



Dimmi da dove vieni e ti dirò chi sei:
il plusvalore dell'origine geografica.

11 MARZO 2025
Palazzo
Roccabruna

LE NOVITÀ SU DOP E IGP, MARCHI COLLETTIVI E DI CERTIFICAZIONE.



CAMERA
DI COMMERCIO
INDUSTRIA
ARTIGIANATO
TURISMO
E AGRICOLTURA
DI TRENTO
Pronti all'impresa



**UNIVERSITÀ
DI TRENTO**
Facoltà di
Giurisprudenza

*Dimmi da dove vieni e ti dirò chi sei:
il plusvalore dell'origine geografica.*

**LE NOVITÀ SU DOP E IGP,
MARCHI COLLETTIVI E DI CERTIFICAZIONE.**



MATTEO FERRARI

DOP e IGP, inquadramento.

**La Riforma della disciplina delle
DOP e IGP agroalimentari:
impegni di sostenibilità e ruolo
dei gruppi dei produttori.**



CAMERA
DI COMMERCIO
INDUSTRIA
ARTIGIANATO
TURISMO
E AGRICOLTURA
DI TRENTO
Pronti all'impresa

pd punto
impresa
digitale



UNIVERSITÀ
DI TRENTO
Facoltà di
Giurisprudenza

Riforma della disciplina delle DOP e IGP agroalimentari

Matteo Ferrari

Cattedra Jean Monnet PESTRI

Università di Trento

Le ragioni della riforma del 2024

La pluralità di regolamenti che si occupa(va)no di DOP e IGP

- Prodotti agroalimentari
- Prodotti vitivinicoli
- Prodotti vitivinicoli aromatizzati
- Bevande spiritose

La necessità di provvedere ad una parziale unificazione del quadro regolativo esistente

- Il ruolo centrale del nuovo reg. 1143/2024
- La disciplina in parte speciale per i prodotti vitivinicoli (reg. 1308/2013)
- La disciplina ad hoc per le bevande spiritose (reg. 2019/787)

La nozione di DOP/IGP

L'Accordo TRIPS (art. 22)

Gli stati devono predisporre
strumenti per prevenire

l'uso di qualsiasi indicazione, nella
presentazione del bene, che indichi o
suggerisca che il bene origina da
un'area geografica diversa da quella
che costituisce il vero luogo di origine
in modo tale da ingannare i
consumatori

qualsiasi azione che costituisca un
atto di concorrenza sleale come
definita dall'art. 10 bis della
Convenzione di Parigi del 1967

I regimi nazionali

L'art. 22 non dice quali strumenti gli Stati devono implementare per tutelare le IG

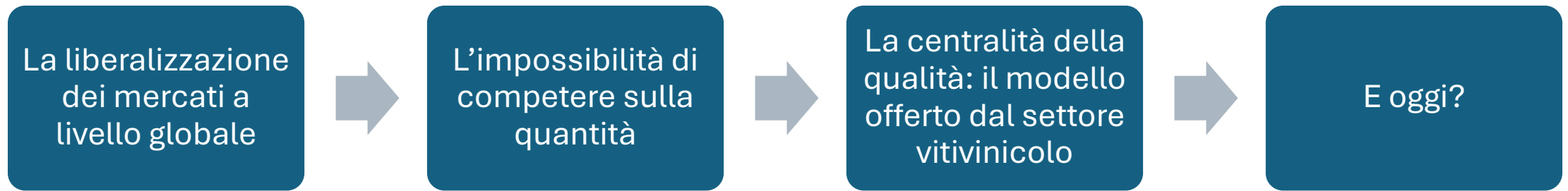


Summa divisio tra paesi che preferiscono modello dei marchi e paesi che preferiscono modello *sui generis*

