

Rivista multimediale OSSERVATORIO NAZIONALE MIELE

# il Valore della Terra

AGRICOLTURA E NUOVA RURALITÀ • ECONOMIA E SOSTENIBILITÀ • QUALITÀ E CONSUMO CONSAPEVOLE



Strumenti per la valorizzazione  
delle produzioni agroalimentari  
e nuove priorità per lo sviluppo rurale

COMPENDIO



03



Osservatorio Nazionale Miele

Direttore responsabile Giancarlo Naldi

Copertina Cristina Lovadina

Impaginazione e grafica Nicolas Campagnari

Stampa Tipografia Fratelli Cava, Castel San Pietro Terme (Bo)

Finito di stampare nel mese giugno 2013

ISSN 2239-7620

Stampa su carta Arcoprint



Registrazione Trib. di Bologna n. 8181 del 06/05/2011

Segreteria di redazione

via Matteotti 72, 40024 Castel San Pietro Terme (Bo)

Tel 051.940147, Fax 051.6949461, [osservatoriomiele@libero.it](mailto:osservatoriomiele@libero.it)

[www.ilvaloredellaterra.it](http://www.ilvaloredellaterra.it)

MASSIMO BENVENUTI  
GIANCARLO NALDI

**Come valorizzare  
qualità e tipicità delle produzioni  
agroalimentari e nuove priorità  
per lo sviluppo rurale**



# Sommario

---

Introduzione	9
1. Considerazioni generali	11
1.1. L'espressione "indicazione di provenienza"	12
1.2. La denominazione di origine (D.O.)	13
1.3. L'indicazione geografica	14
2. Riferimenti comunitari sui regimi di qualità dei prodotti agroalimentari	15
2.1. Il nuovo "Pacchetto qualità". Novità in tema di tutela per DOP e IGP	20
3. La disciplina della sicurezza alimentare nelle politiche comunitarie	23
4. Il tema della qualità e le indicazioni geografico/territoriali	27
4.1. I pilastri della qualità	28
4.2. Il marchio collettivo	28
4.3. La funzione del marchio collettivo	30
4.4. Perché il marchio collettivo è un marchio di qualità	30
4.5. Alcune problematiche di utilizzo del marchio	30
4.6. Differenze tra marchi collettivi geografici e denominazioni di origine	31
4.7. Il marchio collettivo comunitario	33
4.8. Alcune limitazioni di utilizzo del marchio	33
5. Il miele, i mieli, strategie di valorizzazione e strumenti in campo	35
5.1. Quanti mieli? E quanto diversi?	37
6. Le frodi alimentari	41

7. Casi applicativi e considerazioni specifiche in tema di marchi e tracciabilità di prodotti	47
7.1. Alcuni esempi (Alto Adige, razza pezzata rossa)	47
7.2. Iniziative di particolare pregio (razza reggiana)	50
7.3. La tutela del consumatore e la tracciabilità dei prodotti con riferimento alla etichettatura delle carni bovine	52
7.4. Il prosciutto di Parma in Canada	56
8. Le iniziative trasversali	57
8.1. Iniziative e attività trasversali riguardanti le DOP/IGP; (AICIG) "Associazione Italiana Consorzi Indicazioni Geografiche"	57
8.2. Il sistema delle certificazioni volontarie (ACCREDIA)	59
8.3. Aspetti integrativi legati ai sistemi di qualità nazionali (SQN) con integrazione	63
8.4. "Nuove informazioni sugli alimenti ai consumatori"	67
8.5. L'utilizzo dei codici con tecnologia QR (Quick Response) nelle etichette	69
9. PAC 2014-2020: Sviluppo rurale. La nuova programmazione	71
10. Partenariato europeo per l'innovazione (PEI) "Produttività e sostenibilità dell'agricoltura"	77
11. Un nuovo "strumento" per migliorare le performance delle aziende agricole	77
11.1. Riferimenti normativi:	87
11.2. Tabella di riepilogo nel settore dei marchi con riferimento alla normativa comunitaria e nazionale	88
11.3. Dalla Politica delle strutture alla Politica dello sviluppo rurale <i>Excursus della normativa che ha caratterizzato lo sviluppo rurale</i>	90
11.4. Bibliografia	98
11.5. Sitografia	101

## Prefazione

---

L'indiscussa qualità e l'ampia varietà delle produzioni agroalimentari italiane, rappresentano sempre più un punto di forza e un vantaggio rilevante per i produttori nazionali, sia in termini di competitività che di mantenimento delle tradizioni enogastronomiche italiane.

I cittadini dell'Unione europea necessitano e chiedono sempre di più sicurezza dei prodotti a tutela della salute e qualità, aspetto, quest'ultimo, che da sempre caratterizza il cosiddetto *Italian sounding* agroalimentare.

Tali esigenze determinano una domanda di prodotti agricoli o alimentari con caratteristiche specifiche riconoscibili, in particolar modo per i prodotti distinguibili tramite le denominazioni di origine, i marchi e i sistemi di qualità. L'Italia ha, nell'ambito delle produzioni tutelate, una consolidata posizione di leadership e di prestigio agroalimentare, con più di 240 prodotti DOP e IGP.

Il presente compendio rappresenta una sintesi dei vari "strumenti" che possono essere considerati e utilizzati dai produttori e, nello stesso tempo informa anche il consumatore finale, sui temi della tutela agroalimentare e della tracciabilità dei prodotti.

La conoscenza dei vari "mezzi" per valorizzare i prodotti agroalimentari, quali ad esempio i marchi collettivi e i sistemi di qualità nazionali (SQN), da un lato agevola i produttori a distinguere meglio i propri prodotti e dall'altro amplia sensibilmente le ricadute positive in termini economici, aumentando il consumo consapevole degli stessi nel medio e lungo periodo.

**Dr. Giuseppe Serino**  
Capo Dipartimento delle politiche competitive,  
della qualità agroalimentare e della pesca  
Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali



## Introduzione

---

Questo ulteriore numero de “Il valore della terra” ripropone una versione aggiornata del compendio con il fine preciso di aggiornarlo ed anche per il fatto che le copie sono esaurite senza consentirci di raggiungere minimamente i pubblici potenzialmente interessati. Tuttavia la motivazione vera per uscire con una nuova versione sta nel fatto che sono uscite nuove norme mentre il processo in atto per la revisione della PAC propone nuovi scenari e strumenti dai quali non si può prescindere per mettere in valore le nostre produzioni di pregio. Dall’altro lato sono entrate in vigore nuove importanti disposizioni che non potevano essere trascurate dalla nostra piccola ma ambiziosa pubblicazione.

Abbiamo perciò ritenuto indispensabile pubblicare un numero aggiornato del valore della terra per fornire un quadro esaustivo della disciplina delle indicazioni geografiche in rapporto alle diverse fonti normative e ai differenti settori e per aprire la riflessione e il confronto su nuovi scenari che si stanno affacciando.

Il regolamento (UE) 1169/2011 rinnova la legislazione comunitaria in materia di etichettatura per garantire maggiore trasparenza al consumatore.

Sta inoltre progredendo, con nuovi livelli di definizione amministrativa, l’adozione dei Sistemi di Qualità Nazionali offrendo nuove opportunità di valorizzazione dei prodotti di qualità.

