	3.133	270	-91,4%	31	3	-91,4%
Miele delle Dolomiti Bellunesi DOP	504	100	-80,2%	4	0,8	-80,2%
TOTALE ALTRI PRODOTTI DI ORIGINE ANIMALE IG	281.510	350.031	+24,3%	1.840	2.226	+21,0%
 ALTRI PRODOTTI (SPEZIE)						
Sale Marino di Trapani IGP	363.860	1.186.840	+226,2%	364	1.187	+226,2%
Zafferano dell'Aquila DOP	15,4	18,0	+16,6%	139	234	+68,4%
Zafferano di Sardegna DOP	3,8	4,6	+22,2%	38	25	-34,9%
Zafferano di San Gimignano DOP	1,1	0,8	-26,2%	50	20	-60,6%
Liquirizia di Calabria DOP	13.501	16.588	+22,9%	135	166	+22,9%
TOTALE ALTRI PRODOTTI (SPEZIE) IG	363.880	1.186.863	+226,2%	726	1.631	+124,7%
 PESCI, MOLLUSCHI, CROSTACEI						
Cozza di Scardovari DOP	7.555	24.371	+222,6%	7	22	+222,6%
Tinca Gobba Dorata del Pinalto di Poirino DOP	172	175	+1,6%	3	3	+1,6%
Trote del Trentino IGP	11.760	160.093	+1261,3%	nd	nd	-
Acciughe Sotto Sale del Mar Ligure IGP	350	0	-100,0%	nd	-	-
Salmerino del Trentino IGP	0	0	-	-	-	-
TOTALE PESCI, MOLLUSCHI, CROSTACEI IG	12.110	160.093	+1222,0%	7	22	+222,6%
 OLI ESSENZIALI						
Bergamotto di Reggio Calabria - Olio Essenziale DOP	200	56	-72,0%	17	5	-72,0%
 PRODOTTI PANETTERIA E PASTICCERIA						
Piadina Romagnola IGP	12.244.000	13.856.926	+13,2%	nd	nd	-
Cantuccini Toscani IGP	385.183	1.587.362	+312,1%	nd	nd	-
Pane Toscano DOP	227.005	804.561	+254,4%	nd	nd	-
Pane di Altamura DOP	440.357	426.380	-3,2%	nd	nd	-
Pane Casareccio di Genzano IGP	357.900	420.090	+17,4%	nd	nd	-
Ricciarelli di Siena IGP	76.052	139.170	+83,0%	nd	nd	-
Panforte di Siena IGP	34.725	91.376	+163,1%	nd	nd	-
Focaccia di Recco col Formaggio IGP	45.989	90.006	+95,7%	nd	nd	-
Pampapato di Ferrara IGP	22.097	22.071	-0,1%	nd	nd	-
Pagnotta del Dittaino DOP	1.023	15.463	+1411,6%	nd	nd	-
Torrone di Bagnara IGP	2.122	3.156	+48,7%	nd	nd	-
Coppia Ferrarese IGP	-	-	-	-	-	-
Pane di Matera IGP	0	0	-	-	-	-
TOTALE PRODOTTI PANETTERIA E PASTICCERIA IG	13.836.453	17.456.560	+26,2%	-	-	-
 SPECIALITÀ TRADIZIONALI GARANTITE						
Mozzarella STG	1.751.310	1.653.294	-5,6%	11.874	11.735	-1,2%
Pizza Napoletana STG	-	-	-	-	-	-

Per la produzione si considera la quantità certificata nell'anno solare

WINE

dati produttivi 2017



comparto Wine 2017

dati export Wine

3

:: comparto Wine 2017

produzione 2017 in lieve calo per i vini DOP IGP (-0,6%)

nel 2017 il valore della produzione di vino sfuso IG, secondo stime Ismea, è salito a 3,4 miliardi di euro (+2,9%) mentre l'imbottigliato ex fabbrica ha raggiunto gli 8,3 miliardi (+2%) sul 2016.

domanda estera dinamica ancora bene gli spumanti

la continua crescita del Prosecco fa da locomotiva a tutto il sistema delle DOP. Le bollicine veneto-friulane nel 2017 hanno raggiunto i 3,2 milioni di ettolitri di prodotto certificato (+5,5%).

produzione DOP e IGP vicina ai 25 milioni di ettolitri, un -0,6% annuo frutto di tendenze opposte: le DOP hanno superato 15 milioni di ettolitri (+5,8%) e le IGP si sono fermate a 9,4 (-9,6%). Per le IGP sono scesi gli imbottigliamenti (-11,5%), mentre le esportazioni sfuse sono salite a 1,2 milioni di ettolitri (+6,3%).

più valore per le produzioni certificate DOP IGP

sono 15 i milioni di ettolitri di vino IG esportati nel 2017, di cui 8,2 milioni di vini DOP. Il valore all'export appannaggio dei vini IG è stato di 5,26 miliardi di euro (+5,8%) su un totale di oltre 6 miliardi incassati dal vino italiano nel suo complesso (6,7%).

il Prosecco continua a trainare i vini DOP

Tabella 3.1 produzione certificata e valore dei vini DOP IGP sfusi

	PRODUZIONE (migliaia di ettolitri)				VALORE VINO SFUSO (milioni di euro)			
	2016	2017	Peso %	Var.17/16	2016	2017	Peso %	Var.17/16
DOP								
Prosecco DOP	3.059	3.226	21,1%	+5,5%	629	631	23,8%	+0,3%
Conegliano Valdobbiadene – Prosecco DOP	673	669	4,4%	-0,5%	161	184	6,9%	+14,0%
Asti DOP	643	666	4,4%	+3,5%	103	107	4,0%	+4,0%
Amarone della Valpolicella DOP	98	121	0,8%	+23,4%	83	103	3,9%	+23,4%
Alto Adige DOP	271	307	2,0%	+13,2%	82	100	3,8%	+22,3%
Chianti Classico DOP	431	417	2,7%	-3,0%	112	98	3,7%	-12,6%
Barolo DOP	97	108	0,7%	+11,6%	79	89	3,3%	+12,3%
Valpolicella Ripasso DOP	155	215	1,4%	+39,2%	63	86	3,2%	+35,9%
Chianti DOP	750	751	4,9%	+0,2%	87	81	3,1%	-6,7%
Brunello di Montalcino DOP	68	71	0,5%	+4,4%	61	72	2,7%	+18,3%
Altri vini DOP	8.214	8.749	57,2%	+6,5%	1.049	1.105	41,6%	+5,3%
Totale vini DOP	14.458	15.301	100%	+5,8%	2.509	2.655	100%	+5,8%
IGP								
Delle Venezie IGP	1.658	1.185	14,4%	-28,5%	169	114	19,6%	-32,7%
Terre Siciliane IGP	1.309	1.308	15,9%	-0,1%	82	107	18,4%	+29,9%
Veneto IGP	1.236	989	12,0%	-20,0%	101	79	13,6%	-21,9%
Toscana IGP	506	565	6,9%	+11,7%	40	45	7,8%	+13,9%
Emilia IGP	968	989	12,0%	+2,1%	38	42	7,3%	+11,2%
Salento IGP	491	410	5,0%	-16,4%	33	28	4,9%	-15,2%
Puglia IGP	817	649	7,9%	-20,5%	33	27	4,7%	-16,6%
Vigneti delle Dolomiti IGP	194	215	2,6%	+10,8%	22	24	4,1%	+10,8%
Rubicone IGP	544	521	6,3%	-4,2%	22	22	3,9%	+0,9%
Provincia di Pavia IGP	298	305	3,7%	+2,3%	15	15	2,6%	+3,6%
Altri vini IGP	1.293	1.105	13,4%	-14,6%	90	76	13,1%	-15,6%
Totale vini IGP	9.314	8.240*	100%	-11,5%	645	580	100%	-10,0%

*Per ottenere il totale della produzioni IGP pari a 9,4 mln ettolitri, al dato in tabella deve essere aggiunto il volume delle IGP esportate sfuse pari a 1,2 milioni di ettolitri

Infografica 3.1 overview e dati produttivi Vini DOP IGP (2017)

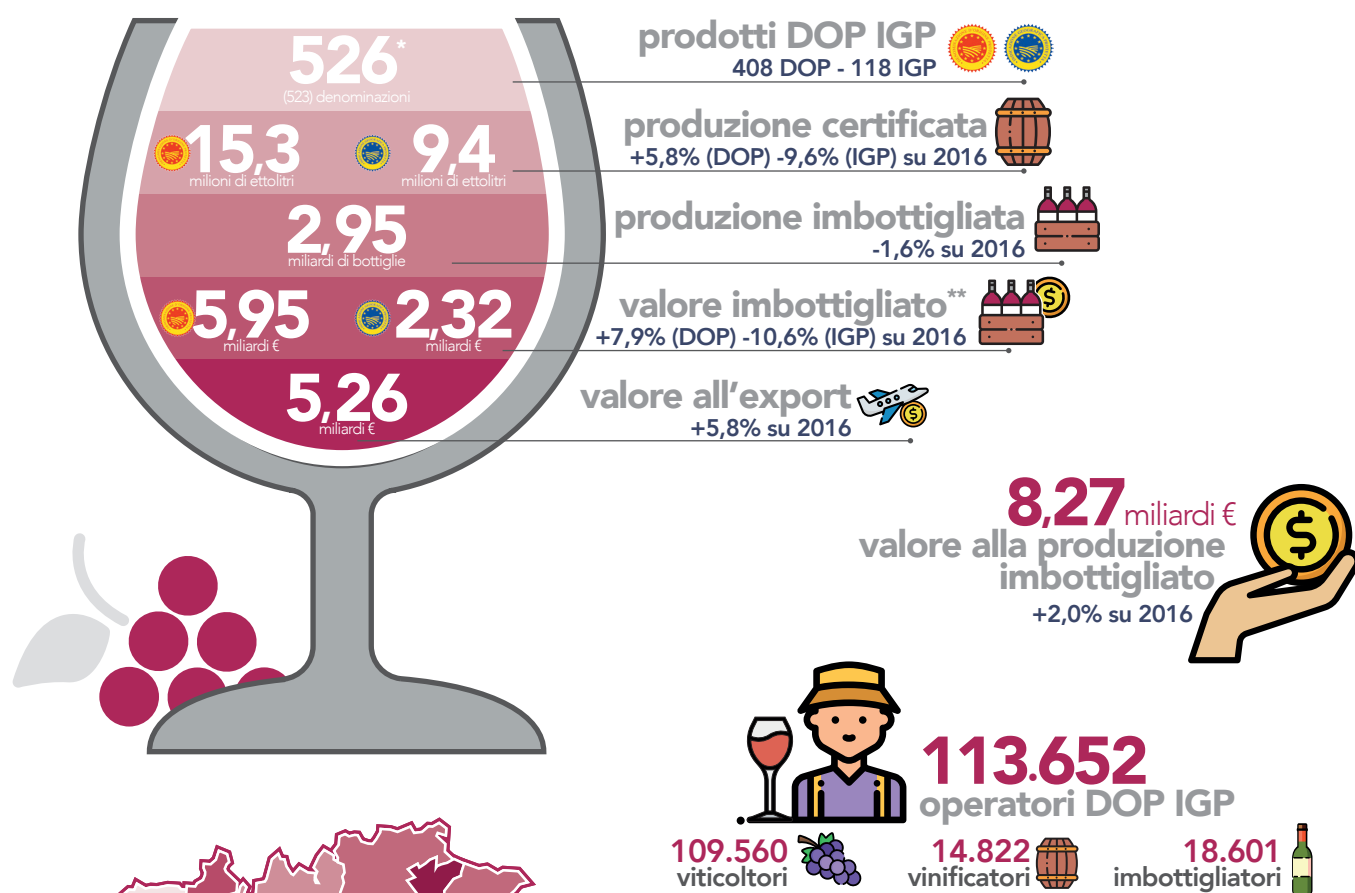


Tabella 3.2 impatto regionale Vini DOP IGP (2017)

REGIONE	DOP IGP	2016 (mln €)	2017 (mln €)	VAR. 17/16
1° Veneto	53	3.236	3.131	-3,2%
2° Toscana	58	893	926	+3,7%
3° Piemonte	59	771	881	+14,2%
4° Sicilia	31	422	550	+30,3%
5° Trentino-Alto Adige	13	491	542	+10,4%
6° Friuli-Venezia Giulia	19	568	507	-10,7%
7° Emilia-Romagna	30	356	389	+9,3%
8° Lombardia	42	308	330	+7,1%
9° Puglia	38	323	294	-8,9%
10° Abruzzo	17	215	214	-0,2%
11° Sardegna	33	89	107	+20,5%
12° Campania	29	94	100	+6,2%
13° Marche	21	100	82	-17,6%
14° Lazio	36	59	74	+25,9%
15° Umbria	21	86	70	-18,9%
16° Liguria	12	19	20	+4,0%
17° Calabria	19	19	19	+2,3%
18° Basilicata	6	7	14	+97,3%
19° Valle d'Aosta	1	8	10	+23,7%
20° Molise	6	8	8	-0,5%

→ primi prodotti per valore vino sfuso

Prosecco DOP
Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOP
Delle Venezie IGP
Asti DOP
Terre Siciliane IGP
Amarone della Valpolicella DOP
Alto Adige DOP
Chianti Classico DOP

* Oltre alle 523 denominazioni registrate a livello europeo, si considerano anche le 4 autorizzazioni a livello nazionale all'etichettatura transitoria (ai sensi dell'Art. 72 del Reg. 607/2009) e la cancellazione di una denominazione.
** Il valore imbottigliato del 2016 è stato aggiornato sulla base della metodologia messa a punto nel 2017 (vd. Nota Metodologica).

:: dati export Wine

Infografica 3.2 esportazioni italiane di vini DOP IGP

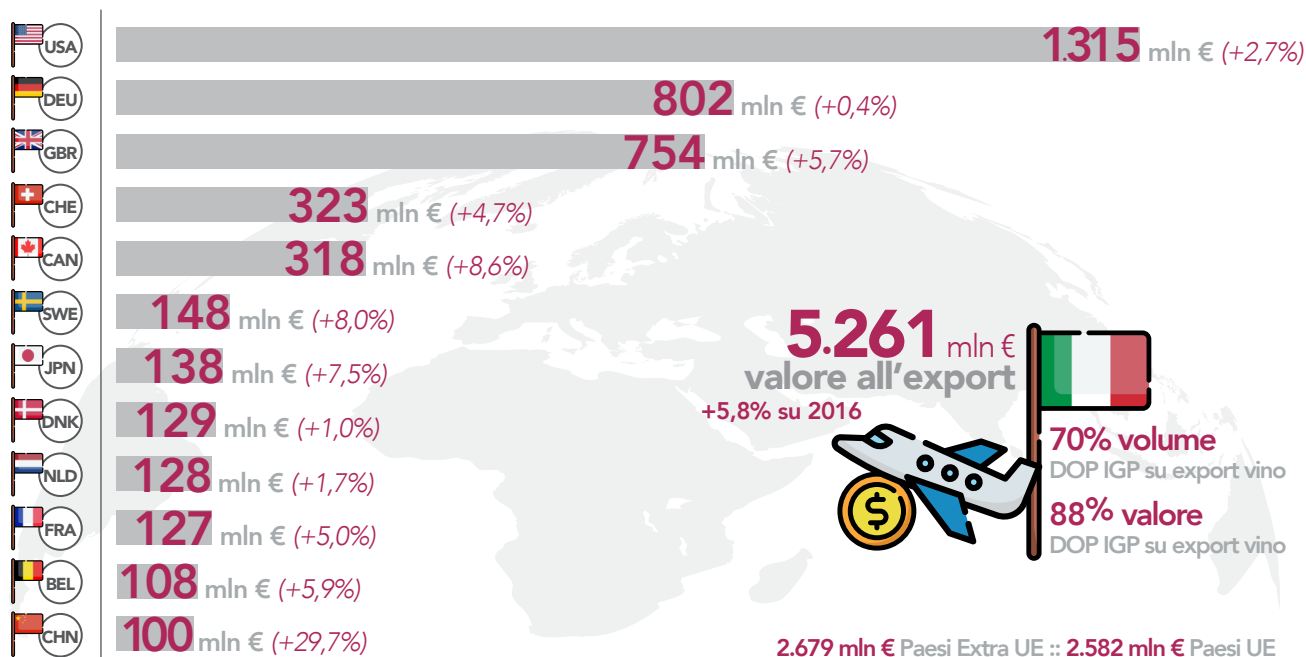
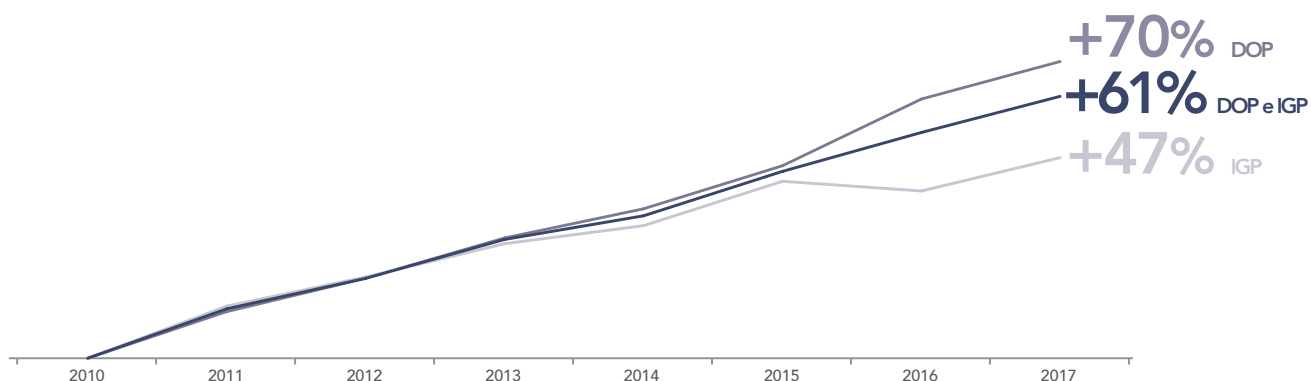


Tabella 3.3 esportazioni italiane di vini DOP IGP

	VOLUME (migliaia di ettolitri)			VALORE (milioni di euro)			VALORE MEDIO (euro / litro)		
	2016	2017	Var. 17/16	2016	2017	Var. 17/16	2016	2017	Var. 17/16
DOP	8.028	8.186	+2,0%	3.295	3.484	+5,7%	4,10	4,26	+3,7%
FERMI	4.768	4.618	-3,1%	2.104	2.131	+1,3%	4,41	4,61	+4,6%
FRIZZANTI	603	603	0,0%	164	177	+8,1%	2,72	2,94	+8,1%
SPUMANTI	2.657	2.964	+11,6%	1.028	1.175	+14,4%	3,87	3,97	+2,5%
IGP	6.610	6.854	+3,7%	1.677	1.777	+6,0%	2,54	2,59	+2,2%
FERMI	5.772	5.985	+3,7%	1.503	1.595	+6,1%	2,60	2,66	+2,3%
FRIZZANTI	708	757	+6,9%	145	156	+7,5%	2,05	2,06	+0,6%
SPUMANTI	131	113	-13,2%	28	27	-6,7%	2,18	2,35	+7,5%
Totale vini DOP IGP	14.639	15.040	+2,7%	4.972	5.261	+5,8%	3,40	3,50	+3,0%
Altri*	6.005	6.437	+7,2%	655	744	+13,5%	1,09	1,16	+5,9%