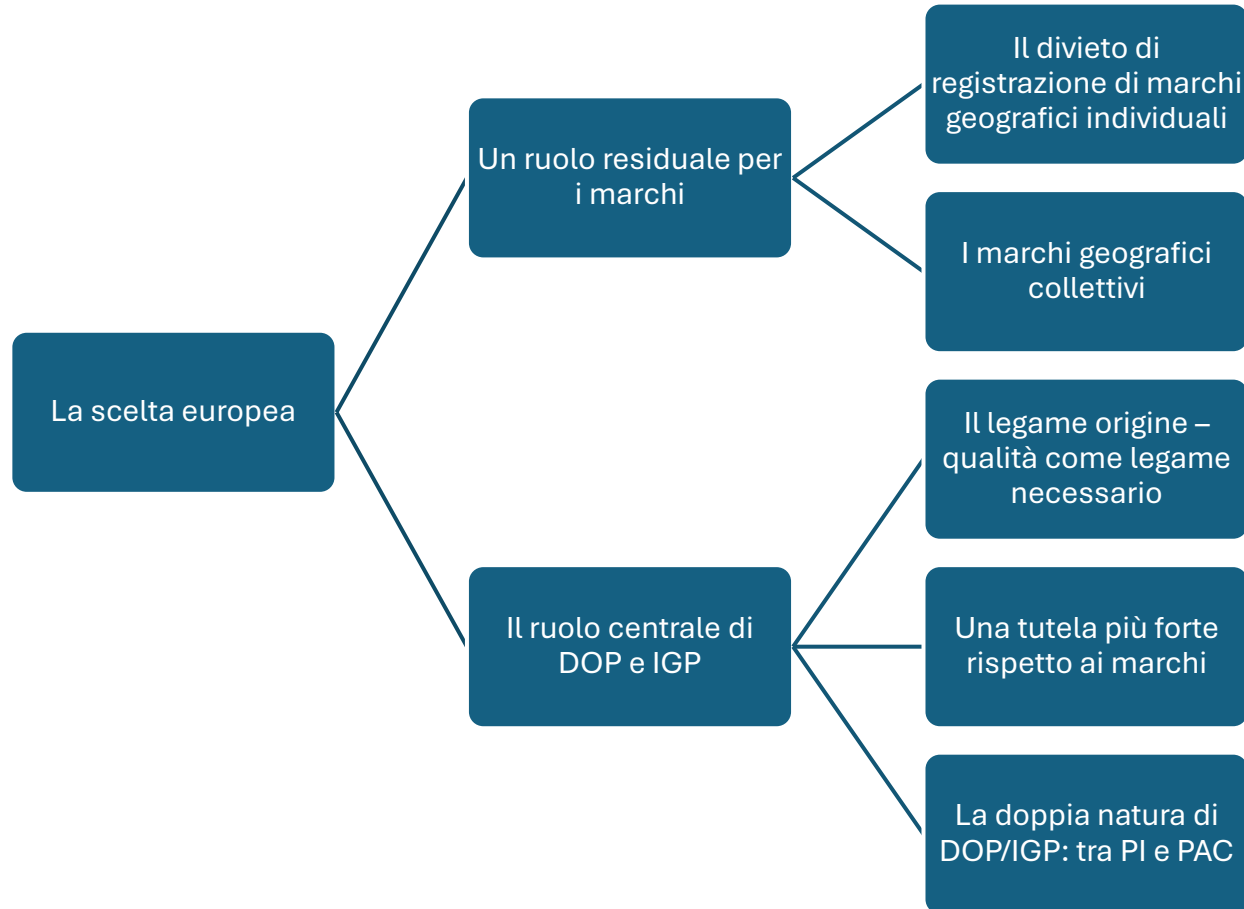


Molte differenze concettuali ed operazionali tra i due tipi di modello

Il caso europeo



Il caso europeo



Il concetto di qualità

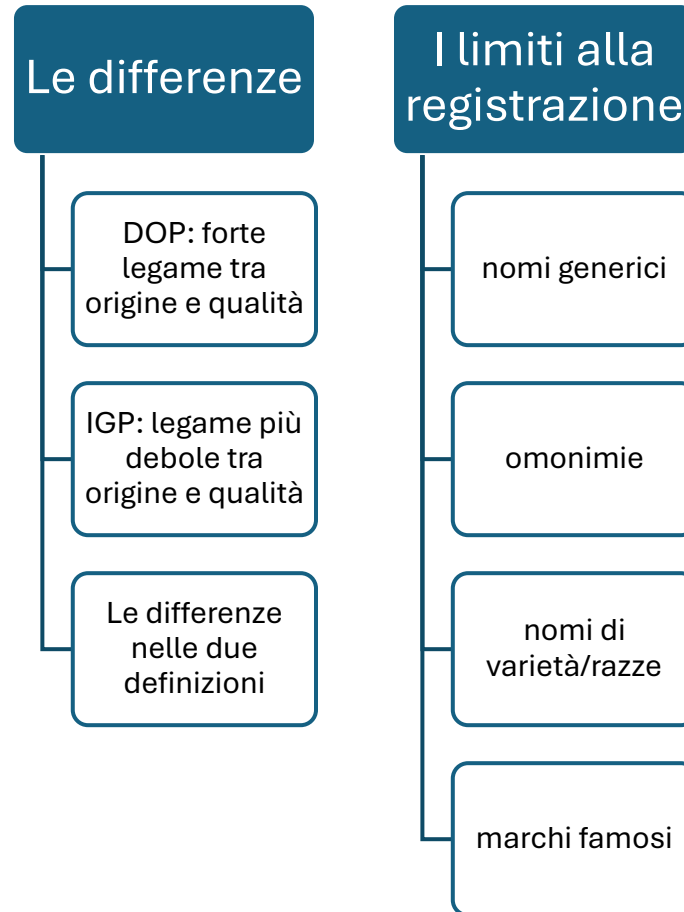
La qualità in
senso oggettivo:
il caso Sekt

Qualità
reputazionale: il
caso del Torrone
di Alicante

La qualità nel
Libro Verde del
2008

Il reg.
1143/2024

Definizioni e limiti



Il disciplinare di produzione

La centralità del disciplinare nel dare corpo alla relazione origine - qualità

La registrazione di una nuova DOP/IGP

La rivendicazione di una DOP/IGP da parte degli operatori

Sostenibilità

Introduzione

La sostenibilità come una variabile di mercato importante per il settore agroalimentare Italiano ed europeo

L'effetto Torre di Babele: la plethora di iniziative regolative

Il problema di tradurre il concetto di sostenibilità in procedure e strumenti operativi

Il mix tra strumenti regolativi pubblici e privati nel definire cosa significa sostenibilità a livello operativo

La nuova definizione di DOP per i prodotti vitivinicoli

La (nuova) definizione di DOP (art. 93, reg. 1308/2013):

- il nome di una regione, di un luogo determinato o, in casi eccezionali, di un paese, che serve a designare un prodotto vitivinicolo, conforme ai seguenti requisiti:
- i) la sua qualità e le sue caratteristiche sono dovute essenzialmente o esclusivamente ad un particolare ambiente geografico ed ai suoi fattori naturali e umani;
- ii) le uve da cui è ottenuto provengono esclusivamente da tale zona geografica;
- iii) la sua produzione avviene in detta zona geografica; e
- iv) è ottenuto da varietà di viti appartenenti alla specie *Vitis vinifera* **o da un incrocio tra la specie *Vitis vinifera* e altre specie del genere *Vitis***

Le ragioni della riforma introdotta nel 2021

Gli accordi per la sostenibilità

(art. 7, reg. 2024/1143)

Chi li può fare?

- gruppi di produttori oppure gruppi di produttori riconosciuti

Cosa possono riguardare?