La materia affrontata è stata oggetto, negli anni, di studi di carattere accademico e di pubblicazioni, sia a livello nazionale che internazionale.

In particolar modo, recentemente, la disciplina delle indicazioni geografiche è stata materia di attenta produzione normativa ed è stata accompagnata da riforme di settore.

Gli strumenti utilizzati sono stati essenzialmente di tipo telematico, integrati dalla consultazione di dispense e testi prodotti da vari Organismi comunitari, comprese alcune sentenze della corte di Giustizia Europea.

Il principale punto di forza riconducibile a tale lavoro è costituito dal fatto di concentrare in un unico testo differenti aspetti attinenti la cosiddetta "disciplina dei segni", sia comunitaria che nazionale.

Nello sviluppo del presente lavoro abbiamo iniziato prendendo in esame le varie terminologie usate per riferirsi all'origine dei prodotti, evidenziando le differenze peculiari nonché i vari riferimenti normativi.

Successivamente abbiamo trattato la disciplina della sicurezza alimentare, ponendo attenzione alle azioni intraprese da parte delle autorità europee volte a migliorare il controllo, la prevenzione e la garanzia dei prodotti alimentari. In seguito abbiamo analizzato il tema dei marchi collettivi, mettendolo anche a confronto con i marchi DOP e IGP, evidenziando le relative differenze.

In ultimo abbiamo esposto alcuni casi applicativi, le nuove iniziative in corso e le nuove priorità per lo sviluppo rurale.

# Considerazioni generali

L'origine, così come la qualità dei prodotti agroalimentari, sono termini ancora oggi non del tutto definiti e privi di univoco significato sotto il profilo giuridico.

Da un punto di vista europeo, recentemente si è posta una particolare attenzione, da parte delle autorità comunitarie, al concetto di qualità tanto da farlo diventare l'asse portante della strategia europea nel settore alimentare.

Secondo quanto riportato dal Libro Verde sulla qualità dei prodotti agricoli<sup>1</sup>, "qualità" vuol dire soddisfare le aspettative dei consumatori. Riferite ai prodotti agricoli, le qualità di cui si parla nel presente Libro Verde sono le caratteristiche del prodotto, quali i metodi di produzione utilizzati o il luogo di produzione, che il produttore desidera far conoscere e che il consumatore vuole conoscere.

Il legame tra l'origine e la qualità dei prodotti è molto stretto infatti, l'origine dei prodotti, soprattutto nel settore agroalimentare, oltre ad identificare il luogo di produzione, serve a trasmettere al consumatore un messaggio sulle caratteristiche e sulle qualità dello stesso prodotto intimamente legate alla sua origine intesa come comprensiva dell'ambiente geografico e dei fattori naturali, comprensivi di quelli umani.

Nel corso degli anni molti prodotti agroalimentari, in particolar modo quelli italiani, si sono imposti sul mercato come prodotti di alta qualità (es. Parmigiano Reggiano, Prosciutto di Parma, ecc.), grazie al loro legame con il territorio di origine. Il fulcro di tale considerazione è costituito dalla predisposizione di appositi disciplinari di produzione, ai quali devono attenersi i vari produttori, spesso associati in consorzi di valorizzazione.

Il quadro legislativo generale è costituito da differenti fonti normative: oltre alle disposizioni relative all'etichettatura dei prodotti agroalimentari e ai rego-

---

<sup>1</sup> Bruxelles, 15.10.2008 COM (2008) 641 definitivo.

lamenti comunitari sulle denominazioni di origine, si aggiungono norme nazionali e comunitarie sui marchi collettivi di qualità. In tale contesto è possibile riscontrare, da parte del consumatore, una difficoltà evidente nel distinguere i diversi sistemi di qualità.

Nel tempo sono state usate varie terminologie per riferirsi all'origine dei prodotti alimentari. Di queste, le più importanti sono:

1. l'indicazione di provenienza;
2. la denominazione di origine;
3. l'indicazione geografica.

### 1.1. L'espressione "indicazione di provenienza"

Con l'espressione "indicazione di provenienza" ci si riferisce a un prodotto che sia originario di una regione geografica specifica (ad esempio "made in Italy")<sup>2</sup>. Un'indicazione di provenienza può essere costituita sia da termini che indichino l'origine geografica del prodotto, sia da simboli o icone che si possano associare con l'area geografica di origine del prodotto stesso<sup>3</sup>.

L'espressione "indicazione di provenienza" figura per la prima volta all'interno della Convenzione di Parigi del 20 marzo 1883 per la protezione della proprietà industriale<sup>4</sup>.

Essa è utilizzata anche nell'Accordo di Madrid del 1891 per la repressione del falso e delle ingannevoli indicazioni della fonte<sup>5</sup>.

Sebbene in entrambi i trattati non siano state elaborate definizioni propriamente specifiche dell'indicazione di provenienza, dall'art. 1 comma 1 dell'Accordo di Madrid è perlomeno possibile dedurre che vi è un chiaro legame tra il concetto di indicazione e quello di origine geografica di un prodotto e che allo stesso tempo non vi è traccia del fatto che le caratteristiche di un determinato prodotto siano attribuibili al suo luogo di origine.

Pertanto si può definire come "indicazione di provenienza" un richiamo che dimostri che un paese, o un luogo situato in quel determinato paese, è il luogo d'origine di un prodotto. Non è richiesto, invece, che il prodotto in questione abbia caratteristiche particolari derivanti dalla sua origine geografica.

<sup>2</sup> Cfr. B. O'Connor, *The Law of Geographical Indications*, London 2004, p. 22.

<sup>3</sup> Cfr. O'Connor, *op. cit.*, p. 25.

<sup>4</sup> Art. 1 comma 2: "La protezione della proprietà industriale ha per oggetto i brevetti d'invenzione, i modelli d'utilità, i disegni o modelli industriali, i marchi di fabbrica o di commercio, marchi di servizio, il nome commerciale e le indicazioni di provenienza o denominazioni d'origine, nonché la repressione della concorrenza sleale".

<sup>5</sup> Art. 1 comma 1: "Ogni prodotto che porti una falsa indicazione di provenienza, in cui uno dei paesi ai quali si applica il presente Accordo, o un luogo situato in uno di essi, fosse direttamente o indirettamente indicato come paese o come luogo d'origine, sarà sequestrato all'importazione in ciascuno dei detti paesi".

## 1.2. La denominazione di origine (D.O.)

Con l'espressione "denominazione di origine" si indica che un prodotto è originario di una particolare regione e che le sue caratteristiche qualitative sono dovute all'ambiente geografico, inclusi i fattori naturali e umani, di quella regione (ad esempio "Gorgonzola", "Habana", "Roquefort")<sup>6</sup>.

L'espressione "denominazione di origine" è stata utilizzata già nella Convenzione di Parigi del 1883 (v. art. 1 comma 2, *supra*) ma è stata definita per la prima volta dall'Accordo di Lisbona del 1958 per la Protezione delle denominazioni di origine e della loro registrazione internazionale<sup>7</sup>.

Pertanto la denominazione di origine deve essere costituita da un nome geografico (Stato, paese, località) e, a differenza dell'indicazione di provenienza, si fa esplicito riferimento al legame tra il prodotto e le sue qualità dovute esclusivamente o essenzialmente al suo ambiente geografico, considerando in esso sia i fattori naturali (clima e sole, tra gli altri) che quelli umani (particolari tradizioni nella tecnica produttiva stabilite nell'area geografica interessata). Se il collegamento qualitativo è insufficiente, ossia se le caratteristiche di qualità non sono dovute essenzialmente, ma solo limitatamente, all'ambiente geografico, non si può parlare di "denominazione di origine" bensì di una mera indicazione di provenienza.