* Nella voce "Altri" sono inclusi i vini comuni, mosti e i vini varietali

Infografica 3.3 trend valore all'export vini DOP IGP 2010-2017



Dati economici territoriali



impatto territoriale

schede regionali

4

:: impatto territoriale

tutte le province italiane hanno ritorno economico dalle IG

non esiste neanche una provincia in Italia in cui non vi sia una ricaduta economica delle filiere IG: un sistema che coinvolge capillarmente il Paese anche se è forte la concentrazione del valore.

nei territori del nord Italia si concentra la gran parte dei distretti più rilevanti economicamente: Veneto, Emilia-Romagna, Lombardia e Piemonte fanno il 65% del comparto nazionale DOP IGP.

le prime 4 regioni generano i 2/3 del valore complessivo IG

Infografica 4.1 impatto economico regionale prodotti DOP IGP STG (Food e Wine)

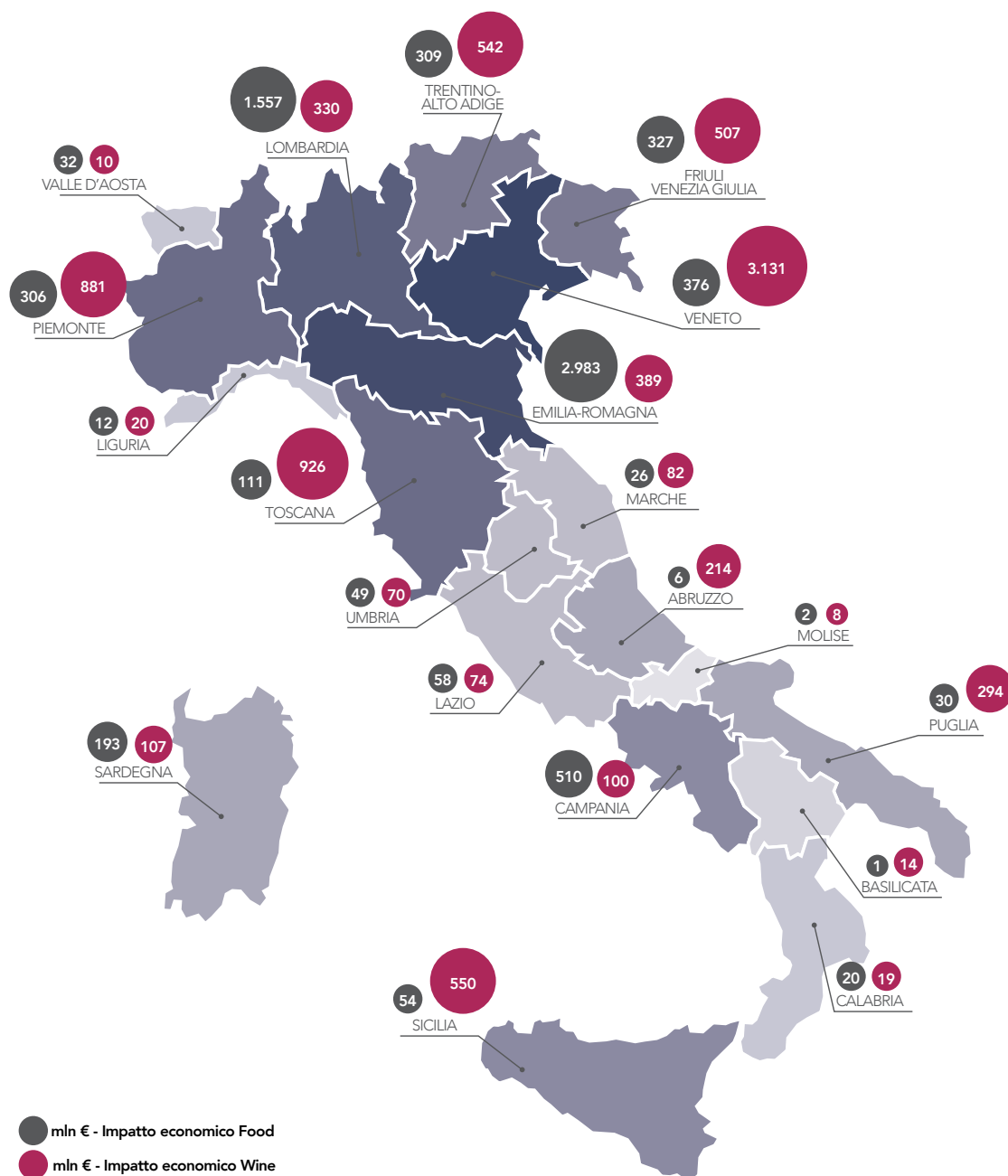


Tabella 4.1 classifica regioni per impatto economico prodotti DOP IGP STG (Food e Wine)

REGIONE	FOOD		WINE		TOTALE		
	2016 (mln €)	2017 (mln €)	2016 (mln €)	2017 (mln €)	2016 (mln €)	2017 (mln €)	VAR. 17/16
1° Veneto	394	376	3.236	3.131	3.629	3.508	-3,3%
2° Emilia-Romagna	2.737	2.983	356	389	3.092	3.371	+9,0%
3° Lombardia	1.506	1.557	308	330	1.815	1.887	+4,0%
4° Piemonte	268	306	771	881	1.040	1.187	+14,1%
5° Toscana	117	111	893	926	1.010	1.038	+2,7%
6° Trentino-Alto Adige	355	309	491	542	846	852	+0,7%
7° Friuli-Venezia Giulia	318	327	568	507	886	834	-5,9%
8° Campania	476	510	94	100	570	610	+6,9%
9° Sicilia	50	54	422	550	472	604	+28,0%
10° Puglia	19	30	323	294	342	324	-5,2%
11° Sardegna	290	193	89	107	379	300	-20,6%
12° Abruzzo	5,1	6,2	215	214	220	220	+0,3%
13° Lazio	68	58	59	74	127	132	+4,2%
14° Umbria	42	49	86	70	129	119	-7,6%
15° Marche	24	26	100	82	124	108	-12,6%
16° Valle d'Aosta	29	32	8,3	10	38	42	+11,6%
17° Calabria	23	20	19	19	42	39	-6,0%
18° Liguria	14	12	19	20	33	32	-2,3%
19° Basilicata	1,3	1,4	7,0	14	8,3	15	+84,1%
20° Molise	1,0	1,7	8,0	8,0	9,0	9,6	+6,4%

Tabella 4.2 classifica regioni per impatto economico prodotti DOP IGP STG (Food)



REGIONE	2016 (mln €)	2017 (mln €)	VAR. 17/16
1° Emilia-Romagna	2.737	2.983	+9,0%
2° Lombardia	1.506	1.557	+3,4%
3° Campania	476	510	+7,1%
4° Veneto	394	376	-4,4%
5° Friuli-Venezia Giulia	318	327	+2,8%
6° Trentino-Alto Adige	355	309	-12,7%
7° Piemonte	268	306	+14,0%
8° Sardegna	290	193	-33,3%
9° Toscana	117	111	-5,0%
10° Lazio	68	58	-14,5%
11° Sicilia	50	54	+8,7%
12° Umbria	42	49	+15,4%
13° Valle d'Aosta	29	32	+8,2%
14° Puglia	19	30	+55,8%
15° Marche	24	26	+8,3%
16° Calabria	23	20	-13,0%
17° Liguria	14	12	-10,8%
18° Abruzzo	5,1	6,2	+21,6%
19° Molise	1,0	1,7	+59,3%
20° Basilicata	1,3	1,4	+12,0%

Tabella 4.3 classifica regioni per impatto economico prodotti DOP IGP (Wine)



REGIONE	2016 (mln €)	2017 (mln €)	VAR. 17/16
1° Veneto	3.236	3.131	-3,2%
2° Toscana	893	926	+3,7%
3° Piemonte	771	881	+14,2%
4° Sicilia	422	550	+30,3%
5° Trentino-Alto Adige	491	542	+10,4%
6° Friuli-Venezia Giulia	568	507	-10,7%
7° Emilia-Romagna	356	389	+9,3%
8° Lombardia	308	330	+7,1%
9° Puglia	323	294	-8,9%
10° Abruzzo	215	214	-0,2%
11° Sardegna	89	107	+20,5%
12° Campania	94	100	+6,2%
13° Marche	100	82	-17,6%
14° Lazio	59	74	+25,9%
15° Umbria	86	70	-18,9%
16° Liguria	19	20	+4,0%
17° Calabria	19	19	+2,3%
18° Basilicata	7,0	14	+97,3%
19° Valle d'Aosta	8,3	10	+23,7%
20° Molise	8,0	8,0	-0,5%

Tabella 4.4 classifica prime 20 province per impatto economico prodotti DOP IGP STG (Food e Wine)

PROVINCIA	REGIONE	FOOD		WINE		TOTALE		
		2016 (mln €)	2017 (mln €)	2016 (mln €)	2017 (mln €)	2016 (mln €)	2017 (mln €)	VAR. 17/16
1° Parma	Emilia-Romagna	1.275	1.384	27	30	1.301	1.414	+8,6%
2° Verona	Veneto	75	69	942	918	1.017	987	-3,0%
3° Treviso	Veneto	35	35	802	845	837	880	+5,2%
4° Modena	Emilia-Romagna	628	684	70	76	698	760	+8,9%
5° Cuneo	Piemonte	182	205	416	485	598	690	+15,5%
6° Reggio nell'Emilia	Emilia-Romagna	534	603	37	41	571	644	+12,7%
7° Vicenza	Veneto	181	174	507	462	689	636	-7,6%
8° Udine	Friuli-Venezia Giulia	309	319	347	308	656	627	-4,5%
9° Brescia	Lombardia	422	430	131	154	553	585	+5,7%
10° Bolzano/Bozen	Trentino-Alto Adige	246	212	220	270	467	482	+3,2%
11° Padova	Veneto	66	62	434	404	499	466	-6,6%
12° Siena	Toscana	25	24	407	426	432	449	+4,1%
13° Mantova	Lombardia	384	407	18	17	402	424	+5,6%
14° Trento	Trentino-Alto Adige	108	97	271	273	379	370	-2,3%
15° Belluno	Veneto	26	26	291	271	317	297	-6,4%
16° Sondrio	Lombardia	234	239	14,4	14	248	253	+2,2%
17° Piacenza	Emilia-Romagna	185	187	59	65	244	252	+3,2%
18° Caserta	Campania	219	235	4,4	5,1	223	240	+7,5%
19° Cremona	Lombardia	222	227	0,0	0,0	222	227	+2,1%
20° Asti	Piemonte	2,8	3,4	186	204	188	207	+9,9%

Tabella 4.5 classifica prime 20 province per impatto economico prodotti DOP IGP STG (Food)

PROVINCIA	REGIONE	2016 (mln €)	2017 (mln €)	VAR. 17/16
1° Parma	Emilia-Romagna	1.275	1.384	+8,6%
2° Modena	Emilia-Romagna	628	684	+9,0%
3° Reggio nell'Emilia	Emilia-Romagna	534	603	+12,9%
4° Brescia	Lombardia	422	430	+2,0%
5° Mantova	Lombardia	384	407	+6,1%
6° Udine	Friuli-Venezia Giulia	309	319	+3,1%
7° Sondrio	Lombardia	234	239	+2,4%
8° Caserta	Campania	219	235	+7,3%
9° Cremona	Lombardia	222	227	+2,1%
10° Bolzano/Bozen	Trentino-Alto Adige	246	212	-14,0%
11° Cuneo	Piemonte	182	205	+12,9%
12° Piacenza	Emilia-Romagna	185	187	+0,9%
13° Vicenza	Veneto	181	174	-3,8%
14° Napoli	Campania	125	135	+8,4%
15° Salerno	Campania	128	135	+5,0%
16° Trento	Trentino-Alto Adige	108	97	-9,9%
17° Lodi	Lombardia	89	90	+2,1%
18° Sassari	Sardegna	118	76	-35,4%
19° Verona	Veneto	75	69	-8,9%
20° Novara	Piemonte	57	65	+14,1%

Tabella 4.6 classifica prime 20 province per impatto economico prodotti DOP IGP (Wine)

PROVINCIA	REGIONE	2016 (mln €)	2017 (mln €)	VAR. 17/16
1° Verona	Veneto	942	918	-2,5%
2° Treviso	Veneto	802	845	+5,3%
3° Cuneo	Piemonte	416	485	+16,6%
4° Vicenza	Veneto	507	462	-8,9%
5° Siena	Toscana	407	426	+4,6%
6° Padova	Veneto	434	404	-6,8%
7° Udine	Friuli-Venezia Giulia	347	308	-11,4%
8° Trento	Trentino-Alto Adige	271	273	+0,7%
9° Belluno	Veneto	291	271	-6,9%
10° Bolzano/Bozen	Trentino-Alto Adige	220	270	+22,3%
11° Asti	Piemonte	186	204	+9,7%
12° Firenze	Toscana	193	182	-5,7%
13° Venezia	Veneto	186	175	-5,8%
14° Alessandria	Piemonte	134	155	+15,5%
15° Brescia	Lombardia	131	154	+17,6%
16° Messina	Sicilia	102	139	+36,9%
17° Pavia	Lombardia	136	138	+1,1%
18° Lecce	Puglia	157	137	-13,0%
19° Pordenone	Friuli-Venezia Giulia	125	110	-12,1%
20° Palermo	Sicilia	78	107	+36,6%

Tabella 4.7 impatto economico territoriale prodotti DOP IGP STG (Food e Wine)

REGIONI E PROVINCE	FOOD		WINE		TOTALE	
	2016 (mln €)	2017 (mln €)	2016 (mln €)	2017 (mln €)	2017 (mln €)	VAR. 17/16
1° - VENETO	394	376	3.236	3.131	3.508	-3,3%
Verona	75,5	68,7	941,5	917,9	986,6	-3%
Treviso	34,9	35,3	801,8	844,6	879,9	+5%
Vicenza	181,2	174,3	507,3	462,0	636,3	-8%
Padova	65,6	62,3	433,6	404,0	466,3	-7%
Belluno	26,3	26,3	290,8	270,6	296,9	-6%
Venezia	5,4	5,4	186,0	175,2	180,5	-6%
Rovigo	4,6	4,2	74,7	57,2	61,4	-23%
2° - EMILIA-ROMAGNA	2.737	2.983	356	389	3.371	+9,0%
Parma	1.274,7	1.384,1	26,7	29,8	1.414,0	+9%
Modena	627,9	684,1	70,0	76,1	760,2	+9%
Reggio nell'Emilia	533,8	603,0	37,5	41,0	644,0	+13%
Piacenza	185,3	186,9	58,8	64,9	251,9	+3%
Bologna	51,4	57,7	57,1	65,5	123,2	+14%
Forlì-Cesena	17,4	19,3	40,0	42,3	61,6	+7%
Ravenna	34,5	34,6	24,3	25,5	60,2	+2%
Rimini	2,6	3,9	27,8	28,2	32,1	+5%
Ferrara	9,1	9,1	13,7	15,3	24,3	+7%
3° - LOMBARDIA	1.506	1.557	308	330	1.887	+4,0%
Brescia	422,0	430,3	131,2	154,2	584,5	+6%
Mantova	383,8	407,2	18,0	17,1	424,3	+6%
Sondrio	233,6	239,2	14,4	14,2	253,4	+2%
Cremona	222,3	227,0	0,0	0,0	227,0	+2%
Pavia	32,6	35,7	136,0	137,5	173,2	+3%
Lodi	88,5	90,3	0,7	0,6	90,9	+2%
Bergamo	53,9	55,3	7,4	5,9	61,2	-0%
Milano	48,9	50,9	0,3	0,3	51,2	+4%
Como	8,8	8,7	0,2	0,2	8,8	-1%
Lecco	4,4	4,6	0,1	0,1	4,6	+3%
Varese	4,2	4,2	0,1	0,1	4,3	+2%
Monza e della Brianza	3,2	3,4	0,0	0,0	3,4	+6%
4° - PIEMONTE	268	306	771	881	1.187	+14,1%
Cuneo	181,6	205,1	416,2	485,4	690,5	+15%
Asti	2,8	3,4	185,5	203,5	206,9	+10%
Alessandria	2,5	3,0	134,1	154,9	157,9	+16%
Novara	57,3	65,4	7,0	7,6	73,0	+13%
Torino	3,9	4,3	21,1	21,4	25,7	+3%
Verbania-Cusio-Ossola	13,5	15,4	0,1	0,0	15,4	+13%
Vercelli	3,6	5,5	6,6	6,8	12,3	+22%
Biella	3,0	3,7	0,9	1,1	4,8	+25%
5° - TOSCANA	117	111	893	926	1.038	+2,7%
Siena	24,5	23,6	407,2	425,8	449,4	+4%
Firenze	12,4	11,2	192,9	181,8	192,9	-6%
Grosseto	37,6	34,8	56,8	64,4	99,2	+5%
Arezzo	17,7	17,5	59,0	59,8	77,2	+1%
Pisa	8,9	8,6	52,6	54,1	62,7	+2%
Livorno	4,3	3,4	48,6	58,5	61,9	+17%
Pistoia	6,1	6,0	28,4	29,4	35,4	+3%
Lucca	1,1	1,1	21,5	24,6	25,8	+14%
Massa-Carrara	4,1	4,7	10,6	12,1	16,8	+14%
Prato	0,7	0,8	15,4	15,6	16,4	+2%
6° - TRENTINO-ALTO ADIGE	355	309	491	542	852	+0,7%
Bolzano/Bozen	246,4	212,0	220,5	269,6	481,6	+3%
Trento	108,2	97,4	270,6	272,5	370,0	-2%
7° - FRIULI VENEZIA GIULIA	318	327	568	507	834	-5,9%
Udine	309,2	318,9	347,1	307,6	626,5	-5%
Pordenone	7,5	7,0	125,0	109,8	116,8	-12%
Gorizia	1,0	0,9	82,5	77,4	78,3	-6%
Trieste	0,0	0,0	13,4	12,1	12,2	-9%
8° - CAMPANIA	476	510	94	100	610	+6,9%
Caserta	219,1	235,1	4,4	5,1	240,1	+7%
Napoli	124,5	134,9	7,5	7,4	142,4	+8%
Salerno	128,3	134,7	5,8	6,2	141,0	+5%
Benevento	3,7	4,4	55,4	59,0	63,4	+7%
Avellino	0,5	0,5	21,1	22,3	22,8	+6%

