

Lo Scenario Globale

Il sistema agroalimentare moderno si muove all'interno di un profondo paradosso. Da un lato, la società esprime una forte domanda di benessere, salute e trasparenza; dall'altro, il mercato spinge verso la standardizzazione e l'omologazione dei consumi.

Ci troviamo immersi in una **globalizzazione a geometria variabile**: un modello che integra i mercati mondiali ma lascia frammentate le regole, i diritti e le tutele, generando asimmetrie competitive che penalizzano chi produce nel rispetto dei territori.

La trappola del prezzo e l'esternalizzazione dei costi

Quando la competizione si gioca esclusivamente sul prezzo minimo, molte grandi imprese multinazionali ottengono un vantaggio abbattendo i costi di produzione. Questo risparmio immediato è però il frutto di un'esternalizzazione dei costi che grava sulla collettività. I prezzi apparentemente stracciati dei prodotti omologati spesso nascondono il sacrificio di quattro capitali fondamentali: il capitale naturale, compromesso dallo sfruttamento intensivo; il capitale umano, penalizzato da condizioni di lavoro inadeguate; il capitale economico, che privilegia il breve termine; e il capitale sociale, che perde coesione e legame con le radici territoriali.

Le tre dimensioni della povertà alimentare collettiva

Questo scenario alimenta e amplifica una triplice criticità che colpisce direttamente la società odierna e le sue abitudini di consumo. La prima è la povertà economica, che riguarda l'impossibilità materiale di accedere a pasti regolari e dignitosi per milioni di persone. A questa si affianca la povertà qualitativa, ovvero la tendenza a privilegiare la quantità rispetto alla qualità, con scelte dettate unicamente dal prezzo minimo e spesso dannose per la salute. Infine, la povertà culturale rappresenta la mancanza di consapevolezza sul valore olistico del cibo: in assenza di cultura alimentare, il prodotto viene percepito come una merce qualsiasi, alimentando acquisti inconsapevoli che danneggiano il territorio, l'ambiente e la propria identità.

Il bivio strategico delle Denominazioni di Origine

Di fronte a questa spinta omologatrice e alla piaga della contraffazione, **i prodotti DOP e IGP si trovano a un vero e proprio bivio strategico**. Competere sul terreno del prezzo è una strada impraticabile e fallimentare. L'unica via sostenibile è quella dell'identità, fondata sui vantaggi esclusivi territoriali: caratteristiche uniche e non replicabili altrove, modellate da fattori ambientali (aria, acqua, suolo, clima) e umani (tradizioni, saperi e tutela del lavoro).

Verso la "Qualità Totale"

Per vincere la sfida globale, il sistema delle Denominazioni di Origine deve farsi promotore di un nuovo approccio sistemico, definito come **Qualità Totale**. Non si tratta più solo di rispettare i parametri organolettici di un Disciplinare. La qualità moderna è un concetto ampio e integrato che fonde salubrità, esclusività territoriale, sostenibilità ambientale e sociale, e accessibilità informativa. È questa l'unica vera strategia di posizionamento capace di trasformare la specificità locale in uno scudo contro l'omologazione globale, coniugando innovazione e identità.