È possibile comunque distinguere un'origine commerciale dall'origine geografica precedentemente descritta specificando che, per i prodotti industriali (es. automobili), ha sempre maggiore importanza la prima tipologia di origine, ovvero quella commerciale rappresentata dal luogo ove è situata la sede principale dell'azienda. Con l'applicazione del nuovo codice doganale<sup>8</sup> comunitario aggiornato, per origine delle merci, alle quali hanno partecipato due o più paesi, si intende l'ultima sostanziale trasformazione<sup>9</sup>. La definizione introdotta da quest'ultima norma accentra la sua attenzione su una fase, anche se sostanziale e più importante, tralasciando il concetto di provenienza della materia prima. È questo il caso, infatti, delle paste alimentari italiane, per le quali l'ultima lavorazione sostanziale avviene in Italia; ciò non significa tuttavia che il grano sia di provenienza nazionale.

<sup>6</sup> Cfr. O'Connor, *op. cit.*, pp. 22-23.

<sup>7</sup> Art. 2 "Si intende per denominazione di origine, ai sensi del presente accordo, il nome geografico di un paese, di una regione o di una località che serve a designare un prodotto originario di essa la cui qualità o le caratteristiche sono dovute esclusivamente o essenzialmente all'ambiente geografico, comprensivo dei fattori naturali e dei fattori umani".

<sup>8</sup> Reg. (CE) 23-4-2008 n. 450/2008. "Regolamento del Parlamento Europeo e del Consiglio che istituisce il codice doganale comunitario" (Codice doganale aggiornato). Pubblicato nella G.U.U.E. 4 giugno 2008, n. L 145.

<sup>9</sup> Art. 36 "Acquisizione dell'origine. 1. Le merci interamente ottenute in un unico paese o territorio sono considerate originarie di tale paese o territorio. 2. Le merci alla cui produzione hanno contribuito due o più paesi o territori sono considerate originarie del paese o territorio in cui hanno subito l'ultima trasformazione sostanziale".

### 1.3. L'indicazione geografica

L'espressione "indicazione geografica" abbraccia all'incirca tutte le forme di tutela delle indicazioni di origine geografica e include i concetti di indicazione di provenienza e di denominazione di origine<sup>10</sup>. È possibile affermare che proprio i concetti sopra riportati abbiano portato alla creazione del concetto di "indicazione geografica": quest'ultima può dunque essere definita come un segno utilizzato su quei prodotti che hanno una specifica origine geografica e che possiedono qualità e reputazione dovute a un determinato luogo di origine.

L'espressione "indicazione geografica" è inserita per la prima volta in modo significativo nell'Accordo relativo agli aspetti commerciali dei diritti di proprietà intellettuale, all'art. 22 (per cui v. *infra*).

Dopo aver affrontato i concetti relativi alla provenienza e all'origine dei prodotti, risulta interessante introdurre i temi della tutela delle denominazioni di origine e delle indicazioni geografiche.

---

<sup>10</sup> Cfr. O'Connor, *op. cit.*, pp. 22-23.

# Riferimenti comunitari sui regimi di qualità dei prodotti agroalimentari

In ambito comunitario è senza dubbio da annoverare il regolamento (CEE) n. 510/2006<sup>1</sup> del 20 marzo 2006, che ha abrogato e sostituito il regolamento (CE) n. 2081/92 del 14 luglio 1992 relativo alla protezione delle indicazioni geografiche e delle denominazioni d'origine dei prodotti agricoli e alimentari, con il quale si è voluta dare un'omogeneità della materia a livello comunitario eliminando l'eterogeneità delle registrazioni che avvenivano nei vari Paesi.

L'art. 1 stabilisce il campo d'azione del regolamento escludendo i prodotti del settore vitivinicolo (ad eccezione degli aceti di vino) e le bevande spiritose. Attualmente, in virtù della riforma del settore vitivinicolo collegata alla cosiddetta "OCM unica"<sup>2</sup>, tali aspetti sono stati sostanzialmente modificati, sia in termini di nomenclatura utilizzata (es. DOP, IGP in luogo di DOC e IGT) che in termini di sistema dei controlli. Tali aspetti saranno affrontati più avanti nello sviluppo del presente lavoro.

All'art. 2 si forniscono le definizioni di "denominazione di origine" e "indicazione geografica". In entrambi i casi il nome di una regione, di un luogo determinato o, in casi eccezionali, di un paese serve a designare un prodotto agricolo o alimentare che deve essere originario di uno dei luoghi sopra citati. Per la "denominazione di origine" la qualità e le caratteristiche del prodotto sono dovute essenzialmente o esclusivamente a un particolare ambiente geografico, inclusi i fattori naturali e umani. Inoltre, la produzione, trasformazione ed elaborazione avvengono nella zona geografica delimitata. Si può quindi notare che viene posto un vincolo molto rigido relativamente al legame tra

<sup>1</sup> Nel 2012 è stato emanato il Reg. UE N.1151/2012 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 21 novembre 2012.

<sup>2</sup> Reg. n. 1234/07 recante "Organizzazione comune dei mercati agricoli e disposizioni specifiche per taluni prodotti agricoli (regolamento unico OCM)".

il prodotto e il territorio che riguarda l'intero processo produttivo (produzione, trasformazione ed elaborazione). Per la "indicazione geografica" invece è necessario che solo una delle fasi produttive sia svolta nella zona geografica delimitata.

All'art. 3 si dispone che le denominazioni divenute generiche non possono essere registrate fornendo, ovviamente, la definizione di tale denominazione. Secondo detta norma non può essere registrato il prodotto che, pur collegato col nome del luogo o della regione ove è stato ottenuto o commercializzato, è divenuto, nel linguaggio corrente, il nome comune di un prodotto agricolo o alimentare.

In relazione al precedente regolamento comunitario in materia di denominazioni di origine, si riporta la controversia/caso relativo al formaggio "feta". In particolare:

L'art. 3 è stato oggetto di varie controversie tra vari Paesi membri e la stessa Commissione Europea sulle quali si è pronunciata la Corte di Giustizia, come ad esempio per il caso "feta". In quel caso il Governo Ellenico nel 1994 ha chiesto, ai sensi dell'art. 17 del regolamento di base, la registrazione della denominazione "feta" come denominazione di origine. Il 12 giugno 1996 la Commissione adottò il Reg. (CE) n. 1107/96, con il quale fu registrata come denominazione d'origine protetta la denominazione "feta" sotto il nome dello Stato membro "Grecia". La Danimarca, la Germania e la Francia impugnarono questa decisione della Commissione poiché alcuni formaggi (anche di latte vaccino) erano prodotti e legalmente messi in commercio con il nome "feta" all'interno dei loro Paesi già da parecchi anni e pertanto la denominazione "feta" era divenuta generica. Con sentenza del 16 marzo 1999, cause riunite C-289/96, C-293/96 e C-299/96, la Corte annullò il Reg. n. 1107/96 nella parte in cui disponeva la registrazione della denominazione "feta" quale denominazione di origine protetta. La Commissione procedette effettuando un'indagine nei vari paesi membri al fine di accertare il legame tra la denominazione "feta" e il territorio ellenico. Da questa indagine emerse sia la reale e diffusa esistenza di questo legame, sia che la commercializzazione di formaggi con la denominazione "feta" non di origine greca occupava una porzione assai ridotta del mercato comunitario. Così, il 14 ottobre 2002 la Commissione adottò il regolamento impugnato, in forza del quale la denominazione "feta" fu nuovamente registrata in quanto denominazione d'origine protetta. L'art. 1 del detto regolamento recitava:

*"La denominazione «feta» è iscritta quale denominazione di origine protetta (DOP) nel registro delle denominazioni di origine protette e delle indicazioni geografiche protette previsto dall'art. 6, par. 3, del Reg. (CEE) n. 2081/92".*

Nell'allegato del Reg. (CE) n. 1107/96, alla voce "Formaggi""Grecia" della parte A fu aggiunta la denominazione "feta".