REGIONI E PROVINCE	FOOD		WINE		TOTALE	
	2016 (mln €)	2017 (mln €)	2016 (mln €)	2017 (mln €)	2017 (mln €)	VAR. 17/16
9° - SICILIA	50	54	422	550	604	+28,0%
Messina	1,0	1,3	101,6	139,0	140,4	+37%
Palermo	4,5	3,1	78,0	106,5	109,6	+33%
Catania	13,8	15,7	61,3	83,6	99,3	+32%
Trapani	4,2	4,7	68,1	66,7	71,4	-1%
Agrigento	7,7	7,1	40,4	55,3	62,5	+30%
Siracusa	13,4	15,5	20,4	27,5	43,0	+28%
Caltanissetta	0,0	0,1	21,3	29,0	29,1	+37%
Enna	0,7	1,3	18,6	25,4	26,7	+39%
Ragusa	4,5	5,2	12,1	16,4	21,6	+30%
10° - PUGLIA	20	30	323	294	324	-5,2%
Lecce	0,6	0,4	157,3	136,9	137,2	-13%
Taranto	1,4	1,1	71,4	72,3	73,4	+1%
Brindisi	0,2	0,1	44,4	42,4	42,6	-5%
Foggia	5,3	5,4	39,6	32,0	37,5	-17%
Bari	7,8	14,7	3,1	3,9	18,5	+70%
Barletta-Andria-Trani	3,8	8,1	7,3	6,9	14,9	+35%
11° - SARDEGNA	290	193	89	107	300	-20,6%
Sassari	118,1	76,3	35,7	40,4	116,7	-24%
Nuoro	59,9	40,8	11,6	15,0	55,8	-22%
Sud Sardegna	33,4	22,6	23,0	29,2	51,8	-8%
Oristano	28,1	19,6	15,7	19,0	38,6	-12%
Cagliari	50,3	34,1	2,8	3,5	37,6	-29%
12° - ABRUZZO	5	6	215	214	220	+0,3%
Chieti	0,8	0,7	94,8	95,2	95,9	+0%
Pescara	1,5	1,6	42,9	43,1	44,7	+1%
Teramo	1,7	1,9	40,4	40,1	41,9	-0%
L'Aquila	1,1	2,0	36,6	35,8	37,9	+0%
13° - LAZIO	68	58	59	74	132	+4,2%
Roma	9,7	8,2	35,4	49,1	57,3	+27%
Viterbo	24,5	22,3	8,3	8,7	31,0	-5%
Frosinone	11,5	9,6	6,7	7,1	16,7	-8%
Latina	14,8	12,3	4,1	4,4	16,7	-12%
Rieti	7,7	5,7	4,1	4,5	10,3	-13%
14° - UMBRIA	42	49	86	70	119	-7,6%
Perugia	37,8	44,2	49,5	38,7	82,8	-5%
Terni	4,4	4,5	36,9	31,5	36,0	-13%
15° - MARCHE	24	26	100	82	108	-12,6%
Ancona	2,2	2,5	43,7	40,1	42,6	-7%
Pesaro e Urbino	16,5	17,5	12,7	9,3	26,8	-8%
Macerata	3,3	3,7	21,9	16,0	19,8	-22%
Ascoli Piceno	1,7	2,0	12,7	9,9	11,9	-18%
Fermo	0,3	0,3	8,6	6,8	7,1	-20%
16° - VALLE D'AOSTA	29	32	8	10	42	+11,6%
Valle d'Aosta/ Vallée d'Aoste	29,3	31,7	8,3	10,3	42,0	+12%
17° - CALABRIA	23	20	19	19	39	-6,0%
Cosenza	12,2	9,9	3,1	3,1	13,0	-15%
Crotone	0,1	0,1	11,5	11,9	12,0	+4%
Reggio di Calabria	4,4	4,3	1,8	1,9	6,2	-1%
Vibo Valentia	4,9	4,6	0,8	0,8	5,3	-6%
Catanzaro	1,1	0,9	1,9	1,8	2,7	-9%
18° - LIGURIA	14	12	19	20	32	-2,3%
Savona	6,6	7,0	7,0	7,8	14,7	+8%
La Spezia	0,1	0,1	7,4	7,4	7,5	-0%
Imperia	6,2	4,4	2,5	2,6	7,0	-21%
Genova	1,0	1,0	1,8	1,8	2,8	+1%
19° - BASILICATA	1	1	7	14	15	+84,1%
Potenza	1,2	1,3	6,5	12,5	13,8	+78%
Matera	0,1	0,2	0,5	1,4	1,6	+169%
20° - MOLISE	1	2	8	8	10	+6,4%
Campobasso	0,9	1,1	7,1	7,4	8,5	+6%
Isernia	0,2	0,6	0,9	0,6	1,1	+11%

:: Abruzzo

12° regione per impatto



6.007
operatori DOP IGP
1.282 food
4.725 wine

220 milioni €
valore alla produzione
+0,3% su 2016
1,4% peso su totale Italia



10 food

6,2 milioni €
valore alla produzione

0,1%
quota valore IG Italia
(diciottesima regione impatto economico)

L'AQUILA (1° - 2,0 mln €)

TERAMO (2° - 1,9 mln €)

PESCARA (3° - 1,6 mln €)

17 wine



214 milioni €
valore alla produzione

2,6%
quota valore IG Italia
(decima regione impatto economico)

(95,2 mln € - **1° CHIETI**)

(43,1 mln € - **2° PESCARA**)

(40,1 mln € - **3° TERAMO**)

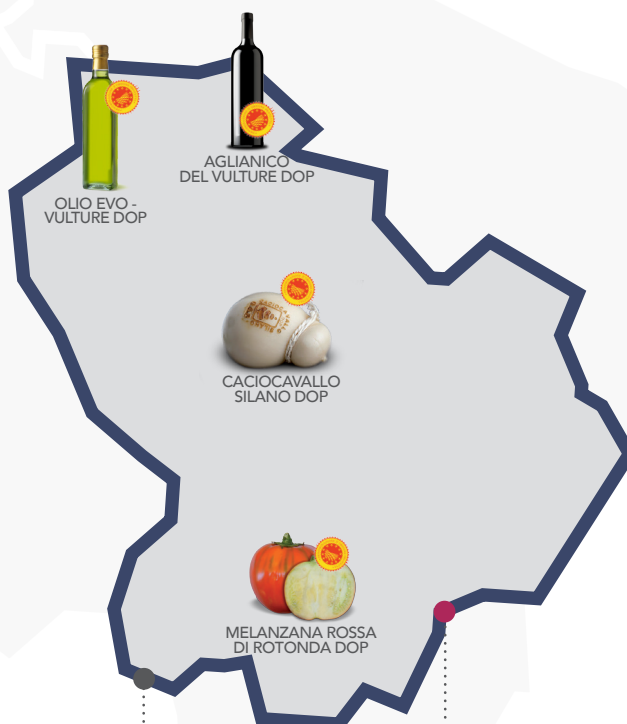
:: Basilicata

19° regione per impatto



464
operatori DOP IGP
140 food
324 wine

15 milioni €
valore alla produzione
+84,1% su 2016
0,1% peso su totale Italia



11 food

1,4 milioni €
valore alla produzione

0,02%
quota valore IG Italia
(ventesima regione impatto economico)

POTENZA (1° - 1,3 mln €)

MATERA (2° - 0,2 mln €)

6 wine



14 milioni €
valore alla produzione

0,2%
quota valore IG Italia
(diciottesima regione impatto economico)

(12,5 mln € - **1° POTENZA**)

(1,4 mln € - **2° MATERA**)

:: Calabria

17° regione per impatto



1.601
operatori DOP IGP
959 food
642 wine

39 milioni €
valore alla produzione
-6,0% su 2016
0,3% peso su totale Italia



18 food

20 milioni €
valore alla produzione

0,3%
quota valore IG Italia
(sedicesima regione impatto economico)

COSENZA (1° - 9,9 mln €)

VIBO VALENTIA (2° - 4,6 mln €)

REGGIO DI CALABRIA (3° - 4,3 mln €)

19 wine

19 milioni €
valore alla produzione

0,2%
quota valore IG Italia
(diciassettesima regione impatto economico)

(11,9 mln € - **1° CROTONE**

(3,1 mln € - **2° COSENZA**

(1,9 mln € - **3° REGGIO DI CALABRIA**

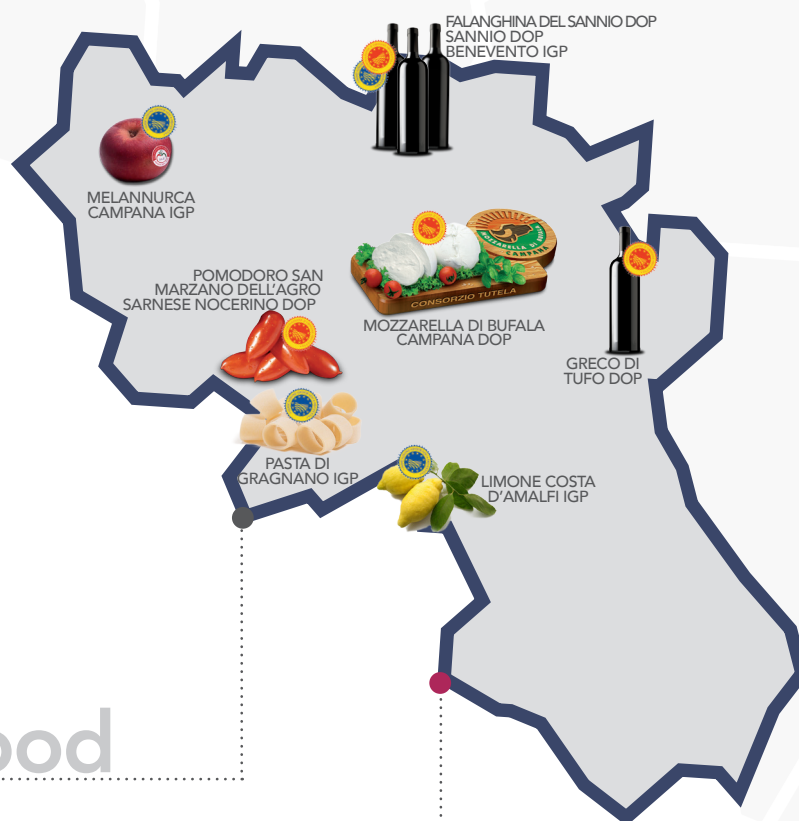
:: Campania

8° regione per impatto



7.184
operatori DOP IGP
3.321 food
3.863 wine

610 milioni €
valore alla produzione
+6,9% su 2016
4,0% peso su totale Italia



24 food

510 milioni €
valore alla produzione

7,3%
quota valore IG Italia
(terza regione impatto economico)

CASERTA (1° - 235 mln €)

NAPOLI (2° - 135 mln €)

SALERNO (3° - 135 mln €)

29 wine



100 milioni €
valore alla produzione

1,2%
quota valore IG Italia
(dodicesima regione impatto economico)

(59,0 mln € - 1°) **BENEVENTO**

(22,3 mln € - 2°) **AVELLINO**

(7,4 mln € - 3°) **NAPOLI**

:: Emilia-Romagna

2° regione per impatto



14.606

operatori DOP IGP

6.161 food
8.445 wine

3.371

milioni €

valore alla produzione

+9,0% su 2016

22,1% peso su totale Italia



43 food

2.983 milioni €

valore alla produzione

43%

quota valore IG Italia

(prima regione impatto economico)

PARMA (1° - 1.384 mln €)

MODENA (2° - 684 mln €)

REGGIO NELL'EMILIA (3° - 603 mln €)

30* wine



389 milioni €

valore alla produzione

4,7%

quota valore IG Italia

(settima regione impatto economico)

(76,1 mln € - **1° MODENA**

(65,5 mln € - **2° BOLOGNA**

(64,9 mln € - **3° PIACENZA**

* Oltre ai 29 prodotti registrati a livello europeo, si considera anche la denominazione **Pignoletto DOP** autorizzata a livello nazionale all'etichettatura transitoria (ai sensi dell'Art. 72 del Reg. 607/2009).

:: Friuli-Venezia Giulia

7° regione per impatto



5.555

operatori DOP IGP

841 food

4.714 wine

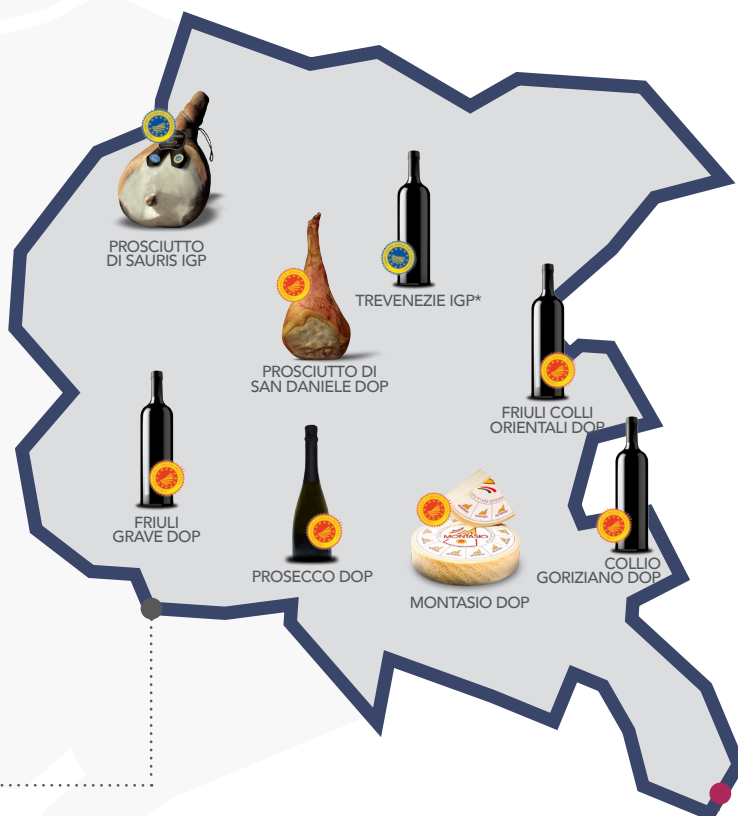
834

milioni €

valore alla produzione

-5,9% su 2016

5,5% peso su totale Italia



7 food

327 milioni €

valore alla produzione

4,7%

quota valore IG Italia

(**quinta** regione impatto economico)

UDINE (1° - 319 mln €)

PORDENONE (2° - 7 mln €)

GORIZIA (3° - 0,9 mln €)

19* wine



507 milioni €

valore alla produzione

6,1%

quota valore IG Italia

(**sesta** regione impatto economico)

(308 mln € - **1° UDINE**)

(110 mln € - **2° PORDENONE**)

(77,4 mln € - **3° GORIZIA**)

* Oltre ai 17 prodotti registrati a livello europeo, si considerano anche le denominazioni Friuli DOP, Delle Venezie DOP autorizzate a livello nazionale all'etichettatura transitoria (ai sensi dell'Art. 72 del Reg. 607/2009), mentre il Delle Venezie IGP dal 2017 è entrato in produzione con la denominazione Trevenezie IGP (ai sensi dell'Art. 72 del Reg. 607/2009) e si riscontra sul mercato con entrambe le denominazioni.

:: Lazio

13° regione per impatto



5.278

operatori DOP IGP

3.238 food
2.040 wine

132

milioni €

valore alla produzione

+4,2% su 2016

0,9% peso su totale Italia



27 food

58 milioni €

valore alla produzione

0,8%

quota valore IG Italia

(decima regione impatto economico)

VITERBO (1° - 22,3 mln €)

LATINA (2° - 12,3 mln €)

FROSINONE (3° - 9,6 mln €)

36 wine



74 milioni €

valore alla produzione

0,9%

quota valore IG Italia

(quattordicesima regione impatto economico)

(49,1 mln € - **1°**) **ROMA**

(8,7 mln € - **2°**) **VITERBO**

(7,1 mln € - **3°**) **FROSINONE**

:: Liguria

18° regione per impatto



1.861
operatori DOP IGP
1.437 food
424 wine

32 milioni €
valore alla produzione
-2,3% su 2016
0,2% peso su totale Italia



5 food

12 milioni €
valore alla produzione

0,2%
quota valore IG Italia
(**diciassettesima** regione impatto economico)

SAVONA (1° - 7,0 mln €)

IMPERIA (2° - 4,4 mln €)

GENOVA (3° - 1,0 mln €)

12 wine



20 milioni €
valore alla produzione

0,2%
quota valore IG Italia
(**sedicesima** regione impatto economico)

(7,8 mln € - **1°** **SAVONA**)

(7,4 mln € - **2°** **LA SPEZIA**)

(2,6 mln € - **3°** **IMPERIA**)

:: Lombardia

3° regione per impatto



9.862
operatori DOP IGP
5.991 food
3.871 wine

1.887 milioni €
valore alla produzione
+4,0% su 2016
12,4% peso su totale Italia



34 food

1.557 milioni €
valore alla produzione

22%
quota valore IG Italia
(seconda regione impatto economico)

BRESCIA (1° - 430 mln €)

MANTOVA (2° - 407 mln €)

SONDRIO (3° - 239 mln €)

42* wine



330 milioni €
valore alla produzione

4,0%
quota valore IG Italia
(ottava regione impatto economico)

(154 mln € - **1°** **BRESCIA**)

(138 mln € - **2°** **PAVIA**)

(17,1 mln € - **3°** **MANTOVA**)

* Nei 42 prodotti registrati a livello europeo, si considera anche la denominazione **Valtènesi DOP** che, pur cancellata a livello italiano, è tuttora presente sul mercato.