- l'inserimento di pratiche sostenibili: l'elencazione (esemplificativa?) del par. 2, art. 7
- norme di sostenibilità più rigorose rispetto a quelle minime obbligatorie
- le tre dimensioni della sostenibilità

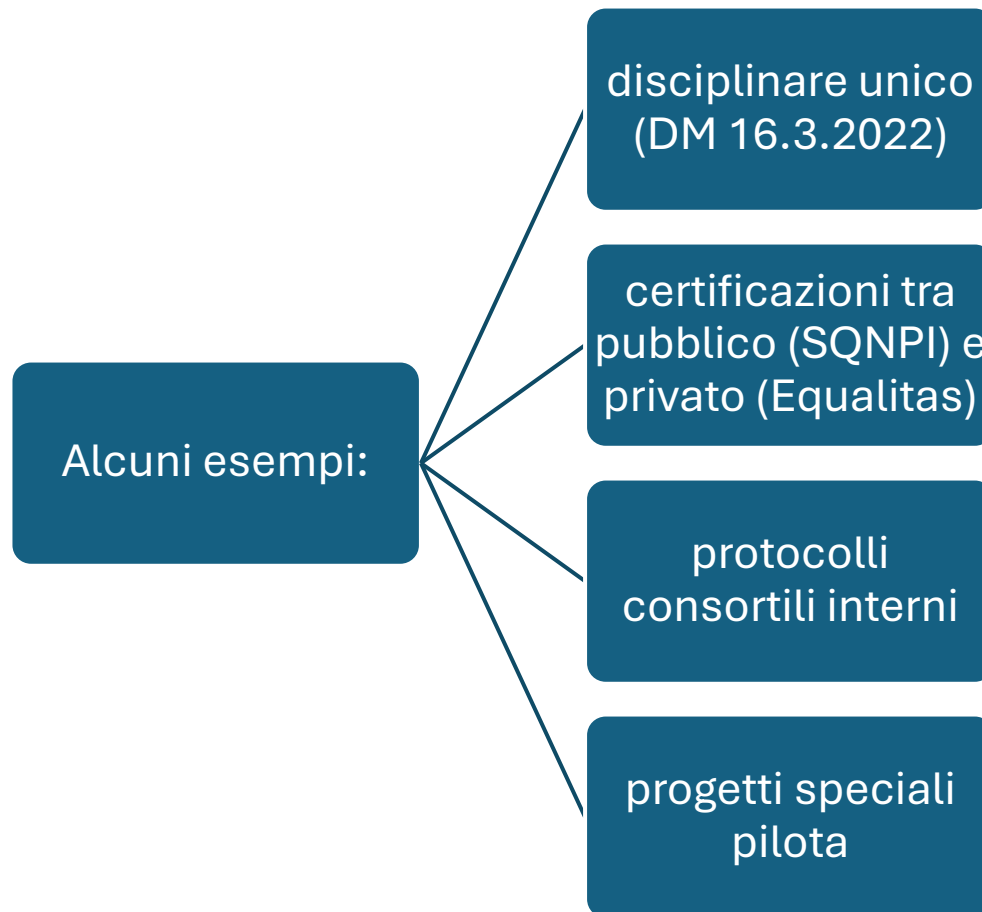
Le tre possibili nature delle pratiche:

- volontarie
- obbligatorie per i membri dei gruppi di produttori
- obbligatorie per tutti i produttori, anche non membri: l'obbligo di inserimento delle pratiche nel disciplinare di produzione

Gli accordi per la sostenibilità

(art. 7, reg. 2024/1143)

Concretamente, quali possibili forme per tali accordi e pratiche?



La relazione sulla sostenibilità

(art. 8, reg. 2024/1143)

Chi la può fare?

- gruppi di produttori oppure gruppi di produttori riconosciuti

Cosa può contenere?

- necessità di informazioni verificabili
- descrizione delle pratiche sostenibili (nelle tre accezioni) utilizzate
- impatto dei processi di produzione sulla sostenibilità
- come la sostenibilità incide su sviluppo, prestazioni e posizione del prodotto