Da qui ne seguì un nuovo ricorso da parte della Germania e della Danimarca, sostenute dalla Francia e dal Regno Unito, per l'annullamento del Reg. (CE) della Commissione del 14 ottobre 2002, n. 1829 che modificava l'allegato del Reg. (CE) n. 1107/96 riguardo alla denominazione "feta". La Corte di Giustizia Europea, in questo caso, contrariamente a quanto avvenuto in precedenza, con sentenza del 25 ottobre 2005 cause riunite C-465/02 e C-466/02, respinse i ricorsi della Germania e della Danimarca condannandole alle spese di dette cause. Nelle motivazioni la Corte ritenne corretta la tesi secondo cui i consumatori dei vari paesi dell'Unione percepivano la feta come un formaggio associato alla Grecia e pertanto ritenne legittima la tesi della Commissione secondo la quale il termine "feta" non era divenuto generico.

All'art. 4 si precisa che, per beneficiare di una denominazione d'origine protetta (DOP) o di un'indicazione geografica protetta (IGP), i prodotti devono essere conformi ad un disciplinare. Al comma 2 vengono elencati gli elementi compresi nel disciplinare quali, ad esempio, il nome del prodotto agricolo, la sua descrizione, la delimitazione della zona geografica, ecc.

Nell'art. 6 sono contenuti i dispositivi riguardanti i tempi e le modalità con cui la Commissione procede a comunicare la propria decisione, sia favorevole che sfavorevole, in merito alle richieste di registrazione.

Con l'art. 7 viene data la possibilità a qualsiasi stato membro di opporsi alla registrazione ma questo può avvenire entro sei mesi dalla sua pubblicazione nella Gazzetta Ufficiale delle Comunità Europee.

All'art. 10 viene introdotto il riferimento ad una norma facente parte del cosiddetto "pacchetto igiene"<sup>3</sup>, introducendo dei nuovi principi e riferimenti in tema di controlli e colmando così una "lacuna" del precedente regolamento 2081/92, emersa nella discussione sul caso "Parmesan" (vedi *infra*). A tal proposito, la Commissione ha pubblicato una nota interpretativa No 2009-01<sup>4</sup> con la quale ha stabilito che i controlli *ex officio* devono essere effettuati dagli Stati membri, i quali effettuano un piano di controllo e prendono, qualora individuino una non conformità, i provvedimenti del caso. Questo rappresenta un primo importante passo (anche se non vincolante per la Corte di Giustizia Europea) verso il riconoscimento del principio della protezione *ex officio*.

Di fondamentale importanza è l'art. 13, ove sono previste le tutele alle denominazioni registrate dagli impieghi ingannevoli, contro le usurpazioni o imitazioni e contro qualsiasi altra prassi che possa indurre in errore il pubblico sulla vera origine dei prodotti. Infatti, in questo articolo vengono elencati

<sup>3</sup> Reg. (CE) 29-4-2004 n. 882/2004. Regolamento del Parlamento europeo e del Consiglio relativo ai controlli ufficiali intesi a verificare la conformità alla normativa in materia di mangimi e di alimenti e alle norme sulla salute e sul benessere degli animali. Pubblicato nella G.U.U.E. 30 aprile 2004, n. L 165. Entrato in vigore il 20 maggio 2004. Il testo del presente regolamento è stato così sostituito dalla rettifica pubblicata nella G.U.U.E. 28 maggio 2004, n. L 191.

<sup>4</sup> European Commission - Directorate-General for Agriculture and Rural Development - Directorate M. Agricultural legislation - M.1. Agricultural law, simplification - Brussels, March 2009 Poetry: AGRI-2009-60863-00-00-TRA.

tutti i casi in cui vengono tutelate le denominazioni registrate. Tra questi casi si dispone che, ad esempio alla lettera b), è vietata qualsiasi usurpazione, imitazione o evocazione, anche se l'origine vera del prodotto è indicata o se la denominazione protetta è una traduzione o è accompagnata da espressioni quali "genere", "tipo", "metodo", "alla maniera", "imitazione" o simili.

Si riporta, di seguito, il caso "Parmesan", con riferimento alla precedente norma in tema di denominazione di origine.

L'applicazione di questo articolo è stata oggetto di una causa presso la Corte di Giustizia Europea di grossa rilevanza per uno dei prodotti italiani più famosi al mondo, il "Parmigiano Reggiano". In quell'occasione la Commissione Europea, sostenuta dalla Repubblica Italiana e dalla Repubblica Ceca, ha ricorso contro la Repubblica Federale di Germania, sostenuta da Regno di Danimarca e Repubblica d'Austria, affinché la Corte dichiarasse che la Repubblica Federale di Germania aveva violato gli obblighi ad essa incombenti in forza dell'art. 13, n. 1, lett. b del Reg. (CEE) del Consiglio 14 luglio 1992, n. 2081, in quanto aveva formalmente rifiutato di perseguire come illecito nel suo territorio nazionale l'impiego della denominazione "Parmesan" nell'etichettatura di prodotti non corrispondenti al disciplinare della denominazione d'origine protetta "Parmigiano Reggiano", agevolando così l'usurpazione da parte di terzi della notorietà di cui gode l'autentico prodotto, tutelato a livello comunitario (Ricorso della Commissione delle Comunità europee contro la Repubblica federale di Germania, presentato il 21 marzo 2005 - G.U. dell'Unione europea C-132 del 28 maggio 2005). La Commissione, tra le motivazioni addotte, sosteneva che il termine "Parmesan", usato per i formaggi commercializzati in Germania, costituiva la traduzione derivata dal francese della denominazione "Parmigiano Reggiano" e che, pertanto, i due termini erano sinonimi ed entrambi si riferivano al formaggio prodotto nella regione italiana di origine. Non poteva quindi essere accettata la giustificazione tedesca secondo cui il termine "Parmesan" era da contemplare pari alla denominazione "Parmigiano" intesa singolarmente e, quindi, da considerare, ai sensi dell'art. 3 del Reg. 2081/92, una denominazione generica. Con la sentenza del 26 febbraio 2008 la Corte ha affermato che l'uso della terminologia "Parmesan" poteva risultare ingannevole per i consumatori e quindi ha dichiarato che l'utilizzazione del termine "Parmesan" per formaggi che non sono conformi al disciplinare della DOP "Parmigiano Reggiano" deve essere considerata, nella fattispecie, lesiva della tutela riconosciuta dall'art. 13, n. 1, lett. b), del Reg. n. 2081/92. D'altra parte, la Corte ha anche respinto il ricorso della Commissione in merito al rifiuto dell'autorità tedesca di agire *ex officio* contro i comportamenti lesivi della DOP. In merito, la Corte ha dichiarato che, da un attento esame delle norme contenute nel Reg. n. 2081/92, emerge chiaramente che gli organi di controllo cui incombe l'obbligo di assicurare il rispetto del disciplinare delle DOP sono quelli dello Stato membro da cui proviene la DOP medesima e che, quindi, il controllo sul rispetto del disciplinare nell'uso della DOP "Parmigiano Reggiano" non compete alle auto-