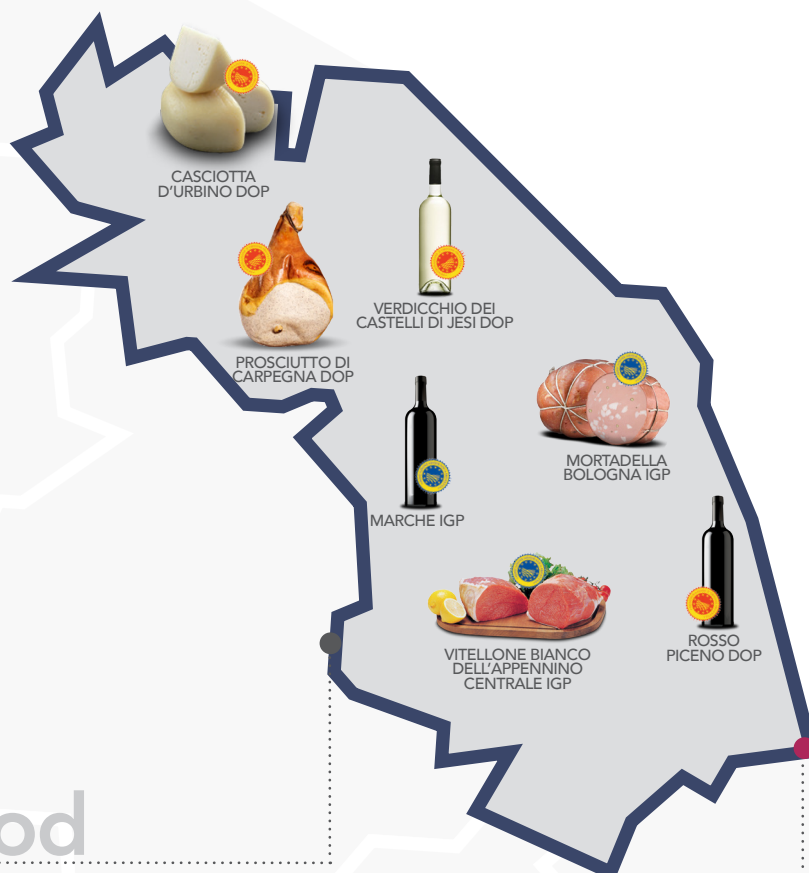
:: Marche

15° regione per impatto



2.702
operatori DOP IGP
848 food
1.854 wine

108 milioni €
valore alla produzione
-12,6% su 2016
0,7% peso su totale Italia



13 food

26 milioni €
valore alla produzione

0,4%
quota valore IG Italia
(quindicesima regione impatto economico)

PESARO E URBINO (1° - 17,5 mln €)

MACERATA (2° - 3,7 mln €)

ANCONA (3° - 2,5 mln €)

21 wine



82 milioni €
valore alla produzione

1,0%
quota valore IG Italia
(tredicesima regione impatto economico)

(40,1 mln € - 1°) **ANCONA**

(16,0 mln € - 2°) **MACERATA**

(9,9 mln € - 3°) **ASCOLI PICENO**

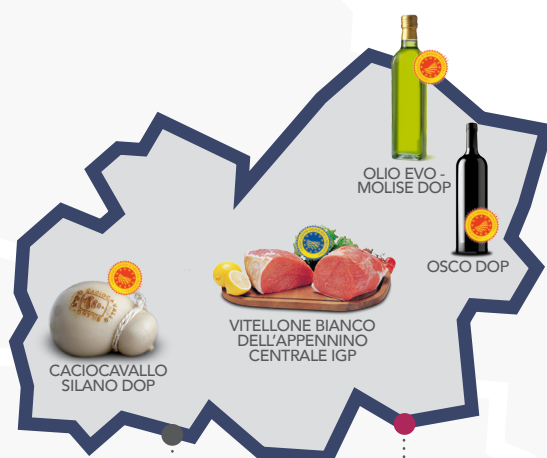
:: Molise

20° regione per impatto



212
operatori DOP IGP
178 food
34 wine

10 milioni €
valore alla produzione
+6,4% su 2016
0,1% peso su totale Italia



6 food

1,7 milioni €
valore alla produzione

0,02%
quota valore IG Italia
(diciannovesima regione impatto economico)

CAMPOBASSO (1° - 1,1 mln €)

ISERNIA (2° - 0,6 mln €)

6 wine



8 milioni €
valore alla produzione

0,1%
quota valore IG Italia
(ventesima regione impatto economico)

(7,4 mln € - **1°**) **CAMPOBASSO**

(0,6 mln € - **2°**) **ISERNIA**

:: Piemonte

4° regione per impatto



11.026
operatori DOP IGP
3.397 food
7.629 wine

1.187 milioni €
valore alla produzione
+14,1% su 2016
7,8% peso su totale Italia



23 food

306 milioni €
valore alla produzione

4,4%
quota valore IG Italia
(settima regione impatto economico)

CUNEO (1° - 205 mln €)

NOVARA (2° - 65,4 mln €)

VERBANO-CUSIO-OSSOLA (3° - 15,4 mln €)



59* wine

881 milioni €
valore alla produzione

10,7%
quota valore IG Italia
(terza regione impatto economico)

(485 mln € - **1°** **CUNEO**

(204 mln € - **2°** **ASTI**

(155 mln € - **3°** **ALESSANDRIA**

* Oltre ai 58 prodotti registrati a livello europeo, si considera anche la denominazione **Nizza DOP** autorizzata a livello nazionale all'etichettatura transitoria (ai sensi dell'Art. 72 del Reg. 607/2009).

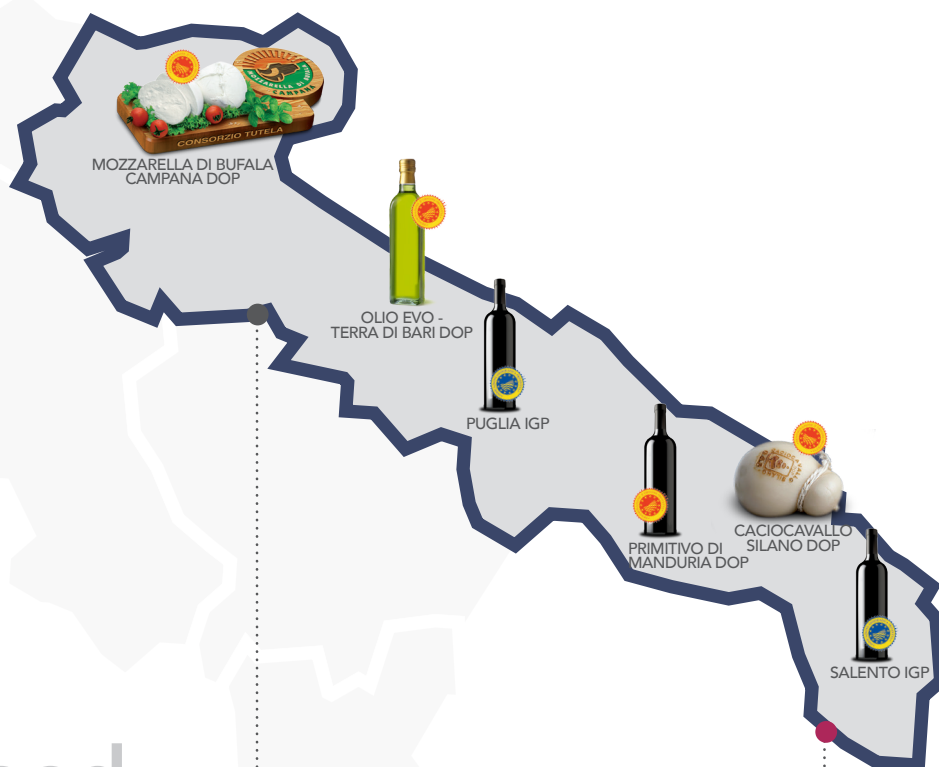
:: Puglia

10° regione per impatto



14.044
operatori DOP IGP
3.544 food
10.500 wine

324 milioni €
valore alla produzione
-5,2% su 2016
2,1% peso su totale Italia



20 food

30 milioni €
valore alla produzione

0,4%
quota valore IG Italia
(quattordicesima regione impatto economico)

BARI (1° - 14,7 mln €)

BARLETTA-ANDRIA-TRANI (2° - 8,1 mln €)

FOGGIA (3° - 5,4 mln €)

38 wine

294 milioni €
valore alla produzione

3,6%
quota valore IG Italia
(nona regione impatto economico)

(137 mln € - **1°** **LECCE**

(72,3 mln € - **2°** **TARANTO**

(42,4 mln € - **3°** **BRINDISI**

:: Sardegna

11° regione per impatto



18.221

operatori DOP IGP

16.110 food

2.111 wine

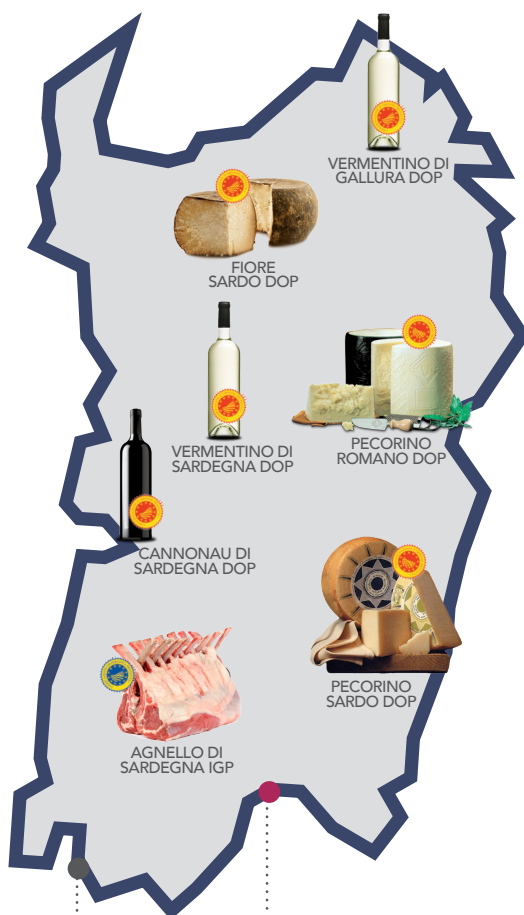
300

milioni €

valore alla produzione

-20,6% su 2016

2,0% peso su totale Italia



8 food

193 milioni €

valore alla produzione

2,8%

quota valore IG Italia

(ottava regione impatto economico)

SASSARI (1° - 76,3 mln €)

NUORO (2° - 40,8 mln €)

CAGLIARI (3° - 34,1 mln €)

33 wine



107 milioni €

valore alla produzione

1,3%

quota valore IG Italia

(undicesima regione impatto economico)

(40,4 mln € - 1°) **SASSARI**

(29,2 mln € - 2°) **SUD SARDEGNA**

(19,0 mln € - 3°) **ORISTANO**

:: Sicilia

9° regione per impatto



16.081

operatori DOP IGP

3.883 food

12.198 wine

604

milioni €

valore alla produzione

+28,0% su 2016

4,0% peso su totale Italia



31 food

54 milioni €

valore alla produzione

0,8%

quota valore IG Italia

(undicesima regione impatto economico)

CATANIA (1° - 15,7 mln €)

SIRACUSA (2° - 15,5 mln €)

AGRIGENTO (3° - 7,1 mln €)

31 wine



550 milioni €

valore alla produzione

6,6%

quota valore IG Italia

(quarta regione impatto economico)

(139 mln € - **1°** **MESSINA**)

(107 mln € - **2°** **PALERMO**)

(83,6 mln € - **3°** **CATANIA**)

:: Toscana

5° regione per impatto



22.753
operatori DOP IGP
13.393 food
9.360 wine

1.038 milioni €
valore alla produzione
+2,7% su 2016
6,8% peso su totale Italia



31 food

111 milioni €
valore alla produzione

1,6%
quota valore IG Italia
(nona regione impatto economico)

GROSSETO (1° - 34,8 mln €)

SIENA (2° - 23,6 mln €)

AREZZO (3° - 17,5 mln €)

58 wine



926 milioni €
valore alla produzione

11,2%
quota valore IG Italia
(seconda regione impatto economico)

(426 mln € - **1° SIENA**

(182 mln € - **2° FIRENZE**

(64,4 mln € - **3° GROSSETO**

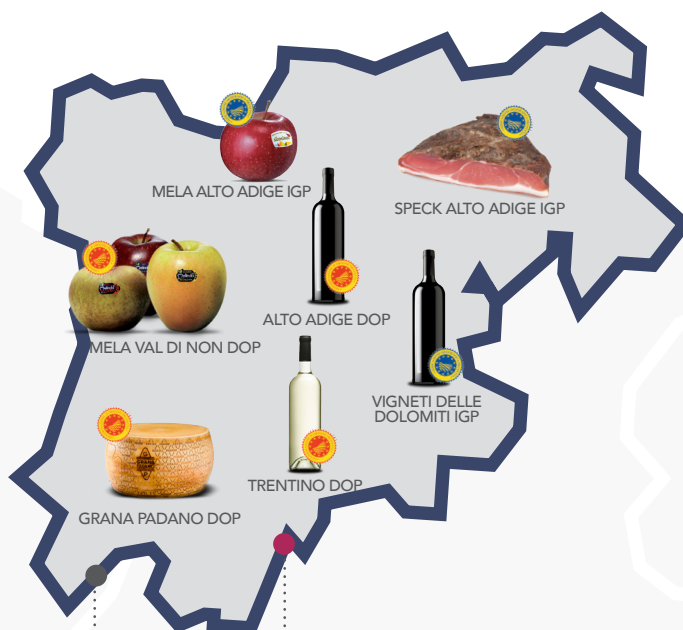
:: Trentino-Alto Adige

6° regione per impatto



22.389
operatori DOP IGP
11.655 food
10.734 wine

852 milioni €
valore alla produzione
+0,7% su 2016
5,6% peso su totale Italia



14 food

309 milioni €
valore alla produzione

4,4%
quota valore IG Italia
(sesta regione impatto economico)

BOLZANO (1° - 212 mln €)

TRENTO (2° - 97,4 mln €)

13* wine



542 milioni €
valore alla produzione

6,6%
quota valore IG Italia
(quinta regione impatto economico)

(273 mln € - **1°** **TRENTO**)

(270 mln € - **2°** **BOLZANO**)

* Oltre ai 12 prodotti registrati a livello europeo, si considera anche la denominazione **Delle Venezie DOP** autorizzata a livello nazionale all'etichettatura transitoria (ai sensi dell'Art. 72 del Reg. 607/2009), mentre il **Delle Venezie IGP** dal 2017 è entrato in produzione con la denominazione **Trevenuezie IGP** (ai sensi dell'Art. 72 del Reg. 607/2009) e si riscontra sul mercato con entrambe le denominazioni.

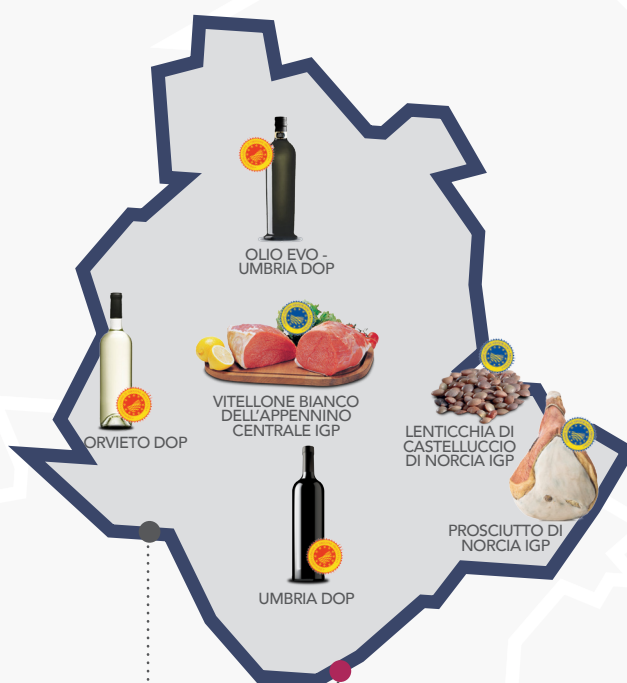
:: Umbria

14° regione per impatto



4.252
operatori DOP IGP
2.223 food
2.029 wine

119 milioni €
valore alla produzione
-7,6% su 2016
0,8% peso su totale Italia



9 food

49 milioni €
valore alla produzione

0,7%
quota valore IG Italia
(**dodicesima** regione impatto economico)

PERUGIA (1° - 44,2 mln €)

TERNI (2° - 4,5 mln €)

21 wine



70 milioni €
valore alla produzione

0,8%
quota valore IG Italia
(**quindicesima** regione impatto economico)

(38,7 mln € - **1°**) **PERUGIA**

(31,5 mln € - **2°**) **TERNI**

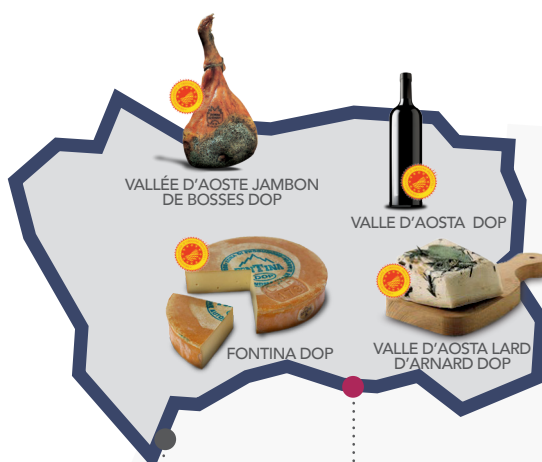
:: Valle d'Aosta

16° regione per impatto



1.295
operatori DOP IGP
716 food
579 wine

42 milioni €
valore alla produzione
+11,6% su 2016
0,3% peso su totale Italia



4 food

32 milioni €
valore alla produzione

0,5%
quota valore IG Italia
(**tredicesima** regione impatto economico)

VALLE D'AOSTA (1° - 31,7 mln €)

1 wine



10 milioni €
valore alla produzione

0,1%
quota valore IG Italia
(**diciannovesima** regione impatto economico)

(10,3 mln € - **1° VALLE D'AOSTA**)

:: Veneto

1° regione per impatto



31.955

operatori DOP IGP

4.378 food
27.577 wine

3.508

milioni €

valore alla produzione

-3,3% su 2016

23,0% peso su totale Italia



36 food

376 milioni €

valore alla produzione

5,4%

quota valore IG Italia

(quarta regione impatto economico)

VICENZA (1° - 174 mln €)

VERONA (2° - 68,7 mln €)

PADOVA (3° - 62,3 mln €)

53* wine



3.131 milioni €

valore alla produzione

37,9%

quota valore IG Italia

(prima regione impatto economico)

(918 mln € - **1°**) **VERONA**

(845 mln € - **2°**) **TREVISO**

(462 mln € - **3°**) **VICENZA**

* Oltre ai 52 prodotti registrati a livello europeo, si considera anche la denominazione **Delle Venezie DOP** autorizzata a livello nazionale all'etichettatura transitoria (ai sensi dell'Art. 72 del Reg. 607/2009), mentre il **Delle Venezie IGP** dal 2017 è entrato in produzione con la denominazione **Tre Venezie IGP** (ai sensi dell'Art. 72 del Reg. 607/2009) e si riscontra sul mercato con entrambe le denominazioni.

