

## «Marchio unico per i prodotti tipici»

*Confindustria: conquistiamo il mercato con un'immagine identitaria e costruiamo un sistema unico che rilanci turismo e agroalimentare*

**NUORO.** Agroalimentare di qualità e valorizzazione delle produzioni tipiche da presentare sul mercato attraverso l'immagine forte e identitaria di un marchio territoriale. Questa la proposta di Confindustria, che punta a favorire la presenza dei prodotti locali che in Sardegna costi-

tuiscono circa il 33 per cento nel circuito della grande distribuzione, ma solo il 10 per cento nelle grandi strutture ricettive turistiche. Sono questi alcuni dei tasselli emersi dopo le prime due tappe del Progetto Mosaico nel Marghine-Planargia e nella Barbagia-Mandrolisai.

«Mosaico ha fatto emergere un filo conduttore tra il primo appuntamento a Macomer ed il secondo a Fonni — spiega il presidente Roberto Bornioli — soprattutto per quanto riguarda l'agroalimentare. È infatti emersa l'esigenza di fare sistema e di costruire filiere dei prodotti tipici locali per incontrare il favore del consumatore.

Ma ciò sarà possibile solo favorendo l'aggregazione tra produttori e costruendo una sistema di prodotti competitivi e di qualità». «Le produzioni tipiche rappresentano una fetta di mercato importante per le catene della Gdo — continua Bornioli — che chiede però qualità costante e quantità di prodotto adeguate. Occorre anche promuovere ed ampliare la gam-

ma dei prodotti, rispettare costantemente standard di produzione, assicurare logistica e, soprattutto, favorire un ampio cambiamento culturale delle nostre imprese pun-

tando su innovazione e formazione». «Se vogliamo valorizzare le nostre tipicità — chiude Bornioli — non basta dire che produciamo in Sardegna. Bisogna completare la fi-



Il presidente  
di Confindustria  
Roberto  
Bornioli



Prodotti tipici

liera altrimenti sarà difficile ottenere il riconoscimento dei marchi Dop e Igp. È necessario favorire politiche che incentivino cooperazione e aggregazione tra aziende, e migliorare l'educazione alimentare dei cittadini. Combattendo la diffidenza di chi preferisce ancora consumare prodotti non sardi. Se il prodotto agroalimentare tipico viene veicolato attraverso un marchio identitario, si possono creare le condizioni per uno sviluppo sinergico tra economia e ambiente, turismo ed enogastronomia. Confindustria si impegnerà a sostenere un progetto che punti alla realizzazione di un marchio d'area che possa valorizzare le produzioni tipiche locali, l'agroalimentare ed il turismo delle zone interne. Un marchio magari anche caratterizzato da un forte legame con un sistema di Parchi condivisi dalle popolazioni. Tepilora a Bitti e dei Tacchi in Ogliastra iniziano a muovere i primi passi, domani potrebbe toccare a quello del Gennargentu».