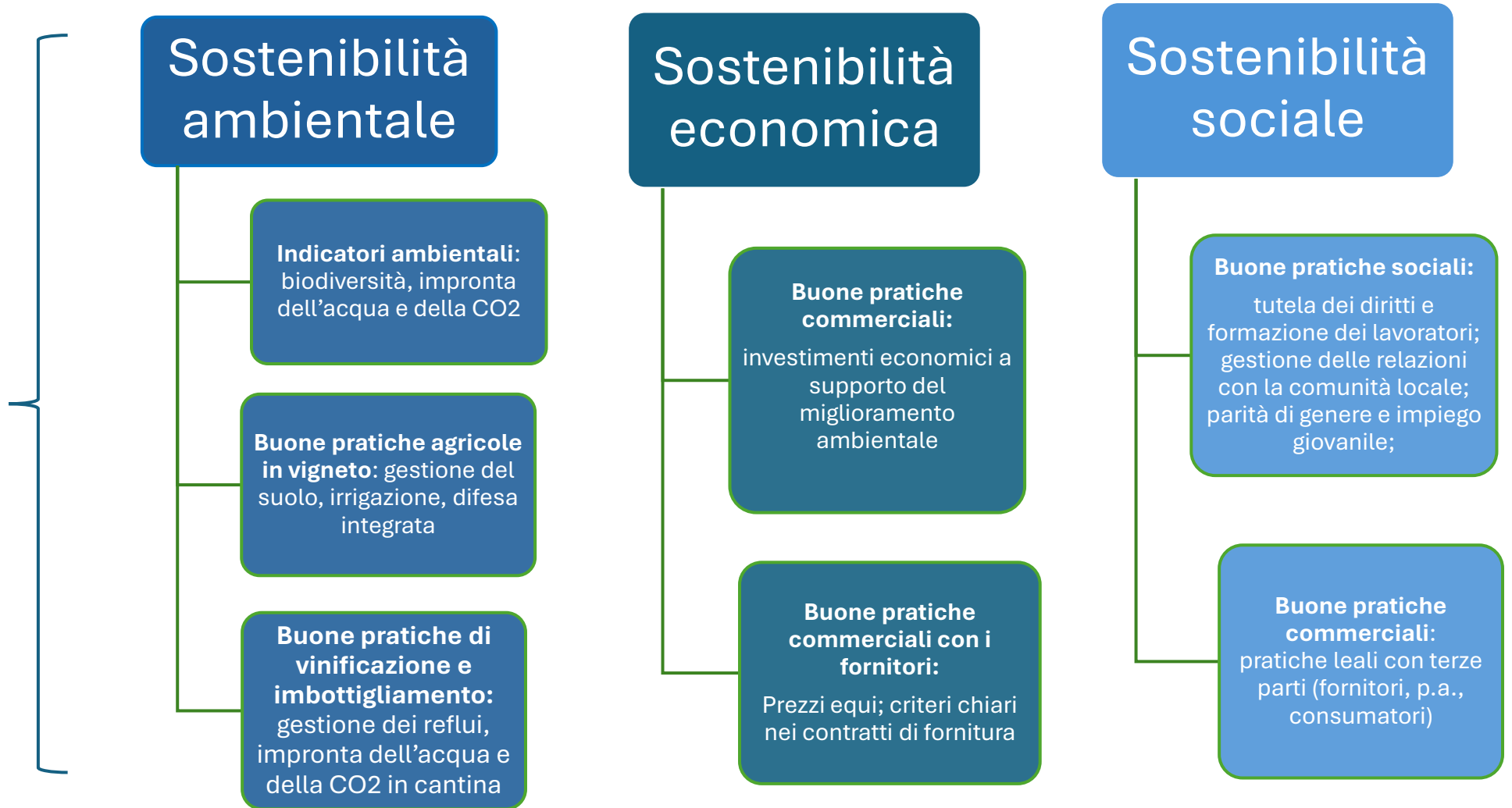
Natura volontaria

Obbligo di

- aggiornamento regolare (?) della relazione
- pubblicità della relazione da parte della Commissione

Un esempio: lo standard Equalitas

- Tre tipi di certificazione
1. singolo produttore
 2. singolo prodotto
 3. consorzio



Gruppi di produttori

Gruppi di produttori

(art. 32, reg. 2024/1143)

Caratteri generali:

Organismi volontari organizzati democraticamente e controllati dai membri

Pluralità di compiti: alcuni già previsti nel reg. previgente (ad es.: elaborazione del disciplinare, protezione delle IG, monitoraggio uso improprio delle IG)