Canali di vendita e consumi GDO



canali di vendita in Italia - Food

prodotti IG nella distribuzione

vendite Formaggi DOP IGP

vendite Prodotti a base di Carne DOP IGP

vendite Oli di oliva DOP IGP

vendite Vini DOP IGP

FOCUS - prodotti trasformati

:: canali di vendita in Italia - Food

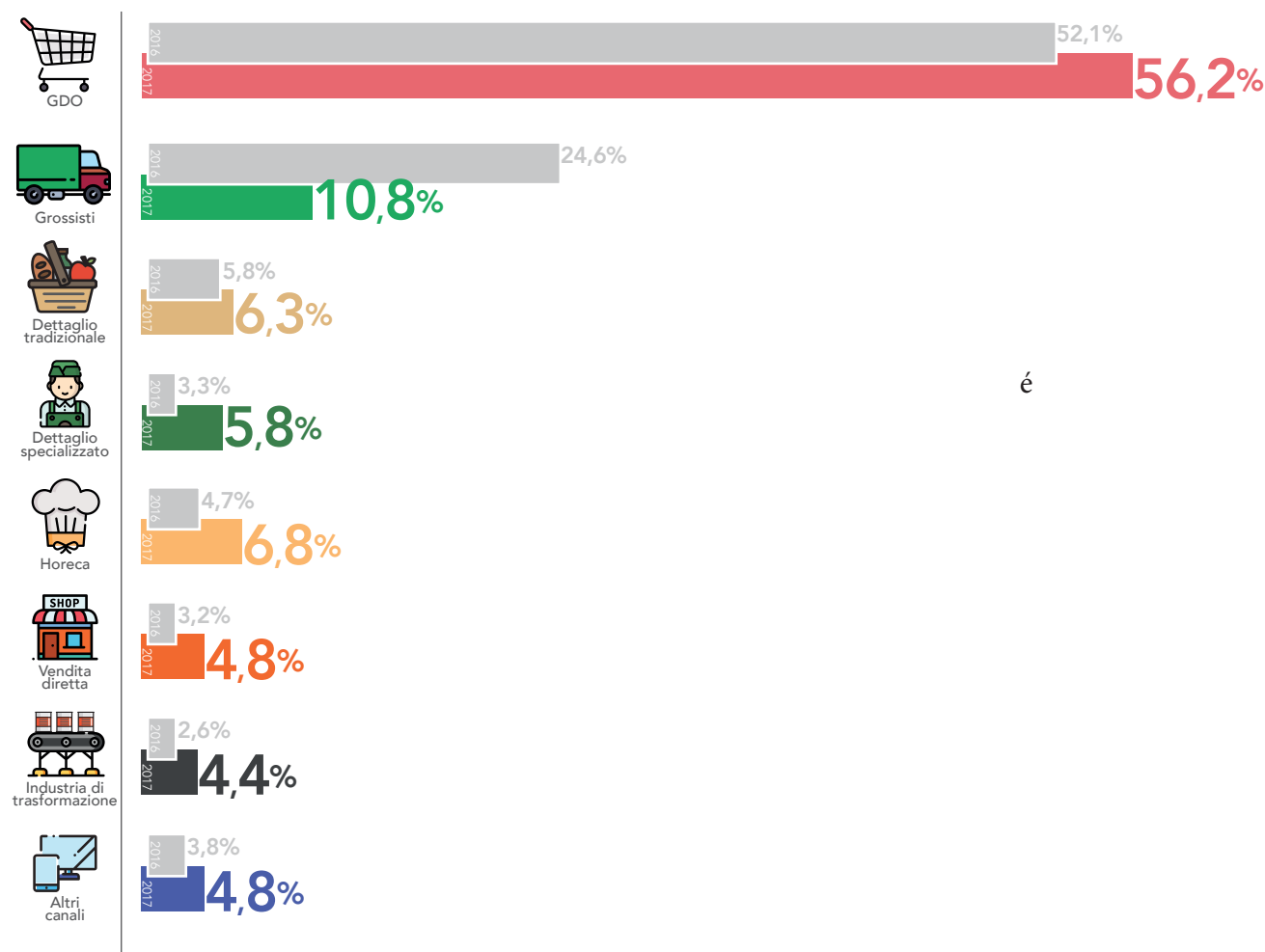
GDO driver indiscusso ma cresce il peso di altri canali

GDO oltre il 56% del mercato, in grande calo invece il ruolo dei grossisti; emerge il dettaglio specializzato, crescono l'Horeca, la vendita diretta e l'industria di trasformazione.

Tabella 5.1 distribuzione vendite DOP IGP per canale e categoria

	 Formaggi	 Prodotti a base di carne	 Ortofrutticoli	 Aceti Balsamici	 Oli di Oliva	 Carni fresche	 Totale
GDO	48,1%	70,0%	53,3%	63,8%	57,2%	40,2%	56,2%
Grossisti	16,0%	1,0%	33,2%	3,4%	2,7%	6,2%	10,8%
Dettaglio tradizionale	6,5%	5,6%	7,0%	5,1%	8,1%	15,3%	6,3%
Dettaglio specializzato	2,3%	13,9%	0,6%	2,4%	8,5%	1,1%	5,8%
Horeca	7,3%	6,6%	0,8%	3,2%	6,6%	27,9%	6,8%
Vendita diretta	7,9%	0,4%	1,1%	1,5%	9,9%	3,6%	4,8%
Industria di trasformazione	3,9%	2,1%	3,2%	19,6%	0,1%	0,8%	4,4%
Altri canali	8,0%	0,3%	0,7%	1,1%	6,9%	4,9%	4,8%
Totale	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Infografica 5.1 distribuzione vendite DOP IGP per canale (2016-2017)



:: prodotti IG nella distribuzione

+0,9% le vendite delle IG a peso fisso e variabile

nel 2017, le vendite in valore dei prodotti Food e Wine DOP IGP a peso fisso e variabile sono aumentate dello 0,9% rispetto al 2016.

considerando solamente le vendite a peso fisso nella GDO, la crescita raggiunge il +5,8% (+6,9% solo il Food), con un trend più sostenuto di quello del totale agroalimentare sempre a peso fisso (+3,7%).

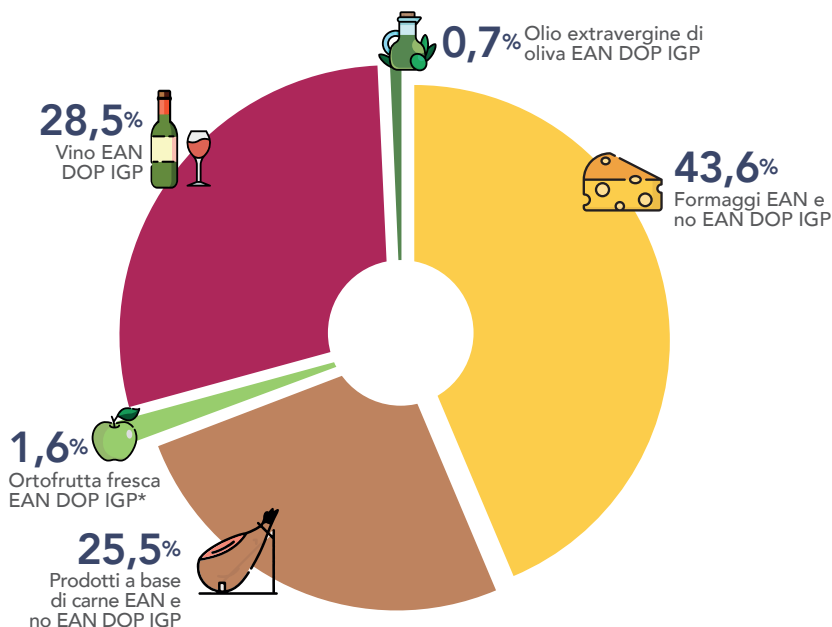
+5,8% le vendite delle IG a peso fisso nella GDO

Tabella 5.2 vendite principali DOP IGP Italia (migliaia di euro)

PRODOTTI	2016	2017	Peso %	Var. % 17/16
Formaggi EAN e no EAN DOP IGP	2.253.455	2.217.901	43,6%	-1,6%
Prodotti a base di carne EAN e no EAN DOP IGP	1.289.190	1.297.448	25,5%	+0,6%
Frutta fresca EAN DOP IGP*	61.224	60.081	1,2%	-1,9%
Ortaggi freschi EAN DOP IGP**	16.427	19.726	0,4%	+20,1%
Olio extravergine di oliva EAN DOP IGP	33.398	37.690	0,7%	+12,9%
Vino EAN DOP IGP	1.380.888	1.448.368	28,5%	+4,9%
Totale prodotti EAN e no EAN DOP IGP, di cui:	5.034.582	5.081.214	100%	+0,9%
Prodotti EAN DOP IGP nella GDO	2.514.144	2.660.138	-	+5,8%
Generi alimentari	69.198.578	71.310.371	88,6%	+3,1%
Bevande analcoliche e alcoliche	8.775.480	9.203.402	11,4%	+4,9%
Totale spesa agroalimentare, di cui:	77.974.058	80.513.772	100%	+3,3%
Spesa agroalimentare EAN nella GDO	50.518.660	52.379.575	-	+3,7%

*Mela Alto Adige IGP, Limone di Sorrento IGP, Pera dell'Emilia Romagna IGP, Arancia di Ribera DOP, Arancia Rossa di Sicilia IGP, Clementine di Calabria IGP, Ciliegia di Vignola IGP, Pesca e Nettarina di Romagna IGP
 **Patata di Bologna DOP e Pomodoro di Pachino IGP
 Fonte: Elaborazioni Ismea su dati Nielsen

Infografica 5.2 percentuale vendite a peso fisso e variabile prodotti DOP IGP monitorati (in valore, 2017)



Le vendite a peso fisso dei prodotti IG nella GDO hanno oltrepassato i 2,6 miliardi di euro, con il vino a rappresentare la fetta di mercato più importante (54,4% in valore nel 2017), seguito dai formaggi (28,8%) e dai prodotti a base di carne (12,3%); olio extravergine e ortofrutta mostrano una rilevanza esigua.

Il volume d'affari raggiunge i 5 miliardi di euro se si considerano anche i formaggi e i principali prodotti a base di carne a peso variabile venduti presso la Gdo e il normal trade. In questo paniere, i formaggi sono i più venduti (43,6%), seguiti dal vino e dai prodotti a base di carne.

* Mela Alto Adige IGP, Limone di Sorrento IGP, Pera dell'Emilia Romagna IGP, Arancia di Ribera DOP, Arancia Rossa di Sicilia IGP, Clementine di Calabria IGP, Ciliegia di Vignola IGP, Pesca e Nettarina di Romagna IGP, Patata di Bologna DOP e Pomodoro di Pachino IGP
 Fonte: elaborazioni Ismea su dati Nielsen

Il monitoraggio delle vendite dei prodotti IG nelle categorie commerciali più rappresentative si basa sull'analisi dei dati provenienti da due rilevazioni Nielsen, distinte per canali e tipologia di prodotti venduti. Con l'obiettivo di avere il maggiore grado di copertura in termini di canali e referenze, per le diverse categorie di prodotti IG sono state utilizzate entrambi le rilevazioni, ottenendo due raggruppamenti (cfr. tabella 5.1): 1) totale prodotti EAN e no EAN DOP IGP venduti presso la GDO e il normal trade; 2) totale dei prodotti EAN DOP IGP venduti presso la GDO.
 In particolare, formaggi e prodotti a base di carne sono rilevati a peso fisso e a peso variabile – EAN e no EAN – presso ipermercati, supermercati e liberi servizi e presso il normal trade (grocery, specialisti salumi/formaggi, liberi servizi indiretti). L'olio extravergine di oliva e il vino, oltre ad alcune referenze dell'ortofrutta, sono rilevati a peso fisso – EAN – presso ipermercati, supermercati, liberi servizi e discount.

:: vendite Formaggi DOP IGP

**oltre 2,2 mld € vendite
a peso fisso e variabile**

Grana Padano DOP e Parmigiano Reggiano DOP, insieme, incidono per il 58% sul volume e per il 65% sul valore delle vendite complessive di formaggi IGP.

determinante la flessione delle vendite a peso variabile, nonostante la crescita delle vendite a peso fisso. Il prezzo medio delle IG a peso variabile è risultato comunque del 20% più alto rispetto a quello dei formaggi generici.

**-3,4% in volume e -1,6% in
valore, le vendite di formaggi**

**peso fisso: +3,9% in volume
e +6,4% in valore**

risultano in crescita il Grana Padano DOP, il Parmigiano Reggiano DOP, il Gorgonzola DOP e la Mozzarella di Bufala Campana DOP; in rialzo anche le vendite di Quartirolo Lombardo DOP e Taleggio DOP.

l'aumento del prezzo medio delle IG a peso fisso è doppio rispetto a quello dei formaggi generici (in uno scenario che vede il prezzo dei prodotti IG su una fascia più alta del 70% rispetto ai generici).

**+ 2,4% il prezzo medio IG
a peso fisso (+1,2% no IG)**

Tabella 5.3 vendite formaggi DOP IGP a peso fisso e variabile

FORMAGGI	QUANTITÀ (tonnellate)				VALORE (migliaia di euro)			
	2016	2017	Peso %	Var. 17/16	2016	2017	Peso %	Var. 17/16
Grana Padano DOP	59.098	56.263	32,3%	-4,8%	710.539	690.374	31,1%	-2,8%
Parmigiano Reggiano DOP	47.916	44.726	25,6%	-6,7%	765.583	753.522	34,0%	-1,6%
Gorgonzola DOP	22.171	22.235	12,8%	+0,3%	244.799	243.962	11,0%	-0,3%
Asiago DOP	14.125	13.359	7,7%	-5,4%	128.551	121.874	5,5%	-5,2%
Mozzarella di Bufala Campana DOP	10.647	11.199	6,4%	+5,2%	115.693	124.383	5,6%	+7,5%
Fontina DOP	9.737	9.271	5,3%	-4,8%	94.931	93.729	4,2%	-1,3%
Pecorini DOP, di cui:	4.692	5.231	3,0%	+11,5%	63.398	64.824	2,9%	+2,2%
Pecorino Romano DOP	4.323	4.786	2,7%	+10,7%	58.323	59.326	2,7%	+1,7%
Taleggio DOP	3.041	3.039	1,7%	-0,04%	36.347	35.058	1,6%	-3,5%
Montasio DOP	3.129	2.751	1,6%	-12,1%	31.804	28.486	1,3%	-10,4%
Quartirolo Lombardo DOP	1.175	1.706	1,0%	+45,2%	12.035	14.896	0,7%	+23,8%
Provolone Valpadana DOP EAN	279	258	0,1%	-7,4%	3.081	2.851	0,1%	-7,5%
Ricotte DOP*	176	167	0,1%	-5,5%	1.047	936	0,0%	-10,6%
Altri formaggi DOP e IGP	4.360	4.179	2,4%	-4,1%	45.647	43.007	1,9%	-5,8%
Totale formaggi DOP IGP	180.545	174.385	100%	-3,4%	2.253.455	2.217.901	100%	-1,6%
Totale formaggi DOP IGP	180.545	174.385	22,5%	-3,4%	2.253.455	2.217.901	30,3%	-1,6%
Altri formaggi no DOP IGP	610.042	602.111	77,5%	-1,3%	5.123.135	5.099.102	69,7%	-0,5%
Totale	790.587	776.496	100%	-1,8%	7.376.590	7.317.003	100%	-0,8%

*Le ricotte appartengono al comparto produttivo "Altre categorie".
Fonte: elaborazioni Ismea su dati Nielsen

Tabella 5.4 vendite formaggi DOP IGP a peso fisso e variabile

FORMAGGI	QUANTITÀ (tonnellate)				VALORE (migliaia di euro)			
	2016	2017	Peso %	Var. 17/16	2016	2017	Peso %	Var. 17/16
EAN DOP IGP	60.225	62.602	13,8%	+3,9%	730.386	777.303	21,4%	+6,4%
EAN no DOP IGP	394.055	392.581	86,2%	-0,4%	2.829.056	2.853.519	78,6%	+0,9%
Totale EAN	454.280	455.183	100%	+0,2%	3.559.442	3.630.822	100%	+2,0%
No EAN DOP IGP	120.320	111.783	34,8%	-7,1%	1.523.069	1.440.597	39,1%	-5,4%
No EAN no DOP IGP	215.987	209.530	65,2%	-3,0%	2.294.080	2.245.583	60,9%	-2,1%
Totale No EAN	336.307	321.314	100%	-4,5%	3.817.148	3.686.181	100%	-3,4%
DOP IGP	180.545	174.385	22,5%	-3,4%	2.253.455	2.217.901	30,3%	-1,6%
No DOP IGP	610.042	602.111	77,5%	-1,3%	5.123.135	5.099.102	69,7%	-0,5%
Totale	790.587	776.496	100%	-1,8%	7.376.590	7.317.003	100%	-0,8%

Fonte: elaborazioni Ismea su dati Nielsen

Per i Formaggi DOP IGP, sulla base dei dati raccolti dalla Nielsen, il totale complessivo delle vendite comprende 1) le vendite a peso fisso e variabile presso ipermercati, supermercati, liberi servizi e normal trade (grocery, specialisti, liberi servizi indiretti), 2) le vendite a peso fisso presso i discount.

:: vendite Prod. a base di carne DOP IGP

-2,2% in volume e +0,6% in valore le vendite DOP IGP

Prosciutto di Parma DOP, Mortadella Bologna IGP e Prosciutto di San Daniele DOP confermano un livello complessivo di vendite oltre 50 mila tonnellate di prodotto certificato, con un valore che oltrepassa il miliardo di euro.