rità di controllo tedesche. Inoltre la Germania ha dimostrato che all'interno del territorio tedesco sono state attuate disposizioni legislative atte a contrastare l'uso illecito delle DOP, in particolare la legge sulla lotta alla concorrenza sleale (Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb), del 7 giugno 1909 e la legge relativa alla tutela dei marchi e di altri segni distintivi (Gesetz über den Schutz von Marken und sonstigen Kennzeichen) del 25 ottobre 1994, e che la possibilità di impugnare ogni comportamento lesivo dei diritti derivanti da una DOP non sarebbe riservata al solo titolare della medesima ma anche ai concorrenti, alle associazioni d'impres e alle associazioni dei consumatori.

Oltre al Reg. n. 510/2006 è stato emanato un altro regolamento comunitario, il n. 509/2006 del 20 marzo 2006<sup>5</sup> (che abroga il Reg. CEE 2082/92). Detto regolamento nacque dall'esigenza di differenziare i prodotti valorizzandone la qualità. Allo stesso tempo si mirava a tutelare il consumatore da abusi informandolo meglio sulla natura, le modalità di produzione o di trasformazione, nonché sulle caratteristiche peculiari degli alimenti. Con questo regolamento, a differenza del Reg. n. 510/2006, si puntava alla "specificità" di un prodotto, capace di distinguerlo nettamente da altri prodotti simili senza la necessità di un legame con il territorio di origine.

All'art. 2 vengono fornite le definizioni di "specificità", "tradizionale"<sup>6</sup> e "specialità tradizionale garantita".

L'art. 3 prevede che la Commissione tenga un registro delle "specialità tradizionali garantite" riconosciute a livello comunitario, distinguendolo in due elenchi, a seconda che l'uso del nome del prodotto o dell'alimento sia o meno riservato ai produttori che rispettano il relativo disciplinare.

Quindi il requisito basilare affinché il prodotto ottenga il riconoscimento e venga iscritto nel registro è quello della "Tradizionalità". Infatti l'art. 4, comma 1<sup>7</sup> pone le condizioni per l'iscrizione nel registro di cui all'art. 3. Ovviamente il carattere tradizionale è di primaria importanza.

Appare evidente che il fattore principale è costituito dal prodotto o dalle fasi di produzione, che devono seguire un metodo tradizionale che, però, non consista nella provenienza o nell'origine geografica. Pertanto, definito il disciplinare per la produzione di un prodotto alimentare, chiunque, anche in uno Stato diverso da quello in cui è avvenuta la registrazione, può produrre tale prodotto; l'essenziale è che si attenga alle disposizioni contenute nel discipli-

<sup>5</sup> Reg. (CE) 20-3-2006 n. 509/2006. Regolamento del Consiglio relativo alle specialità tradizionali garantite dei prodotti agricoli e alimentari. Pubblicato nella G.U.U.E. 31 marzo 2006, n. L 93. Entrato in vigore il 20 aprile 2006.

<sup>6</sup> "Tradizionale": un uso sul mercato comunitario attestato da un periodo di tempo che denoti un passaggio generazionale; questo periodo di tempo dovrebbe essere quello generalmente attribuito ad una generazione umana, cioè almeno 25 anni.

<sup>7</sup> 1. Per figurare nel registro di cui all'art. 3, un prodotto agricolo o alimentare deve essere ottenuto utilizzando materie prime tradizionali oppure essere caratterizzato da una composizione tradizionale o aver subito un metodo di produzione e/o di trasformazione che rispecchia un tipo tradizionale di produzione e/o di trasformazione.

nare medesimo. Ad esempio, il Ministero delle Politiche Agricole e Forestali nel 2004 presentò alla Commissione Europea, per il suo riconoscimento, il disciplinare di produzione della specialità tradizionale garantita "pizza napoletana" esaltando la specificità di tale prodotto che lo distingueva nettamente dagli altri prodotti simili. Il suo riconoscimento ha comportato che qualsiasi operatore all'interno dell'Unione Europea, che si attiene alle fasi di preparazione previste nel disciplinare, è legittimato a utilizzare la STG "pizza napoletana". Proprio il mancato legame al territorio ha comportato uno scarso interesse da parte dei produttori a questo regolamento.

## **2.1. Il nuovo "Pacchetto qualità". Novità in tema di tutela per DOP e IGP**

Attesa da molti Paesi europei, fortemente voluta dall'Italia nonostante la posizione nettamente minoritaria che aveva nell'ambito delle trattative, il 21 novembre 2012 ha visto la luce la normativa sui regimi di qualità dei prodotti agricoli e alimentari, ovvero il Regolamento (UE) n. 1151 adottato dal Parlamento europeo e dal Consiglio dell'Unione europea, pubblicato in Gazzetta Ufficiale L 343 dell'Unione europea il 14 dicembre 2012.

Il regolamento *de quo*, ha novellato la materia abrogando i precedenti regolamenti 509/2006, relativo alle specialità tradizionali garantite e 510/2006 relativo alla protezione delle indicazioni geografiche e delle denominazioni di origine.

Trattasi dell'istituzione di un regime di qualità volto alla protezione ed al riconoscimento di prodotti caratterizzati da un valore aggiunto, quale può essere il metodo e/o il luogo di produzione, di trasformazione o commercializzazione.

Il Reg. (UE) n.1151/2012 definisce per la prima volta in maniera chiara e globale i sistemi di certificazione, di indicazione delle proprietà dei prodotti agricoli e di commercializzazione.

La nuova disciplina legislativa comunitaria si sostanzia nel dovere, in capo ai produttori, di comunicare agli acquirenti le caratteristiche dei propri prodotti, in regime di leale concorrenza.

Tra i principi ispiratori, oltre al rafforzamento del ruolo dei produttori, si è perseguito l'obiettivo di semplificare i regolamenti che disciplinano la politica di qualità dei prodotti agricoli, stesso obiettivo che da qualche tempo l'Unione europea si prefigge nell'ambito del quadro normativo della PAC.

Novità del regolamento, c.d. "Pacchetto qualità", è la possibilità di impiegare termini facoltativi di qualità che consentano ai produttori di portare a conoscenza dei consumatori le peculiarità caratterizzanti il loro prodotto, cui è stato dedicato il Titolo IV del Regolamento, il cui art. 27 prevede *"un regime relativo alle indicazioni facoltative di qualità per agevolare la comunicazione, da parte dei*

*produttori, nel mercato interno delle caratteristiche o proprietà dei prodotti agricoli che conferiscono a questi ultimi valore aggiunto".*

Inoltre, un'innovazione di rilievo è lo snellimento delle procedure di registrazione DOP-IGP, infatti, per ottenere un marchio di riconoscimento UE per i prodotti agricoli occorre la metà del tempo, si passa dai dodici ai sei mesi.

