

Importanza del cibo rispetto a 4 issue

Oggi il cibo ha smesso di essere una merce qualunque per trasformarsi in un asset strategico in grado di incidere sulle principali sfide del nostro tempo. Parlare di produzioni a Denominazione di Origine (D.O.) significa adottare il paradigma della "qualità totale del cibo", un modello dinamico e integrato che unisce sicurezza alimentare, valore nutrizionale, tutela etica e rispetto ambientale. Il Progetto MEIA mappa e affronta questo ecosistema analizzando l'impatto del cibo attraverso quattro grandi questioni cruciali (*issue*).

I quattro pilastri del framework MEIA

- **Il diritto al cibo e l'accessibilità:** In linea con il Goal 2 dell'Agenda 2030, il diritto al cibo non è solo la garanzia di una quantità sufficiente di alimenti, ma il superamento delle disuguaglianze nell'accesso a prodotti sani, sicuri e culturalmente riconoscibili. La vera sfida risiede nel rendere democratica la qualità delle D.O., abbattendo i costi di produzione tramite l'efficienza tecnologica (accessibilità economica), educando la domanda con il marketing strategico dei Consorzi (accessibilità culturale) e blindando la filiera da frodi e contraffazioni attraverso sistemi digitali e blockchain (accessibilità qualitativa).
- **La sostenibilità come equilibrio delle risorse:** La produzione agroalimentare non può più generare esternalità negative a scapito del futuro. Ragionando secondo il modello circolare Pearce-Turner, ogni ciclo produttivo deve preservare attivamente i quattro stock di capitale fondamentali: naturale (tutela di biodiversità, suolo e acqua), umano (diritti e sicurezza dei lavoratori), sociale (coesione e tradizioni territoriali) ed economico (investimenti a lungo termine).
- **Migliorare la redditività dei produttori agricoli:** La sostenibilità economica è la condizione necessaria per mantenere vive le nostre campagne. La redditività non si costruisce inseguendo la riduzione dei costi al ribasso o i grandi volumi industriali, ma posizionando i prodotti a D.O. su mercati maturi disposti a riconoscere un *premium price* per l'autenticità. La redditività si difende anche potenziando la tutela legale delle etichette e aprendo canali commerciali alternativi, come i mercati istituzionali e la domanda collettiva.
- **Valorizzazione delle risorse e delle identità territoriali:** I prodotti a D.O. sono indissolubilmente legati alla propria terra d'origine e agiscono come vettori di una storia non replicabile altrove. Valorizzare questo legame significa fare presidio attivo contro lo spopolamento delle aree rurali e rurali marginali, innescando ecosistemi integrati che connettono l'agricoltura al turismo, all'artigianato e alla ristorazione locale, trasformando le specificità latenti in veri e propri motori di sviluppo diffuso.