Tabella 5.5 vendite Prodotti a base di carne DOP IGP a peso fisso e variabile

	QUANTITÀ (tonnellate)				VALORE (migliaia di euro)			
	2016	2017	Peso %	Var. 17/16	2016	2017	Peso %	Var. 17/16
PRODOTTI A BASE DI CARNE								
Prosciutto crudo DOP e IGP, di cui:	33.080	31.422	51,4%	-5,0%	875.916	874.668	67,4%	-0,1%
Prosciutto di Parma DOP (EAN e no EAN)	23.575	22.024	36,0%	-6,6%	611.481	602.041	46,4%	-1,5%
Prosciutto di San Daniele DOP (EAN e no EAN)	9.098	8.949	14,6%	-1,6%	249.443	254.324	19,6%	+2,0%
Prosciutto Toscano DOP (EAN)	265	252	0,4%	-4,8%	9.473	9.907	0,8%	+4,6%
Altri prosciutti crudi DOP (EAN)	142	196	0,3%	+37,9%	5.519	8.396	0,6%	+52,1%
Mortadella Bologna IGP (EAN e no EAN)	21.739	22.184	36,3%	+2,0%	244.151	249.025	19,2%	+2,0%
Speck Alto Adige IGP (EAN)	2.919	2.955	4,8%	+1,2%	57.856	60.834	4,7%	+5,1%
Bresaola della Valtellina IGP (EAN)	1.713	1.761	2,9%	+2,8%	62.854	65.441	5,0%	+4,1%
Salami DOP e IGP (EAN), di cui:	1.224	1.207	2,0%	-1,3%	21.605	22.488	1,7%	+4,1%
Salamini Italiani alla Cacciatora DOP	734	694	1,1%	-5,4%	8.679	8.801	0,7%	+1,4%
Altri salami DOP e IGP	490	513	0,8%	+4,8%	12.927	13.687	1,1%	+5,9%
Coppa di Parma IGP e Coppa Piacentina DOP (EAN)	557	505	0,8%	-9,3%	12.584	12.000	0,9%	-4,6%
Zampone Modena IGP (EAN)	491	450	0,7%	-8,4%	3.876	3.720	0,3%	-4,0%
Cotechino Modena IGP (EAN)	452	390	0,6%	-13,8%	3.294	3.090	0,2%	-6,2%
Pancetta Piacentina DOP (EAN)	125	110	0,2%	-11,9%	2.672	2.588	0,2%	-3,2%
Altri prodotti a base di carne DOP IGP (EAN)	199	166	0,3%	-16,6%	4.380	3.594	0,3%	-17,9%
Totale prodotti a base di carne DOP IGP*	62.499	61.149	100%	-2,2%	1.289.190	1.297.448	100%	+0,6%
Totale prodotti a base di carne DOP IGP*	62.499	61.149	12,7%	-2,2%	1.289.190	1.297.448	18,3%	+0,6%
Altri prodotti a base di carne no DOP IGP	420.103	419.050	87,3%	-0,3%	5.757.237	5.792.540	81,7%	+0,6%
Totale	482.602	480.199	100%	-0,5%	7.046.426	7.089.988	100%	+0,6%

* Per Prosciutto di Parma DOP, Prosciutto di San Daniele DOP e Mortadella Bologna IGP sono rilevati il prodotto EAN (peso fisso) e no EAN (peso variabile); per tutti gli altri salumi DOP e IGP è rilevato solo il prodotto EAN (peso fisso). Pertanto, in questi casi, le vendite di prodotto DOP IGP a peso variabile (se esistenti) sono sommate alle vendite di prodotto no DOP IGP.

Fonte: elaborazioni Ismea su dati Nielsen

Per i Prodotti a base di carne DOP IGP, sulla base dei dati raccolti dalla Nielsen, il totale complessivo delle vendite comprende 1) le vendite a peso fisso e variabile presso ipermercati, supermercati, liberi servizi e normal trade (grocery, specialisti, liberi servizi indiretti), 2) le vendite a peso fisso presso i discount.

:: vendite Oli di oliva DOP IGP

+8,3% in volume e +12,9% in valore le vendite DOP IGP

tra le denominazioni principali, aumentano le vendite di Terra di Bari DOP, Toscano IGP, Val di Mazara DOP, Umbria DOP e Garda DOP.

Tabella 5.6 vendite oli di oliva DOP IGP a peso fisso

	QUANTITÀ (migliaia di litri)				VALORE (migliaia di euro)			
	2016	2017	Peso %	Var. 17/16	2016	2017	Peso %	Var. 17/16
OLI DI OLIVA EAN								
Terra di Bari DOP	823	881	27,5%	+7,0%	6.781	7.721	20,5%	+13,9%
Toscano IGP	462	480	15,0%	+3,8%	5.941	6.383	16,9%	+7,4%
Val di Mazara DOP	322	371	11,6%	+15,4%	2.920	3.459	9,2%	+18,5%
Riviera Ligure DOP	315	244	7,6%	-22,8%	4.826	3.991	10,6%	-17,3%
Umbria DOP	232	259	8,1%	+11,5%	3.076	3.602	9,6%	+17,1%
Garda DOP	117	160	5,0%	+36,0%	2.323	3.228	8,6%	+39,0%
Altro olio extravergine DOP e IGP	688	810	25,3%	+17,9%	7.531	9.307	24,7%	+23,6%
Oli di oliva extravergine EAN DOP IGP	2.959	3.204	100%	+8,3%	33.398	37.690	100%	+12,9%
Oli di oliva extravergine EAN di cui:	164.359	167.070	85,5%	+1,6%	797.825	869.409	87,7%	+9,0%
Oli di oliva extravergine EAN DOP IGP	2.959	3.204	1,6%	+8,3%	33.398	37.690	3,8%	+12,9%
Oli di oliva extravergine EAN no DOP IGP	161.400	163.866	83,9%	+1,5%	764.426	831.719	83,9%	+8,8%
Olio di oliva normale	27.409	26.088	13,3%	-4,8%	114.747	115.036	11,6%	+0,3%
Olio di oliva sansa	2.279	2.267	1,2%	-0,5%	6.362	7.094	0,7%	+11,5%
Totale	194.047	195.425	100%	+0,7%	918.934	991.539	100%	+7,9%

Fonte: elaborazioni Ismea su dati Nielsen

Per gli Oli di oliva DOP IGP, sulla base dei dati raccolti dalla Nielsen, il totale complessivo delle vendite comprende le vendite a peso fisso presso ipermercati, supermercati, liberi servizi e discount.

:: vendite Vini DOP IGP

1,4 miliardi di euro il giro d'affari del vino IG nella GDO

+2,0% in volume e +4,9% in valore la dinamica delle vendite di vino IG, mentre i vini comuni sono andati peggio (-2,2% in volume e -1,9% in valore). Particolarmente significativo l'incremento delle vendite di vino DOP rispetto ai vini IGP.

Tabella 5.7 vendite vino DOP/IGP a peso fisso

VINI EAN	QUANTITÀ (migliaia di litri)				VALORE (migliaia di euro)			
	2016	2017	Peso %	Var. 17/16	2016	2017	Peso %	Var. 17/16
Vino DOP	209.197	216.185	54,3%	+3,3%	895.699	943.383	65,1%	+5,3%
- bianco	74.750	77.740	19,5%	+4,0%	337.763	358.466	24,7%	+6,1%
- rosso	129.991	132.977	33,4%	+2,3%	540.986	564.786	39,0%	+4,4%
- rosato	4.284	5.261	1,3%	+22,8%	14.997	18.120	1,3%	+20,8%
- altri	172	207	0,1%	+20,1%	1.954	2.011	0,1%	+2,9%
Vino IGP	180.843	181.818	45,7%	+0,5%	485.189	504.985	34,9%	+4,1%
- bianco	67.965	71.769	18,0%	+5,6%	196.454	209.931	14,5%	+6,9%
- rosso	100.340	97.502	24,5%	-2,8%	252.615	257.226	17,8%	+1,8%
- rosato	11.955	11.867	3,0%	-0,7%	31.837	32.918	2,3%	+3,4%
- altri	583	679	0,2%	+16,6%	4.282	4.910	0,3%	+14,7%
Totale vino EAN DOP IGP	390.040	398.003	100%	+2,0%	1.380.888	1.448.368	100%	+4,9%
Totale vino EAN DOP IGP Italia	387.719	396.494	99,6%	+2,3%	1.372.894	1.441.733	99,5%	+5,0%
Totale vino EAN DOP IGP	390.040	398.003	58,8%	+2,0%	1.380.888	1.448.368	78,0%	+4,9%
Vino senza denominazione	285.321	279.168	41,2%	-2,2%	416.143	408.084	22,0%	-1,9%
Totale vini	675.361	677.172	100%	+0,3%	1.797.032	1.856.453	100%	+3,3%

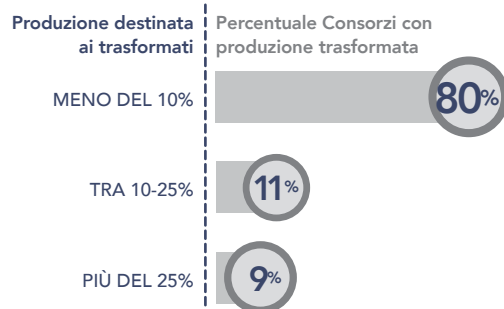
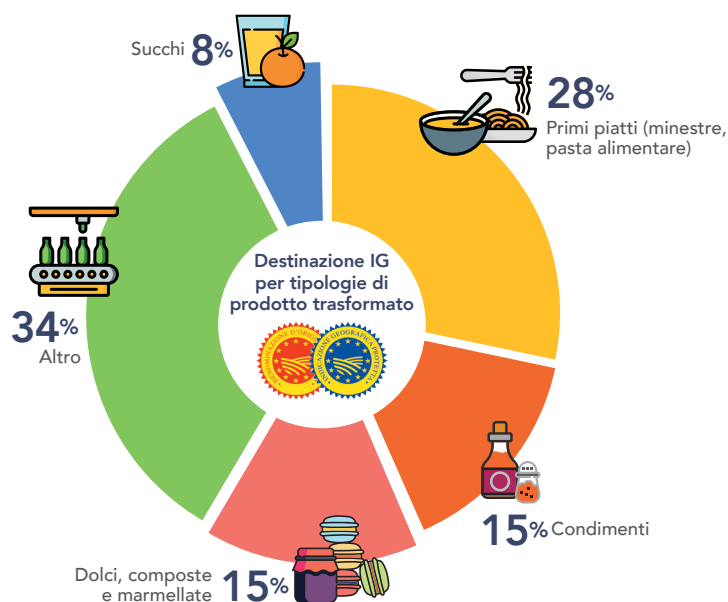
Fonte: elaborazioni Ismea su dati Nielsen

Per i Vini DOP IGP, sulla base dei dati raccolti dalla Nielsen, il totale complessivo delle vendite comprende le vendite a peso fisso presso ipermercati, supermercati, liberi servizi e discount.

FOCUS :: prodotti trasformati

fra le prime 50 IG per fatturato, 35 hanno accordi per 'trasformati'

sempre più forte l'interesse dell'industria alimentare verso le DOP IGP, capaci di attirare ampi segmenti di consumatori e di imporsi con prezzi premium: crescono così gli accordi e le autorizzazioni da parte di Consorzi per prodotti trasformati con materie prime made in Italy IG.



Fonte: Indagine Ismea-Qualivita 2018

Web & Social DOP IGP



canali digitali DOP IGP

analisi web e engagement IG

appendice metodologica

appendice metodologica analisi web DOP IGP

:: canali digitali DOP IGP

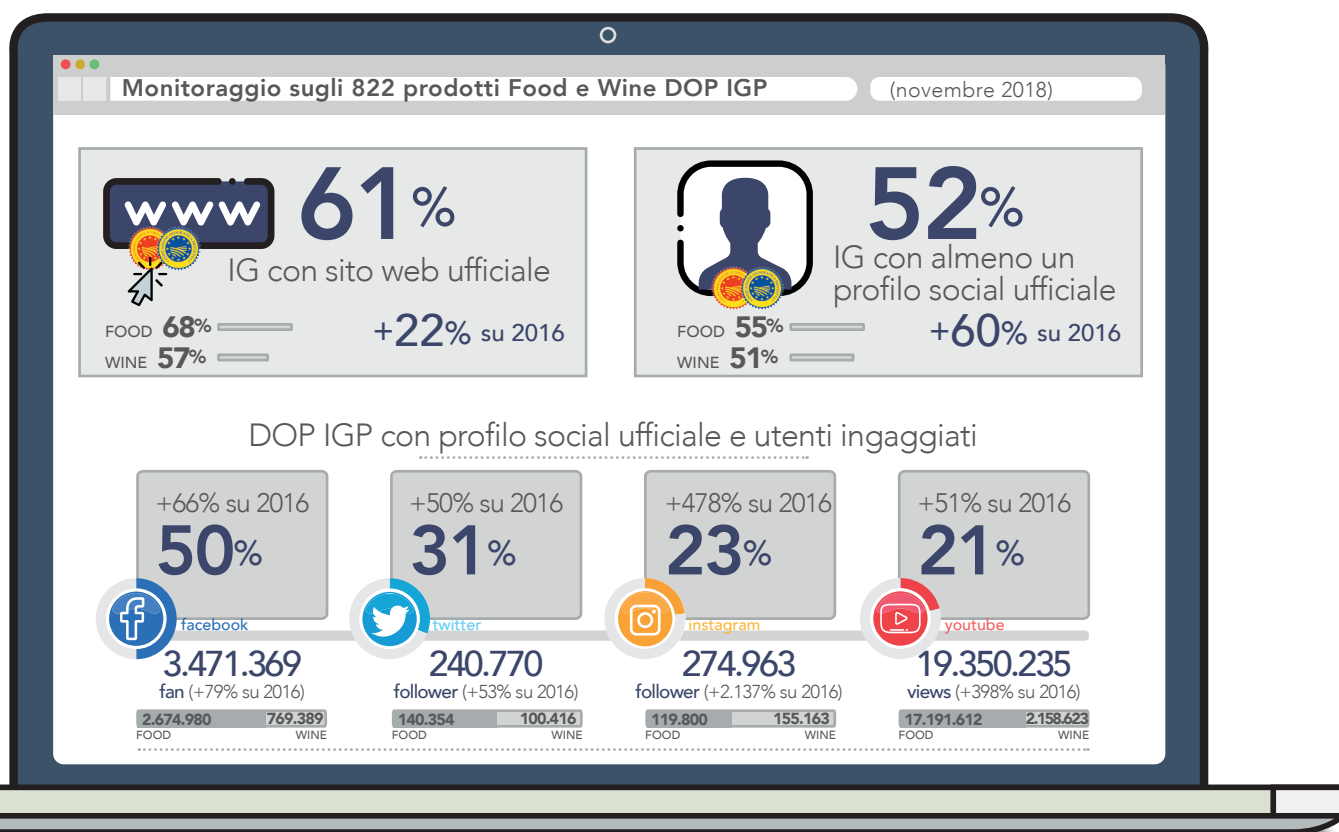
in due anni crescono del +60% le IG con canali social ufficiali

il 52% dei prodotti IG ha almeno un profilo social (420 contro i 268 del 2016 pari al +60%), mentre il 61% ha un sito ufficiale (501 contro i 412 del 2016 pari al +22%).

si fa sentire nel comparto Wine DOP IGP la fetta di denominazioni "inattive" (sul fronte produttivo e in rete) che abbassano le percentuali di IG presenti sul web; per il Food, Facebook si conferma driver, ma boom di instagram negli ultimi due anni.

comparto IG Food supera le IG Wine per social e utenti...

Infografica 6.1 DOP IGP sul web - Sito, canali social istituzionali e utenti ingaggiati (nov. 2018)



Nel XVI Rapporto viene proposta per la prima volta un'analisi di social monitoring relativa al comparto Food e Wine DOP e IGP con l'obiettivo di fotografare il comparto attraverso lo studio delle singole denominazioni e stimare l'impatto totale delle conversazioni online sul mondo delle IG.

La prima analisi, effettuata a novembre 2018, ha riguardato il monitoraggio sulla gestione di siti internet e profili social italiani e stranieri per tutti gli 822 prodotti Food e Wine DOP e IGP e il numero di follower per ciascun canale, definendo così la "social audience pro-

prietaria". Il confronto dei dati rispetto al 2016 mostra un'importante crescita in soli due anni. Oggi il 52% dei prodotti ha un sito ufficiale e il 61% almeno un profilo social: sono infatti 501 i prodotti con una pagina web ufficiale (nel 2016 erano 412, per una crescita del +22%), mentre 420 hanno almeno un profilo social (contro i 268 del 2016, per un +60%). Tra i social appare evidente la crescita di Instagram che si rivela uno dei canali principali per le conversazioni online sul tema Food&Wine. Nella tabella si riporta il dettaglio delle informazioni relative alle prime 20 denominazioni per numero di fan Facebook (il canale social "mainstream").



Tabella 6.1 Food DOP IGP sul web - Sito, canali social istituzionali e utenti ingaggiati (nov. 2018)



NOME PRODOTTO	SITO CONSORZIO	FB	TW	IG	YT	FB fan	TW follower	IG follower	YT views
Parmigiano Reggiano DOP	www.parmigiano-reggiano.it	•	•	•	•	526.664	23.745	35.270	1.379.936
Grana Padano DOP	www.granapadano.it	•	•	•	•	441.527	20.610	36.865	386.467
Gorgonzola DOP	www.gorgonzola.com	•	•	•	•	318.899	15.741	4.634	3.650.415
Asiago DOP	www.asiagochese.it	•	•	•	•	264.383	8.180	8.528	106.087
Prosciutto di San Daniele DOP	www.prosciuttosandaniele.it	•	•	•	•	173.436	8.252	3.372	214.253
Prosciutto di Parma DOP	www.prosciuttodiparma.com	•	•	•	•	167.232	24.606	5.614	8.342.954
Mela Alto Adige IGP	www.melaaltoadige.com	•			•	119.324			2.459.746
Speck Alto Adige IGP	www.speck.it	•	•		•	119.324	1.686		2.459.746
Mela Val di Non DOP	www.melinda.it	•	•	•	•	104.543	329	4.386	91.143
Taleggio DOP	www.taleggio.it	•	•	•	•	99.534	1.577	646	45.110
Mortadella Bologna IGP	www.mortadellabologna.com	•	•	•	•	57.224	2.177	1.811	53.059
Aceto Balsamico di Modena IGP	www.consorziobalsamico.it	•	•	•		49.650	2.439	4.054	
Salamini Italiani alla Cacciatora DOP	www.salamecacciatore.com	•	•			40.572	37		
Pecorino Toscano DOP	www.pecorinotoscanodop.it	•	•	•	•	36.718	3.380	4.790	619
Cotechino Modena IGP e Zampone Modena IGP	www.modenaignp.it	•		•		24.374		539	
Bresaola della Valtellina IGP	www.bresaolavaltellina.it	•	•	•		23.039	2.627	678	
Pecorino Romano DOP	www.pecorinoromano.com	•				20.274			
Prosciutto Toscano DOP	www.prosciuttotoscano.com	•	•		•	16.133	950		1.610
Montasio DOP	www.montasio.com	•	•	•	•	14.505	-	948	97
Provolone Valpadana DOP	www.provolonevalpadana.it	•	•	•	•	13.252	1.577	1.329	66.914
ALTRI FOOD DOP IGP						163.697	24.127	6.336	393.202
TOTALE FOOD						2.674.980	140.354	119.800	17.191.612



Tabella 6.2 Wine DOP IGP sul web - Sito, canali social istituzionali e utenti ingaggiati (nov. 2018)



NOME PRODOTTO	SITO CONSORZIO	FB	TW	IG	YT	FB fan	TW follower	IG follower	YT views
Chianti Classico DOP	www.chianticlassico.com	•	•	•	•	165.385	17.855	30.300	61.504
Franciacorta DOP	www.franciacorta.net	•	•	•	•	138.047	9.542	31.500	342.832
Chianti DOP	www.consorziovinochianti.it	•	•	•		46.660	406	1.601	
Conegliano Valdobbiadene - Prosecco DOP	www.prosecco.it	•	•	•	•	38.171	3.331	4.960	840.537
Bonarda dell'Oltrepò Pavese DOP	www.vinoltrepo.org	•	•	•	•	32.785	17.200	3.211	33.747
Roero DOP	www.consorziodelroero.it	•		•		33.637		1.259	
Brunello di Montalcino DOP	www.consorziobrunellodimontalcino.it	•	•	•	•	32.147	9.117	5.522	127.695
Asti DOP	www.astidocg.it	•	•	•	•	28.067	241	1.333	33.369
Brachetto d'Acqui DOP	www.brachettodacqui.com	•	•	•	•	26.833	1.191	1.205	11.643
Prosecco DOP	www.consorzioprosecco.it	•	•	•	•	24.265	3.958	4.862	8.283
Barbera d'Asti DOP	www.viniastimonferrato.it	•	•	•	•	23.801	510	1.972	-
Alto Adige DOP	www.vinialtoadige.com	•	•	•	•	23.350	2.223	1.240	487.262
Soave DOP	www.ilsoave.com	•	•	•	•	17.418	12.400	46.700	95.957
Amarone della Valpolicella DOP	www.consorziovalpolicella.it	•	•	•		12.220	3.352	2.972	245
Vino Nobile di Montepulciano DOP	www.consorziovinonobile.it	•	•	•		9.575	3.602	1.482	
Barolo DOP	www.langhevini.it	•	•			9.365	30		
Rubicone IGP	www.consorziovinodromagna.it	•		•	•	7.163		1.137	506
Valtellina Superiore DOP	www.vinidivaltellina.it	•	•			7.138	1.823		
Assisi DOP	www.stradadeivinidelcanticito.it	•	•	•		6.347	2.682	1.511	
Montepulciano d'Abruzzo DOP	www.vinidabruzzo.it	•	•	•	•	6.181	959	1.655	35.395
ALTRI WINE DOP IGP						107.834	9.994	10.741	79.648
TOTALE WINE						796.389	100.416	155.163	2.158.623

:: analisi web e engagement IG

64 milioni di utenti web raggiunti in un anno dalle IG

l'analisi sulle prime 100 IG italiane Food e Wine mostra 2,4 milioni di menzioni generate in un anno da oltre 1 milione di autori per un engagement di oltre 64 milioni di utenti in tutto il mondo.

i prodotti DOP IGP diffondono la cultura del vero made in Italy anche nelle conversazioni web, con più della metà degli utenti ingaggiati all'estero (53%); bene le IG Food che, sul fronte engagement, superano addirittura i risultati delle DOP IGP Wine.