Procedendo nella disamina delle disposizioni più rilevanti rispetto alla novellata disciplina, si evidenzia quanto segue.

- **Rafforzamento dei produttori**

Il ruolo dei produttori, ovvero dei Consorzi nel caso italiano, si rafforza.

Con l'applicazione del nuovo regolamento di qualità, i Consorzi di produttori, trasformatori e produttori-trasformatori, hanno maggiore possibilità di proteggere le loro specialità dalla contraffazione. Inoltre, possono adottare provvedimenti diretti a garantire protezione giuridica adeguata della DOP o IGP e dei diritti di proprietà intellettuale correlati, tutelare i nomi commerciali e la reputazione ed autenticità dei propri prodotti.

- **Protezione *ex officio***, ovvero anche in assenza di denuncia di parte.

Nell'art. 13 del regolamento è esplicitamente enunciato il principio in virtù del quale gli Stati membri sono tenuti ad adottare le misure necessarie per la tutela delle indicazioni geografiche designando le autorità a tal fine responsabili. Da ciò discende che tutti gli Stati membri sono tenuti a contrastare altresì le contraffazioni dei prodotti tutelati con indicazione geografica di un altro Paese. Le autorità designate devono offrire adeguate garanzie di obiettività e imparzialità. Tale protezione è stata estesa anche alle DOP e IGT utilizzate come ingredienti di prodotti composti, elaborati o trasformati.

- **Specialità Tipica Garantita-STG**

Una delle più rilevanti innovazioni apportate dal regolamento in esame consiste nel venir meno della possibilità di registrare una Specialità Tipica Garantita senza riserva del nome. Parallelamente, è previsto un iter più snello per prodotti che non hanno la registrazione del nome attraverso l'introduzione di una procedura semplificata per la registrazione dei nomi delle STG registrate senza riserva. Inoltre, i produttori che richiedono la registrazione di una specialità tradizionale garantita dovranno dimostrare il radicamento sul mercato domestico da almeno 30 anni (invece dei 25 anni sinora previsti). Altra importante novità è che il nuovo regime Specialità Tipica Garantita tutelerà non solo i metodi di produzione tradizionali, ma anche le ricette.

- **Etichettatura**

Altra *new entry* è rappresentata dalla possibilità di indicare in etichetta le seguenti informazioni:

- rappresentazioni grafiche della zona d'origine, testi o simboli che si riferiscono allo Stato membro e/o alle Regioni all'interno delle quali è situata la zona di produzione delle DOP-IGP (art. 12, comma 3 e 4, Reg. (UE) n.1151/2012);
- uso dei marchi collettivi geografici insieme alle denominazioni di origine protette e alle indicazioni geografiche protette (art. 12, comma 5, Reg. (UE) n.1151/2012).

#### • **Prodotti di montagna**

Con il nuovo regolamento è prevista l'introduzione dell'etichettatura facoltativa "prodotto di montagna", che può essere utilizzato esclusivamente per indicare un prodotto ottenuto con materia prima e/o mangimi per animali provenienti essenzialmente da aree di montagna e il cui processo di trasformazione avviene nelle aree di montagna, come definite dal reg. 1257/99. La Commissione potrà disciplinare, attraverso atti delegati, eventuali deroghe per la trasformazione, affinché possa avvenire in aree non montane.

#### • **Prodotto dell'agricoltura delle isole, prodotti locali e vendita diretta**

Entro un anno dall'entrata in vigore del presente regolamento sulla qualità, la Commissione europea deve effettuare uno studio sulla possibilità di introdurre il nuovo termine facoltativo di qualità "prodotto dell'agricoltura delle isole", per gli alimenti con materia prima e lavorazione sostanziale per determinarne le caratteristiche provenienti dalle isole, nonché uno studio in merito all'opportunità di prevedere un nuovo regime di etichettatura per l'agricoltura locale e la vendita diretta, il cui scopo è prestare la necessaria assistenza a quei produttori che commercializzano i propri prodotti a livello locale.

Altra novità è rappresentata dall'inserimento della cioccolata tra i prodotti di qualità e dall'art. 45 del Reg. (UE) 1151/2012, che ha introdotto i c.d. "**gruppi**" (*n.d.r. aspetto che andrà approfondito nel breve periodo*), i quali possono contribuire a garantire che la qualità, la notorietà e l'autenticità dei propri prodotti sia garantita sul mercato monitorando l'uso del nome negli scambi commerciali, sviluppando attività volte a garantire la conformità dei prodotti al loro disciplinare...*omissis*.

Dopo aver compiutamente analizzato i punti salienti della riforma, lo sguardo non deve essere rivolto al passato bensì al futuro. E allora quale scenario futuro? In tale ottica, è auspicabile che il nuovo regolamento possa costituire un importante strumento idoneo alla costruzione di una politica della qualità più efficace, in grado di informare il consumatore in modo trasparente sugli elementi che contraddistinguono la qualità dei prodotti italiani.

# La disciplina della sicurezza alimentare nelle politiche comunitarie

I principi generali della legislazione alimentare sono stati riveduti nel 2002 così come le procedure relative alla sicurezza dei prodotti alimentari che si applicano anche agli alimenti per animali. I controlli e la vigilanza avvengono lungo l'intera catena alimentare "dalla fattoria alla tavola". La stessa legislazione che stabilisce i principi generali e i controlli armonizzati istituisce l'Autorità Europea per la sicurezza alimentare, un'agenzia europea che funge da riferimento scientifico per il controllo e per la valutazione degli alimenti<sup>1</sup>.

Già nel Libro Bianco sulla sicurezza alimentare si sottolineava la necessità di una politica che si basasse su fondamenti scientifici in un moderno contesto legislativo<sup>2</sup>. Questa rielaborazione generale della legislazione comunitaria mira a riconquistare la fiducia dei consumatori che è stata scossa dalle crisi del settore avvenute precedentemente al Libro Bianco, associando al processo tutte le parti in causa: il pubblico, le organizzazioni non governative, le associazioni professionali, i partner commerciali e le organizzazioni del commercio internazionale.

La libera circolazione di prodotti alimentari sicuri e sani è un principio essenziale del buon funzionamento del mercato interno. Tuttavia, le differenze tra le legislazioni del settore alimentare negli Stati membri talvolta ostacolano la libera circolazione dei prodotti alimentari. Pertanto, è necessario definire a livello comunitario una base comune per le misure che disciplinano i prodotti alimentari e i mangimi per animali.

---

<sup>1</sup> Il Reg. (CE) n. 178/2002 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 28 gennaio 2002 che stabilisce i principi e i requisiti generali della legislazione alimentare istituisce l'Autorità Europea per la sicurezza alimentare e fissa le procedure nel campo della sicurezza alimentare.

<sup>2</sup> Bruxelles, 12.1.2000, COM (1999) 719 def.

Per adottare un'impostazione globale e integrata "dai campi alla tavola", la legislazione deve prendere in considerazione tutti gli aspetti della catena di produzione alimentare, a partire dalla produzione, dalla trasformazione, dal trasporto, dalla distribuzione, fino alla fornitura dei prodotti alimentari o degli alimenti per animali. In tutte le fasi di questa catena la responsabilità giuridica del controllo della sicurezza dei prodotti alimentari ricade sull'esercente.