Pluralità di compiti: alcuni nuovi rispetto al reg. previgente, ad es. in tema di sostenibilità e di valorizzazione delle IG

Esempi

Art. 32.4 e): intraprendere azioni per migliorare le prestazioni dell'indicazione geografica, in termini di sostenibilità ambientale, sociale ed economica, tra cui:

- i. sviluppo, organizzazione e svolgimento di campagne collettive pubblicitarie e di marketing;
- ii. diffusione di attività di informazione e promozione tese a comunicare ai consumatori le caratteristiche del prodotto designato da un'indicazione geografica, compreso lo sviluppo di servizi turistici nella pertinente zona geografica;
- iii. svolgimento di analisi concernenti la prestazione economica, sociale o ambientale della produzione e il profilo nutrizionale e organolettico del prodotto designato dall'indicazione geografica;
- iv. diffusione di informazioni sull'indicazione geografica, sul simbolo dell'Unione pertinente e sull'abbreviazione (DOP o IGP); e
- v. attività di consulenza, formazione e diffusione di orientamenti sulle migliori pratiche per i produttori attuali e futuri, anche per quanto riguarda le pratiche sostenibili, in particolare quelle di cui all'articolo 7, il progresso tecnico-scientifico, la digitalizzazione, la parità e l'integrazione di genere e la sensibilizzazione dei consumatori

Art. 32.4 g): adottare misure per la valorizzazione dei prodotti e, se necessario, adottare provvedimenti volti a impedire o contrastare misure o pratiche commerciali che pregiudicano o rischiano di pregiudicare l'immagine e il valore dei rispettivi prodotti, compresi le pratiche commerciali che svalutano il prodotto e l'abbassamento dei prezzi

Gruppi di produttori riconosciuti

(art. 33, reg. 2204/1143)

Caratteri generali:

Gli SM possono prevedere forme di riconoscimento ufficiale dei gruppi di produttori in presenza di determinati requisiti di forma e rappresentatività

Se vi è riconoscimento, tale gruppo è l'**unico** legittimato a svolgere una serie di compiti **per conto di tutti i produttori** (anche non membri)

Esempi di compiti: compiti ex art. 32; ricevimento di notifiche su impiego di IG come ingredienti in alimenti preimballati; richiesta di norme vincolanti per la regolazione dell'offerta; stabilire clausole standard di ripartizione del valore

Associazioni di gruppi di produttori (art. 34, re. 2024/1143)

Compiti di rappresentanza e informativi. In particolare possono:

partecipare a organi consultivi;

scambiare informazioni con le autorità pubbliche su temi connessi alla politica in materia di indicazioni geografiche;

formulare raccomandazioni volte a migliorare lo sviluppo delle politiche in materia di indicazioni geografiche, in particolare per quanto riguarda la sostenibilità, la lotta alle frodi e alla contraffazione, la creazione di valore tra gli operatori, le regole di concorrenza e lo sviluppo rurale;

promuovere e diffondere le migliori pratiche tra i produttori per quanto concerne le politiche in materia di indicazioni geografiche;

partecipare ad azioni di promozione

Conclusioni: due linee direttrici della riforma

Valorizzare la sostenibilità

- DOP/IGP si colorano di significati diversi e ulteriori, non necessariamente legati alla concezione tradizionale del nesso origine – qualità
- Questo processo di trasformazione trova il suo baricentro nel progressivo allargamento del concetto di qualità
- La sostenibilità è una promessa vincente?

Valorizzare i gruppi dei produttori

- Maggiore ruolo dei gruppi nel governo dei mercati di DOP/IGP, con compiti sempre più significativi che impattano anche su profili concorrenziali
- Connessione con il tema della sostenibilità economica (i.e. reddito e condizioni commerciali eque) che, tradizionalmente e in chiave più generale, guarda all'associazionismo come uno dei fattori di riequilibrio delle dinamiche di mercato a vantaggio del ceto agricolo
- Maggiore autonomia + maggiori compiti = maggiori responsabilità?