IG ambasciatori del made in Italy di qualità, bene il Food

Infografica 6.2 analisi sulla presenza delle DOP IGP italiane nel web (nov. 2017 - nov. 2018)



La seconda analisi ha indagato la capacità di ciascun prodotto a denominazione di generare conversazione online e quindi interesse da parte degli utenti della rete. A tal fine sono stati considerati 100 prodotti in totale (50 Food e 50 Wine) selezionati tra quelli con maggior numero di follower sui profili social ufficiali e per questi è stato monitorato il contenuto sul web per rilevare il numero di **menzioni** (volte in cui una singola parola o frase viene menzionata su diverse fonti online), gli **autori unici** (utenti che hanno attivato e condiviso le conversazioni), l'**engagement** (che indica quanto interesse ottiene un post relativo ad una specifica parola chiave considerando retweets/like/condivisioni/commenti), i **paesi** in cui avvengono principalmente le conversazioni e le percentuali di menzioni per **canale**. La raccolta dati è avvenuta utilizzando una piattaforma in grado di monitorare la rete analizzando blog, forum, siti di

notizie e un gran numero di piattaforme social: l'analisi è stata effettuata tra il 24 e il 25 novembre 2018, considerando come arco temporale un anno solare e attraverso una chiave di ricerca per ciascun prodotto in logica booleana (vd appendice metodologica a pagina successiva).

I risultati di questa analisi parlano di 2,4 milioni di menzioni complessive nell'ultimo anno riferite alle prime 100 IG dei settori Food e Wine, generate da oltre 1 milione di autori per un ingaggio totale di oltre 64 milioni di utenti web. Instagram si conferma il canale privilegiato per le conversazioni online sul tema Food&Wine, ma hanno un peso tutt'altro che marginale anche News e Blog per la quasi totalità dei prodotti. Oltre all'Italia i Paesi che emergono (talvolta perfino in prima posizione) sono soprattutto USA, Regno Unito, Germania, Brasile e Canada.



Tabella 6.3 Food DOP IGP - Menzioni, autori e engagement sul web (nov. 2017 - nov. 2018)

FOOD	TOTALI			% MENZIONI PER CANALE					% MENZIONI PER PAESE		
	MENZIONI TOTALI	AUTORI TOTALI	INGAGGIO TOTALI	TW	IG	NEWS	BLOG	ALTRI	% 1° NAZIONE	% 2° NAZIONE	% 3° NAZIONE
Parmigiano Reggiano DOP	178.533	73.718	6.509.757	26%	37%	11%	21%	5%	ITA 52%	USA 25%	GBR 5%
Prosciutto di Parma DOP	128.115	49.611	2.206.872	35%	27%	16%	16%	6%	USA 34%	ITA 24%	GBR 12%
Grana Padano DOP	119.589	57.133	3.995.058	21%	38%	11%	21%	9%	ITA 39%	USA 22%	BRA 9%
Mozzarella di Bufala Campana DOP	95.103	38.387	3.159.843	22%	36%	10%	17%	14%	ITA 70%	USA 9%	BRA 4%
Fontina DOP	92.002	28.825	2.165.881	56%	16%	13%	11%	5%	ARG 35%	USA 34%	ITA 17%
Aceto Balsamico di Modena IGP	61.296	30.401	1.164.228	19%	32%	16%	26%	7%	ITA 62%	USA 8%	BRA 5%
Gorgonzola DOP	58.303	32.148	2.675.761	22%	28%	19%	23%	8%	USA 47%	ITA 28%	BRA 6%
Pecorino Romano DOP	49.749	27.973	1.924.457	19%	35%	17%	23%	7%	USA 42%	ITA 39%	BRA 2%
Cipolla Rossa di Tropea Calabria IGP	45.120	20.468	1.145.835	11%	29%	22%	33%	5%	ITA 87%	USA 6%	IND 1%
Asiago DOP	42.119	21.258	1.789.869	30%	26%	15%	18%	11%	USA 66%	ITA 21%	CAN 3%
Taleggio DOP	32.076	17.094	823.406	28%	31%	15%	19%	7%	ITA 52%	USA 23%	GBR 5%
Pistacchio Verde di Bronte DOP	26.898	12.182	960.234	20%	57%	6%	12%	6%	ITA 80%	USA 10%	MLT 1%
Pomodoro S. Marzano dell'Agro Sarnese-Nocerino DOP	21.989	11.920	821.109	12%	36%	15%	24%	13%	ITA 47%	USA 38%	GBR 8%
Pasta di Gragnano IGP	21.042	9.356	751.430	11%	47%	8%	25%	9%	ITA 73%	USA 11%	BRA 6%
Prosciutto di San Daniele DOP	19.412	8.214	409.707	40%	19%	14%	15%	13%	ITA 63%	USA 12%	GBR 3%
Altri Food DOP IGP	187.724	91.348	3.490.876	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTALE FOOD DOP IGP	1.179.070	530.036	33.994.323	26%	31%	15%	21%	8%			



Tabella 6.4 Wine DOP IGP - Menzioni, autori e engagement sul web (nov. 2017 - nov. 2018)

WINE	TOTALI			% MENZIONI PER CANALE					% MENZIONI PER PAESE		
	MENZIONI TOTALI	AUTORI TOTALI	INGAGGIO TOTALI	TW	IG	NEWS	BLOG	ALTRI	% 1° NAZIONE	% 2° NAZIONE	% 3° NAZIONE
Prosecco DOP	233.253	94.306	5.665.738	27%	37%	15%	15%	7%	USA 36%	ITA 23%	GBR 19%
Chianti DOP	117.459	51.370	2.735.926	21%	41%	18%	16%	5%	ITA 47%	USA 32%	GBR 2%
Barolo DOP	93.541	42.177	2.878.485	17%	50%	16%	14%	4%	ITA 44%	USA 30%	GBR 2%
Brunello di Montalcino DOP	90.171	40.547	3.983.786	21%	50%	14%	12%	4%	ITA 46%	USA 28%	BRA 3%
Amarone della Valpolicella DOP	54.655	24.374	1.271.904	23%	41%	17%	14%	4%	ITA 47%	USA 27%	GBR 3%
Nebbiolo d'Alba DOP	54.064	24.053	1.999.291	15%	51%	15%	15%	4%	ITA 42%	USA 31%	AUS 2%
Marsala DOP	45.629	18.083	774.871	28%	17%	24%	21%	9%	USA 51%	ITA 31%	GBR 2%
Franciacorta DOP	45.413	20.158	1.434.765	14%	56%	12%	14%	3%	ITA 67%	USA 20%	GBR 1%
Valpolicella DOP	43.292	18.783	912.573	18%	42%	19%	16%	4%	ITA 55%	USA 24%	GBR 3%
Asti DOP	40.532	17.128	564.451	14%	23%	34%	24%	6%	ITA 54%	USA 24%	CIN 2%
Etna DOP	38.395	15.632	1.134.476	18%	35%	17%	25%	4%	ITA 52%	USA 24%	TOK 2%
Barbaresco DOP	30.808	14.627	963.609	15%	48%	19%	14%	4%	ITA 43%	USA 31%	JPN 3%
Lambrusco DOP	29.863	14.205	520.628	30%	36%	14%	17%	4%	ITA 42%	USA 27%	ESP 10%
Chianti Classico DOP	26.547	11.077	523.750	20%	23%	31%	22%	5%	ITA 44%	USA 31%	CAN 3%
Oltrepò Pavese DOP	20.932	6.650	311.528	26%	17%	21%	26%	11%	ITA 89%	USA 5%	FRA 1%
Altri Wine DOP IGP	276.738	123.535	4.629.302	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTALE WINE DOP IGP	1.241.292	536.705	30.305.083	21%	38%	18%	17%	5%			

:: appendice metodologica analisi web DOP IGP



La raccolta dati per l'analisi web dei prodotti DOP IGP è avvenuta utilizzando la piattaforma TalkWalker che permette di "ascoltare" la rete analizzando blog, forum, siti di notizie e un gran numero di piattaforme social (Twitter, YouTube, LinkedIn, Instagram, Pinterest, Google+, Flickr, Foursquare, Vimeo, Dailymotion). Tra le piattaforme social non risulta presente in quest'analisi Facebook per policy del canale social stesso. La ricerca è stata effettuata attraverso una chiave in logica booleana, visibile per ciascun prodotto come riportato di seguito. Si specificano le scelte fatte dai ricercatori: l'obiettivo principale nel definire la chiave di ricerca era rendere il risultato il più possibile riconducibile alla denominazione ricercata senza però restringere eccessivamente il monitoraggio. Ad esempio, nel caso dell'Asiago DOP non era possibile inserire solo il termine Asiago senza che fossero restituite menzioni relative alla città di Asiago o all'altopiano di Asiago ma, allo stesso tempo, se si fosse cercato solo "Asiago DOP" si sarebbero escluse tutte le menzioni fatte attraverso hashtag, dove non sono previsti spazi. A seconda della denominazione e del suo grado di ambiguità rispetto ad altri termini si è deciso dunque di utilizzare vari tipi di chiave di prodotto:

- solo nome prodotto (con o senza DOP/IGP) e nome prodotto con denominazione senza spazi (esempio: MortadellaIGP) per prodotti che non avevano maggiormente bisogno di essere disambiguati;
- se nome composto (esempio Aceto Balsamico di Modena IGP) si è cercata almeno una parola relativa al nome e la denominazione;
- per nomi di prodotti che potevano riferirsi a più significati, il nome è stato affiancato alla specifica del prodotto in italiano e inglese (esempio: Asiago AND (formaggio OR cheese));
- per tutti i prodotti sono stati inoltre cercati gli hashtag più comuni e quelli ufficiali utilizzati dai Consorzi sui propri profili italiani e stranieri.

I risultati riportati in tabella si riferiscono ai primi 15 prodotti Food e Wine per numero di menzioni sul web. Ultima specifica riguarda i risultati relativi alle menzioni per il comparto totale DOP/IGP: essi sono una stima ricavata dalla somma delle menzioni delle singole denominazioni. È possibile che una conversazione sia quindi considerata più volte se sono citate in essa più denominazioni ma si è deciso di rendere questo dato in quanto espressione dell'effetto moltiplicatore che le conversazioni online hanno in rete.

Di seguito si riportano le chiavi di ricerca booleane utilizzate per i primi 15 prodotti Food e Wine:

PRODOTTO FOOD	CHIAVE DI RICERCA
Parmigiano Reggiano DOP	(parmigiano AND (reggiano OR dop)) OR parmigianoreggiano OR parmigianoreggianodop
Prosciutto di Parma DOP	((prosciutto OR ham) AND parma) OR prosciuttodiparma OR prosciuttodiparnadop OR prosciuttoparma OR prosciuttoparnadop
Grana Padano DOP	(grana AND (padano OR formaggio OR cheese OR dop)) OR GranaPadano OR granapadanodop OR GranaPadanodop OR ILoveGranaPadano
Mozzarella di Bufala Campana DOP	(mozzarella AND bufala) OR (mozzarella AND campana) OR mozzarelladop OR mozzarelladibufaladop OR mozzarellacampanadop
Fontina DOP	fontina OR fontinadop
Aceto Balsamico di Modena IGP	((aceto OR balsamico) AND (modena OR igp)) OR "aceto balsamico" OR acetobalsamico OR acetobalsamicodimodena OR acetobalsamicomodena OR acetobalsamicomodenaigp OR acetobalsamicodimodenaigp OR balsamicoigp
Gorgonzola DOP	(gorgonzola AND (Dop OR formaggio OR cheese)) OR gorgonzoladop OR gorgonzolaGU OR quesogorgonzola OR gorgonzolaAOP OR 고희곤조올DOP #고려곤조올dop OR gorgonzolaChNP
Pecorino Romano DOP	(pecorino AND romano) OR pecorinoromano OR pecorinoromanodop OR Fuoridalgregge
Cipolla Rossa di Tropea Calabria IGP	((cipolla OR onion) AND (rossa OR tropea OR igp)) OR cipollarossaditropea OR cipollarossatropea OR cipollarossaditropeaigp OR cipollarossatropeaigp
Asiago DOP	(asiago AND (formaggio OR dop OR cheese)) OR formaggioasiago OR asiagocheese OR formaggioasiagodop OR asiagodop
Taleggio DOP	talleggio OR taleggiadop
Pistacchio Verde di Bronte DOP	(pistacchio AND (bronte OR dop)) OR pistacchioverdedibronte OR pistacchioverdedibrontedop OR pistacchiidibronte OR pistacchiidibrontedop
Pomodoro S. Marzano dell'Agro Sarnese-Nocerino DOP	((pomodoro OR tomato) AND ("san marzano" OR "dell'agro sarnese")) OR pomodorosanmarzano OR pomodorosanmarzanodop OR sanmarzanodop
Pasta di Gragnano IGP	(pasta AND gragnano) OR pastadigragnano OR pastadigragnanoigp OR pastaigp OR pastagragnano OR pastagragnanoigp
Prosciutto di San Daniele DOP	((prosciutto OR ham) AND "san danielle") OR prosciuttosandaniele OR prosciuttosandanieledop OR sandanieleprosciutto OR prosciuttosandanieledop OR SanDaniele OR ProsciuttoDiSanDaniele OR ProsciuttoSanDaniele
PRODOTTO WINE	CHIAVE DI RICERCA
Prosecco DOP	(prosecco AND (dop OR doc OR vino OR wine)) OR proseccodop OR proseccodoc OR TasteProsecco OR ItalianGenio
Chianti DOP	(chianti AND (docg OR vino OR wine)) OR chiantidocg OR chiantiwine OR chiantivino
Barolo DOP	(barolo AND (docg OR vino OR wine)) OR barolodocg OR barolowine OR barolovino
Brunello di Montalcino DOP	(brunello AND (montalcino OR docg OR vino OR wine)) OR brunellodimontalcino OR brunellomontalcino OR brunellomontalcinodocg OR brunellomontalcinowine OR brunellomontalcinodop
Amarone della Valpolicella DOP	(amarone AND (valpolicella OR docg OR vino OR wine)) OR amaronedellavalpolicella OR amaronedellavalpolicelladocg OR amaronedellavalpolicellawine OR amaronedellavalpolicelladop
Nebbiolo d'Alba DOP	(nebbiolo AND (alba OR doc OR vino OR wine)) OR nebbiolodalba OR nebbiolodalbadoc OR nebbiolodalbawine OR nebbiolodalbadop
Marsala DOP	(marsala AND (doc OR vino OR wine)) OR marsaladoc OR marsalavino OR marsalawine
Franciacorta DOP	((franciacorta AND (docg OR vino OR wine)) OR franciacortadocg OR franciacortavino OR franciacortawine OR TastingFranciacorta
Valpolicella DOP	(valpolicella AND (doc OR vino OR wine)) OR valpolicelladoc OR valpolicellawine OR valpolicellavino
Asti DOP	(asti AND (docg OR wine)) OR astidocg OR astiwine
Etna DOP	(etna AND (doc OR vino OR wine)) OR etnadoc OR etnavino OR etnawine
Barbaresco DOP	(barbaresco AND (docg OR vino OR wine)) OR barbarescovino OR barbarescawine OR barbarescodocg
Lambrusco DOP	(lambrusco AND (doc OR vino OR wine)) OR lambruscovino OR lambruscawine OR lambruscodocg
Chianti Classico DOP	("chianti classico" AND (docg OR vino OR wine)) OR chianticlassicovino OR chianticlassicawine OR chianticlassicodop OR chianticlassicodocg
Oltrepò Pavese DOP	(oltrepò AND (pavese OR doc OR vino OR wine)) OR oltrepopavesedoc OR oltrepopavesevino OR oltrepopavesewine

Legislazione e accordi internazionali



:: legislazione e accordi internazionali



FOOD

Sistema normativo con il quale si riconosce e si protegge la denominazione di un prodotto agroalimentare che ha un forte legame con il territorio in cui è prodotto (DOP e IGP) oppure con le tecniche di produzione (STG) definite da regole codificate in un Disciplinare approvato a livello comunitario.

- Reg. CE 2081 e 2082 del 1992 - Abrogati
- Reg. CE 510/2006 - Abrogato
- Reg. CE 509/2006 - Abrogato
- Reg. UE 1151/2012 - Pacchetto Qualità - in vigore



WINE

Sistemi normativi che riconoscono e proteggono la denominazione di un vino contraddistinta da una data provenienza delle uve e da caratteristiche specifiche del prodotto finito, codificate in un Disciplinare approvato a livello comunitario.