La costituzione dell'Autorità Europea per la sicurezza alimentare (EFSA) rafforza l'attuale sistema di supporto scientifico e tecnico. Il suo compito essenziale è quello di fornire un aiuto e pareri scientifici indipendenti e creare una rete in vista di una stretta cooperazione con analoghi enti a livello di Stati membri. L'EFSA valuterà i rischi della catena alimentare e ne informerà le istituzioni e il pubblico.

Infine, le crisi alimentari avvenute all'epoca hanno dimostrato la necessità di migliorare le procedure relative alla sicurezza alimentare. In particolare, si è ritenuto opportuno ampliare il sistema di allarme rapido estendendolo agli alimenti per animali e identificare i provvedimenti d'emergenza e quelli per la gestione delle crisi. Viene quindi creato un Comitato permanente della catena alimentare e della salute animale in sostituzione dei precedenti comitati permanenti.

Il "pacchetto igiene"<sup>3</sup> (tab. 7.1.1) è entrato in vigore il 1° gennaio 2006. Il quadro normativo è stato profondamente revisionato sulla base dei risultati raccolti dopo i primi anni di applicazione e a causa della dinamica delle tossinfezioni a livello mondiale. Infatti, se da una parte si è assistito a una flessione delle più classiche famiglie di sinistro dovuta al miglioramento degli standard di sicurezza, dall'altra si è rilevata la preoccupante comparsa di nuovi pericoli biotici ("pericoli emergenti"), anche favorita dalla rapida diversificazione delle tipologie alimentari.

L'Unione Europea, nel rivedere il quadro giuridico del settore alimentare che riflette la politica "dai campi alla tavola", ha opportunamente esteso e articolato il suo ombrello normativo in maniera da riconoscere a ogni addetto (OSA = Operatore del Settore Alimentare) una piena e consapevole responsabilità in merito ad ogni possibile conseguenza sulla salute del consumatore<sup>4</sup>. Ciò serve a fronteggiare anche le forme più subdole di rischio e di dolo, inserendo anche segmenti di filiera inizialmente tenute fuori dal regime.

<sup>3</sup> Al Reg. 178/02, in vigore dal gennaio 2005, è seguita l'entrata in vigore dal 1° gennaio 2006 del "Pacchetto igiene". La normativa denominata "pacchetto igiene" è costituita essenzialmente dai quattro regolamenti comunitari 852, 853, 854 e 882 emanati nell'anno 2004. L'Unione Europea armonizza con questi regolamenti la vasta mole di direttive, regolamenti e raccomandazioni precedentemente emessi. Lo scopo evidente è insito nell'intenzione di semplificare i concetti sulla sicurezza alimentare dell'intera filiera produttiva, implementando così la strategia legislativa del progetto "dalla terra alla tavola".

<sup>4</sup> Ciò può rappresentare un problema per i piccoli produttori e per quelli di filiera tipica, poiché non viene loro riconosciuta alcuna attenuante con riferimento ai limiti di competenza e know-how. Nel precedente regime l'autorità sanitaria teneva conto delle effettive necessità connesse alle attività in laboratori annessi ai punti vendita, nonché alle attività di vendita diretta e di somministrazione sul posto.

Per migliorare il sistema di controllo, prevenzione e garanzia, vengono introdotti i seguenti nuovi elementi:

1. Il campo di applicazione delle norme inerenti l'igiene e la sicurezza viene esteso alla produzione agricola o primaria (Reg. n. 178/2002 Art. 3), ivi compresi la raccolta, la caccia e la pesca. Resta esclusa solo la produzione di alimenti per esclusivo autoconsumo. Gli agricoltori sono sollevati esclusivamente dall'obbligo di applicare una procedura documentata di HACCP (Reg. n. 852/2004 Art. 5).
2. Il campo di applicazione delle norme inerenti l'igiene e la sicurezza viene esteso agli alimenti (mangimi) per gli animali, in quanto questi ultimi sono parte della catena alimentare umana.
3. Il "principio di precauzione"<sup>5</sup>.
4. Il principio di trasparenza: i cittadini sono consultati in modo trasparente, direttamente o per mezzo di organismi rappresentativi, nella fase di elaborazione, valutazione e revisione della legislazione alimentare (Reg. n. 178/2002 Art. 9).
5. La tracciabilità e la rintracciabilità (Reg. n. 178/2002 Art. 18) da parte dei produttori, in relazione alla identificazione di pericoli per la salute dei consumatori. Qualora non provveda il produttore, l'autorità sanitaria deve adottare i provvedimenti di rintracciabilità e di fermo dei prodotti potenzialmente pericolosi.
6. L'individuazione dei "rischi emergenti" dovuti alla diffusione di nuove pratiche di lavorazione/conservazione/consumo e di nuovi pericoli (sostanze o microrganismi) (Reg. n. 178/2002 Art. 34).
7. La costituzione di un sistema di allerta, tra la CE e gli Stati membri, per la notifica di eventuali rischi legati alla salute dei consumatori, basato su schede di notifica standard e utilizzo di posta elettronica.

Nel Reg. (CE) n. 852/2004, che sostituisce la Direttiva 93/43, viene introdotto *ex novo* l'Allegato I, con la parte A, per gli operatori del settore agricolo. Nasce così l'obbligo della prevenzione dei rischi (con esclusione della tenuta dell'HACCP) e della tracciabilità anche per gli agricoltori che forniscono il loro prodotto alla filiera alimentare.

Anche la nuova norma stabilisce che possono essere concesse deroghe per quanto riguarda le piccole imprese, se ciò non compromette gli obietti-

<sup>5</sup> Reg. n. 178/2002 Art. 7. Qualora, in circostanze specifiche a seguito di una valutazione delle informazioni disponibili, venga individuata la possibilità di effetti dannosi per la salute ma permanga una situazione d'incertezza sul piano scientifico, possono essere adottate le misure provvisorie di gestione del rischio necessarie per garantire il livello elevato di tutela della salute che la Comunità persegue, in attesa di ulteriori informazioni scientifiche per una valutazione più esauriente del rischio. Le misure adottate sono proporzionate e prevedono le sole restrizioni al commercio che siano necessarie per raggiungere il livello elevato di tutela della salute perseguito nella Comunità, tenendo conto della realizzabilità tecnica ed economica e di altri aspetti, se pertinenti. In altre parole, in caso di dubbio e di incertezza (condizione frequente nelle filiere tipiche) si adottano comunque le misure più cautelative.

vi della norma (Reg. n. 852/2004, Art. 13). Quando si parla di “deroghe” si intendono quelle riferite alle prescrizioni sull’igiene delle attività agricole (Reg. n. 852/2004, All. I) e alle strutture delle attività di trasformazione (Reg. n. 852/2004, All. II).

Gli Stati membri possono adattare i requisiti di cui all’allegato II per tener conto delle esigenze delle imprese del settore alimentare situate in regioni con difficoltà geografiche particolari o di approvvigionamento che servono il mercato locale, o per prendere in considerazione i metodi di produzione tradizionali e le dimensioni delle imprese. Gli obiettivi di sicurezza alimentare non devono comunque risultare compromessi.