- D.P.R. 930/1963, superato dalla L. 164/1992, abrogata e sostituita dal D.Lgs. 61/2010, ad oggi sostituito dalla L. 238/2016
- Reg. CE 479/2008 - Abrogato
- Reg. UE 1308/2013 - In vigore

Infografica 7.1 quadro nazionale provvedimenti (al 31/10/2018)



4

nuovi riconoscimenti
(4 Food - 0 Wine)

0

protezioni transitorie

15

richieste di riconoscimento



18

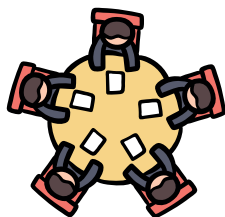
modifiche disciplinari

11

modifiche non minori

7

modifiche minori



275

Consorzi riconosciuti

154

Consorzi di tutela Food

121

Consorzi di tutela Wine



135

agenti vigilatori sez. A albo

106

agenti vigilatori sez. B albo
(pubblica sicurezza)

16

riconosciuti 2017
sezione A

6

riconosciuti 2017
sezione B



Infografica 7.2 accordi bilaterali UE che includono prodotti italiani DOP IGP Food & Wine



Elaborazione Qualivita :: Fonte OriGIn - Dati al 30/11/2018



TUTELA MONDIALE DELLE IG

Le Indicazioni Geografiche necessitano di una tutela globale che operi non solo nel Paese di origine ma anche sugli altri mercati di destinazione. La loro difesa a livello internazionale non è un tema di facile soluzione, a causa delle rilevanti differenze di disciplina nei vari sistemi giuridici di riferimento. La difficoltà di riuscire a definire un quadro di regole e di tutela condiviso a livello mondiale, si deve agli interessi contrapposti tra quei Paesi con una forte tradizione di produzioni di qualità territoriale e quelli che, in assenza di tali caratteristiche, tendono a favorire produzioni generiche.



ACCORDI BILATERALI

Nel corso del tempo, l'Unione Europea ha negoziato con alcuni partner commerciali internazionali accordi bilaterali (Accordi sulle IG, Free Trade Agreement con capitoli dedicati alle IG, Accordi di cooperazione con implicazioni sul sistema IG, ecc.) per il riconoscimento dei prodotti di qualità europei. L'infografica riporta un quadro generale di accordi bilaterali, negoziati o in corso di negoziazione, tra i Paesi dell'UE e Paesi Terzi che comprendono prodotti Food e Wine DOP IGP italiani.

Controlli



8

:: controlli

VIGILANZA, CONTROLLO, AUTOCONTROLLO

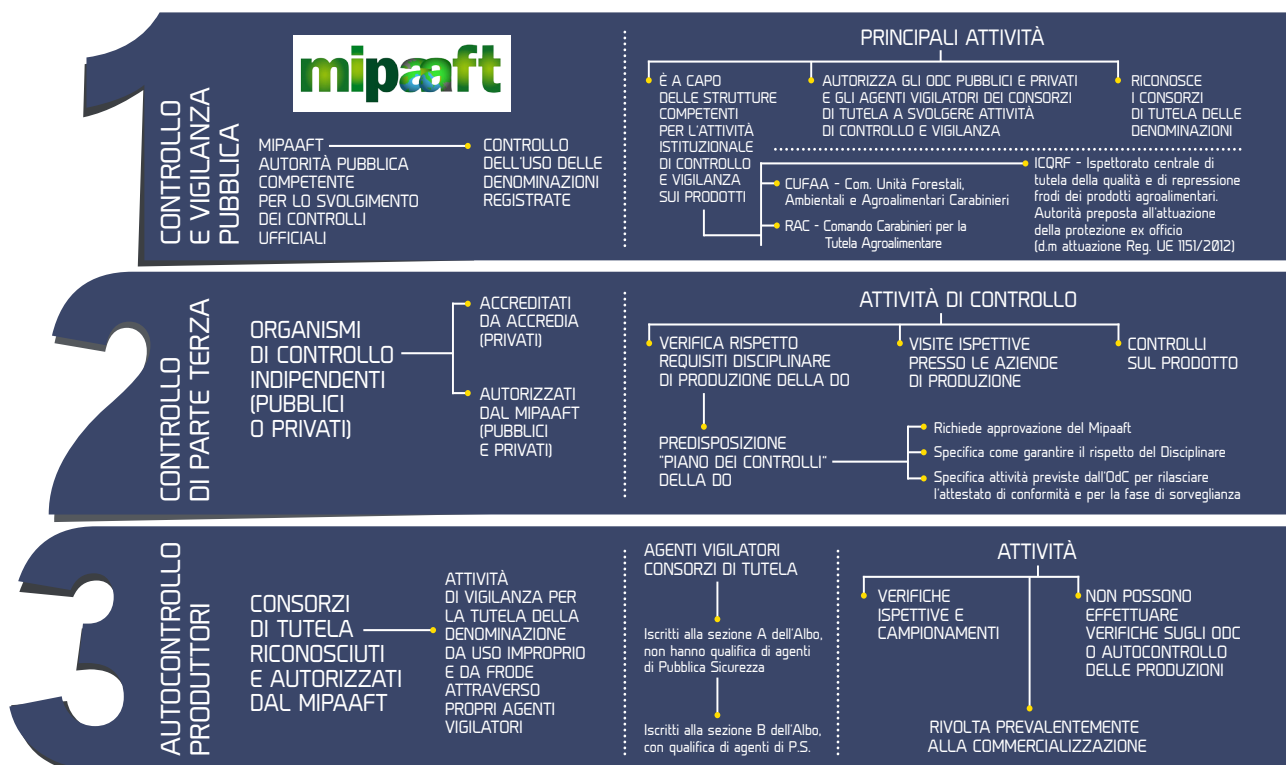
Il Sistema dell'Unione Europea sulle DOP, IGP, STG prevede una procedura di controllo finalizzata a verificare la conformità di un prodotto al disciplinare di produzione riconosciuto e a monitorare l'uso dei nomi registrati sui prodotti immessi in commercio. L'attuazione delle procedure è affidata a un sistema di controllo che opera su tre livelli distinti: vigilanza pubblica, controllo da parte di enti terzi, autocontrollo dei produttori.

- La vigilanza è affidata all'Autorità pubblica competente riconosciuta dalla Commissione Europea. In Italia il ruolo è ricoperto dal **Ministero delle politiche agricole, alimentari, forestali e del turismo** che è a capo delle strutture competenti per le attività di vigilanza e controllo pubblico sui prodotti: Ispettorato Centrale della tutela della Qualità e della Repressione Frodi dei prodotti agroalimentari (**ICQRF**), Comando Carabinieri per la Tutela Agroalimentare/Reparto Agroalimentare Carabinieri (**RAC**), Comando Unità Forestali Ambientali e Agroalimentari (**CUFAA**) e **Capitanerie di Porto - Guardia Costiera**. Nel presente rapporto è riportata una sintesi dei controlli effettuati nei primi dieci mesi dell'anno (01/01/2018-31/10/2018) e dei principali risultati raggiunti. Con riferimento alla salvaguardia dei prodotti a Indicazione geografica, l'ICQRF si conferma come una delle maggiori autorità antifrode in Europa, e in particolare nell'attività di contrasto ai falsi prodotti agroalimentari DOP IGP italiani sul web, anche grazie alla proficua

collaborazione con le principali piattaforme di e-commerce attraverso il protocollo d'intesa fra eBay e ICQRF, AICIG e Federdoc rinnovato il 14/11/2018.

- Il controllo e la certificazione dei prodotti è affidata a enti terzi indipendenti (**Organismi di controllo**) che possono essere pubblici o privati e operano come enti di certificazione. Sono autorizzati dal Ministero delle politiche agricole, alimentari, forestali e del turismo e, nel caso di soggetti privati, devono essere accreditati dall'Ente unico nazionale di accreditamento (**Accredia**). Il controllo effettuato da Enti terzi è finalizzato ad accertare il rispetto dei requisiti definiti dal disciplinare di produzione. Il controllo viene effettuato attraverso verifiche ispettive presso le aziende di produzione e controlli sui prodotti. La frequenza e le modalità dei controlli sono definiti in un piano dei controlli approvato dal Mipaaft.
- In merito all'autocontrollo da parte dei produttori è previsto che i **Consorzi** riconosciuti possano espletare funzioni di tutela e controllo sulle produzioni attraverso specifici **Agenti Vigilatori** a loro volta riconosciuti dal Ministero delle politiche agricole, alimentari, forestali e del turismo e iscritti in apposito albo. Gli agenti svolgono attività prevalentemente nella fase di commercializzazione e possono effettuare verifiche ispettive e campionamenti, mentre non è loro consentito operare ispezioni sugli organismi di controllo o effettuare autocontrollo sulle produzioni.

Infografica 8.1 sistema di vigilanza e controllo DOP, IGP Italia



Infografica 8.2 attività di controllo e risultati operativi settore DOP IGP (fino al 31/10/2018)

Nei primi dieci mesi del 2018 le attività nell'ambito del settore delle produzioni DOP IGP da parte degli organismi di controllo collegati al Mipaaf, hanno riguardato più di **10mila controlli**, su oltre **7mila operatori**.



ATTIVITÀ DI CONTROLLO ALLE PRODUZIONI DOP IGP E RISULTATI OPERATIVI

ATTIVITÀ DI CONTROLLO	FOOD	WINE	TOTALE
Controlli totali	3.062	6.554	9.616
Operatori irregolari	20,8%	26,1%	47%
Prodotti irregolari	20,8%	20,3%	41%
Campioni irregolari	2,6%	5,5%	8%
RISULTATI OPERATIVI			
Notizie di reato	117	108	225
Contestazioni amministrative	610	1.326	1.936
Sequestri	29	109	138
Valore dei sequestri	2 mln €	11 mln €	13 mln €
Diffide	263	418	681
ATTIVITÀ SUL WEB E FUORI ITALIA			CASI (N.)
Cooperazione Web	132		
ebay	98		
Amazon	16		
Alibaba	18		
Organismo di contatto "vino"	186		
Autorità "ex-officio"	58		
TOTALE	376		



ATTIVITÀ DI CONTROLLO ALLE PRODUZIONI DOP IGP E RISULTATI OPERATIVI

Imprese controllate	304
Violazioni penali accertate	15
Violazioni amministrative contestate	28
Violazioni amministrative importo notificato	83mila €
Sequestri amministrativi	4



Dal 1° novembre 2017 il Comando Carabinieri Politiche Agricole e Alimentari ha assunto la nuova denominazione di "Comando Carabinieri per la Tutela Agroalimentare". Nello stesso arco di tempo il Comando viene ampliato nei Reparti esterni che da 3 (Parma, Roma e Salerno), passano a 5 con l'aggiunta dei neo nati Reparti di Torino e Messina. Anche qui la nuova denominazione dei Reparti da NAC (Nuclei Antifrodi Carabinieri) a RAC (Reparto Agroalimentare Carabinieri).

ATTIVITÀ DI CONTROLLO ALLE PRODUZIONI DOP IGP E RISULTATI OPERATIVI

Imprese controllate	399
Tonnellate di prodotti sequestrati	35
Valore dei sequestri	789mila €
Violazioni penali accertate	14
Sanzioni amministrative contestate	103

Nel contesto delle verifiche rinvenuto e sequestrato materiale per il confezionamento evocante prodotti a denominazione e/o indicazione geografica:
 :: **241.241** etichette con diciture richiamanti marchi di tutela
 :: **16.447** confezioni con effigie DOP e IGP



attività di controllo settore DOP IGP

Nota metodologica



:: **comparto
FOOD**

PRODUZIONE

Le quantità dell'intera produzione certificata nell'anno di riferimento, per prodotto, vengono stimate sulla scorta delle informazioni raccolte a mezzo dell'indagine censuaria condotta annualmente da Ismea e Qualivita presso i Consorzi di tutela e con l'Ispettorato centrale repressione frodi (ICQRF) presso gli Organismi di controllo. Come per lo scorso rapporto i Consorzi e le Associazioni di tutela hanno fornito i dati in loro possesso tramite la compilazione di un questionario on line ulteriormente affinato per facilitare e rendere più rapida la verifica delle informazioni fornite per il 2016 e per gli anni precedenti. I dati provenienti dagli Odc sono stati raccolti dall'ICQRF e poi elaborati e verificati da Ismea. Il doppio controllo e la revisione anche retroattiva dei dati da parte dei Consorzi e delle Associazioni di tutela, ha determinato talvolta la rettifica delle informazioni stimate negli anni precedenti.

VALORE ALLA PRODUZIONE

Il valore alla produzione, per prodotto, viene stimato valorizzando le quantità dell'intera produzione certificata nell'anno al prezzo medio nazionale alla produzione. Il prezzo medio nazionale alla produzione fa riferimento al prezzo indicato dal Consorzio o dall'Associazione di Tutela e, ove mancante, viene derivato dalla rete di rilevazione dei prezzi all'origine dell'Ismea e viene calcolato secondo l'algoritmo della metodologia dell'Istituto. Nel caso di dato mancante, ma disponibile per l'anno precedente, esso viene stimato applicando al dato dell'anno precedente la variazione media dei prezzi all'origine della categoria cui il prodotto afferisce.

VALORE AL CONSUMO

Il valore al consumo, per prodotto, viene stimato valorizzando le quantità dell'intera produzione certificata nell'anno al prezzo medio nazionale al consumo. Il prezzo medio nazionale al consumo fa riferimento al prezzo indicato dal Consorzio o dall'Associazione di tutela e, ove mancante, viene derivato dall'Osservatorio ISMEA sugli acquisti dei prodotti alimentari. Nel caso di dato mancante, ma disponibile per l'anno precedente, esso viene stimato applicando al dato dell'anno precedente la variazione media dei prezzi al consumo della categoria cui il prodotto afferisce.

ESPORTAZIONI IN QUANTITÀ

Le quantità della produzione certificata nell'anno e destinata al mercato estero viene stimata sulla scorta delle informazioni raccolte a mezzo dell'indagine censuaria diretta condotta annualmente da Ismea e Qualivita presso i Consorzi e le Associazioni di tutela.

ESPORTAZIONI IN VALORE

Il valore delle esportazioni, per prodotto, viene stimato valorizzando le quantità della produzione certificata nell'anno e destinata al mercato estero al prezzo medio all'export. Il prezzo medio all'export è quello indicato dal Consorzio o dall'Associazione di tutela. Nel caso di dato mancante, ma disponibile per l'anno precedente, esso viene stimato applicando al dato dell'anno precedente la variazione media dei prezzi all'export della categoria cui il prodotto afferisce.

INDICATORI DI IMPATTO

La costruzione degli indicatori di impatto territoriale per il Food ha considerato, per singola denominazione, l'areale di produzione e il valore alla produzione, nonché il numero di operatori per provincia fornito dagli Odc con il coordinamento dell'ICQRF per ciascuna IG. Questo dato ha affinato l'analisi della rilevanza economica provinciale in termini di produzioni DOP IGP e ha fornito ulteriori dettagli economici sulle singole produzioni.

NUMERO OPERATORI FOOD

Rielaborazioni Ismea-Qualivita a partire da dati Istat.

Nota metodologica



:: comparto
WINE

PRODUZIONE DI VINO SFUSO DOP E IGP

Le quantità della produzione certificata nell'anno di riferimento, per denominazione, derivano dalle informazioni raccolte annualmente dall'ICQRF (Ispettorato centrale della tutela della qualità e della repressione frodi dei prodotti agroalimentari) del Ministero delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali, attraverso gli Organismi di certificazione del vino. L'aggregato si riferisce al prodotto sfuso e comprende i vini DOP certificati e gli IGP destinati al circuito dell'imbottigliamento all'interno dei confini nazionali. Nell'aggregato è inoltre compreso il vino IGP esportato sfuso, le cui quantità vengono rilevate dall'Istat.

PRODUZIONE DI VINO IMBOTTIGLIATO DOP E IGP

I valori del volume imbottigliato nell'anno di vino certificato DOP e IGP derivano dalle informazioni raccolte annualmente dall'ICQRF (Ispettorato centrale della tutela della qualità e della repressione frodi dei prodotti agroalimentari) del Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali, attraverso gli Organismi di certificazione del vino.

VALORE ALLA PRODUZIONE DEL VINO SFUSO DOP E IGP

Viene determinato valorizzando la produzione di vino sfuso DOP e IGP ai prezzi all'origine della rete di rilevazione dell'Ismea.

VALORE ALLA PRODUZIONE DEL VINO IMBOTTIGLIATO DOP E IGP (EX FABRICA)

Viene determinato valorizzando la produzione di vino imbottigliato DOP e IGP secondo un algoritmo condiviso a livello europeo nell'ambito del gruppo di lavoro OIV (Organisation Internationale de la Vigne et du Vin). Tale algoritmo, nello specifico prevede la valorizzazione della produzione dei due segmenti produttivi (DOP e IGP) ai rispettivi prezzi FOB all'export dell'anno di riferimento, depurati dal costo di trasporto. Il costo di trasporto è una stima Ismea.

ESPORTAZIONI IN VOLUME E VALORE

Rielaborazioni Ismea a partire da dati Istat.

INDICATORI DI IMPATTO

La costruzione degli indicatori di impatto territoriale per il Wine ha considerato, per singola denominazione, l'areale di produzione e il valore alla produzione, e da quest'anno, anche i volumi produttivi complessivi per provincia su dati Istat. Questo dato ha affinato l'analisi della rilevanza economica provinciale in termini di produzioni DOP IGP.

NUMERO OPERATORI WINE

Il dato regionale è una stima Ismea basata sui dati forniti dagli Odc, con il coordinamento dell'ICQRF, relativamente a ciascun prodotto DOP e IGP. Gli operatori considerati nel conteggio sono gli operatori distinti che operano in ciascuna o più delle diverse fasi di produzione del vino nella specifica regione. Se uno stesso soggetto aziendale, opera su diversi prodotti DOP e IGP, afferenti a diverse regioni, viene conteggiato come "operatore" unico in ciascuna regione.



Dal 2003, il RAPPORTO ISMEA-QUALIVITA offre annualmente una fotografia dettagliata della realtà economica, legislativa e comunicativa del comparto IG italiano, arricchita da una sezione sui consumi nella Grande Distribuzione nazionale. Quest'anno l'indagine contiene anche una nuova ricerca sui "Big Data" Web e Social per offrire la prima valutazione sulla presenza e diffusione delle DOP IGP italiane nel mondo digitale.

Il XVI Rapporto, frutto dell'integrazione delle competenze sviluppate dall'Osservatorio Ismea e dall'Osservatorio Qualivita, è organizzato in otto capitoli concernenti un'analisi dello scenario europeo e italiano delle DOP IGP, i dati produttivi 2017 dei comparti Food e Wine, i focus con i valori regionali e provinciali, i consumi nella GDO, un'analisi Web & Social delle DOP IGP, il contesto legislativo di riferimento e un quadro sulle attività di vigilanza effettuate nel 2018.

  **#rapportodop2018**

ISBN 978-88-96530-47-4



9 788896 530474