# Il tema della qualità e le indicazioni geografico/territoriali

Il termine qualità deriva dal latino *qualitas – tatis*, der. di *qualis* “quale”. Proprietà che caratterizza una persona, un animale o qualsiasi altro essere, una cosa, un oggetto o una situazione, o un loro insieme organico, come specifico modo di essere, soprattutto in relazione a particolari aspetti e condizioni, attività, funzioni e utilizzazioni<sup>1</sup>. Appare evidente che, con il predetto termine, ci si limita a definire una caratteristica di una persona o di un bene senza entrare nel merito della sua positività o negatività. Al giorno d’oggi, quando si parla di prodotto di qualità, soprattutto nel settore agro alimentare, si considera implicitamente l’aspetto positivo, sottintendendo un prodotto migliore rispetto agli altri. Infatti, quando la Commissione Europea parla di politica di qualità si riferisce a tutta una serie di azioni volte al miglioramento delle caratteristiche dei prodotti agroalimentari e dei processi di trasformazione degli stessi.

Potremmo quindi dire che c’è un primo livello costituito dalla “qualità” con il quale si intende il rispetto di requisiti minimi di conformità a norme cogenti sia di tipo merceologico (quali il rispetto delle caratteristiche del prodotto), sia di tipo igienico sanitario (quali il rispetto della sicurezza alimentare e del benessere degli animali); un secondo livello costituito dalla “qualità superiore” caratterizzata da elementi (ad esempio nel caso dell’olio il grado di acidità o, per il latte, il contenuto in grassi) che conferiscono un valore aggiunto al prodotto rendendolo qualitativamente migliore rispetto agli altri prodotti presenti sul mercato.

Il tema della qualità è divenuto nel tempo un asse portante della strategia europea nel settore alimentare. Aspetti come prezzo, standardizzazione, grandi numeri, hanno, man mano, lasciato spazio a gusto, tradizione, auten-

---

<sup>1</sup> Definizione dal vocabolario on line [www.treccani.it](http://www.treccani.it)

ticità, originalità dei metodi di produzione e origine geografica dei prodotti agroalimentari. Il tema della qualità, oggetto del documento “Libro Verde”<sup>2</sup> è stato via via introdotto in discussioni e documenti di varia natura, che hanno accompagnato il medio periodo produttivo nazionale ed europeo, anche in concomitanza di crisi economiche di portata mondiale.

#### 4.1. I pilastri della qualità

A oggi, la politica della qualità dei prodotti agroalimentari si regge sui seguenti “pilastri”:

- le norme legislative di base, come ad esempio quelle in materia di igiene, sicurezza alimentare, benessere degli animali, salvaguardia ambientale;
- il sistema comunitario di qualità, relativo alla registrazione e alla tutela delle indicazioni geografiche (DOP e IGP) e alla produzione biologica;
- il sistema volontario di certificazione della qualità, al quale ricorrono gli operatori per regolare i reciproci rapporti economici e per fornire ai clienti e ai consumatori specifiche garanzie sulle caratteristiche dei prodotti acquistati.

Oltre a questi pilastri si costituiranno, nel breve periodo, i cosiddetti “Sistemi di Qualità Nazionali – SQN”, certificati da uno Stato Membro con eventuale istituzione di un **marchio collettivo** unico, identificativo del sistema di qualità nazionale.

#### 4.2. Il marchio collettivo

I marchi collettivi sono soggetti a una disciplina specifica, che si differenzia da quella dei marchi individuali sia sotto il profilo dei soggetti cui è consentita la titolarità, sia sotto il profilo dei presupposti ai quali è legato il riconoscimento.

I principali riferimenti normativi sono rappresentati da :

- art. da 2569 a 2574 del codice civile;
- D.L. 10 febbraio 2005, n. 30 “Codice della proprietà industriale, a norma dell’art. 15 della legge 12 dicembre 2002, n. 273” – di seguito denominato CPI – come integrato del D.M. del 13 gennaio 2010, n. 33 “Regolamento di attuazione del codice della proprietà industriale, adottato con D.L. 10 febbraio 2005, n. 30”;
- Reg. (CE) n. 207/2009 del Consiglio sul marchio comunitario.

Il marchio è comunemente ritenuto un utile strumento per distinguere i prodotti e servizi sul mercato, ed è un mezzo di comunicazione con il consu-

---

<sup>2</sup> Il Libro Verde è un documento predisposto dalla Commissione Europea la cui finalità è quella di stimolare una riflessione a un dibattito a ogni livello nell’Unione Europea e raccogliere contributi scritti.

matore. In tale senso il marchio diventa uno strumento decisivo nella strategia commerciale dell'azienda, a tal punto da rappresentare una parte consistente del suo stesso valore.

Per marchio collettivo, alla stregua dell'art. 2570 cod. civ. e dell'art. 11 del CPI, si intende il marchio la cui registrazione viene richiesta non già da un singolo imprenditore che lo utilizza per contraddistinguere i prodotti provenienti dalla propria azienda, bensì da "... soggetti che svolgono la funzione di garantire l'origine, la natura o la qualità di determinati prodotti e servizi" al fine di "concederne l'uso secondo le norme dei rispettivi regolamenti, a produttori e commercianti".

Appare evidente che un'altra tipologia di marchio, il marchio d'impresa, è riconducibile a un marchio volto a distinguere i prodotti o servizi di un'impresa da quelli di altre imprese (da notare l'elemento cardine rappresentato dalla funzione di "garantire l'origine, la natura o la qualità" presente nella tipologia di marchio collettivo).

Il marchio collettivo è quindi un segno, richiesto da soggetti individuali o collettivi, avente la funzione di:

- garantire la natura di alcuni servizi;
- garantire la qualità o l'origine di determinati servizi.

Facendo riferimento al CPI, all'art. 11 è sancito che:

"I soggetti che svolgono la funzione di garantire l'origine, la natura o la qualità di determinati prodotti o servizi, possono ottenere la registrazione per appositi marchi come marchi collettivi, ed hanno la facoltà di concedere l'uso dei marchi stessi a produttori o commercianti".

I regolamenti concernenti l'uso dei marchi collettivi, i controlli e le relative sanzioni debbono essere allegati alla domanda di registrazione; le modificazioni regolamentari debbono essere comunicate a cura dei titolari all'Ufficio italiano brevetti e marchi per essere incluse tra i documenti allegati alla domanda.

L'art. 19 CPI nel testo vigente a sua volta dispone:

1. Può ottenere una registrazione per marchio d'impresa chi lo utilizzi, o si proponga di utilizzarlo, nella fabbricazione o commercio di prodotti o nella prestazione di servizi della propria impresa o di imprese di cui abbia il controllo o che ne facciano uso con il suo consenso.
2. Non può ottenere una registrazione per marchio d'impresa chi abbia fatto la domanda in malafede.
3. Anche le amministrazioni dello Stato, delle regioni, delle province e dei comuni possono ottenere registrazioni di marchi".

Le novità introdotte dalla vigente disciplina sono evidenti. La titolarità dei marchi, e in particolare dei marchi collettivi, non è più riservata esclusivamente alle imprese, ma si estende anche ai soggetti pubblici, proprio in ragione delle funzioni di interesse generale e di garanzia di qualità che nel sistema vigente sono attribuite ai marchi collettivi.

### 4.3. La funzione del marchio collettivo

Prima dell'adozione del D.L. n. 480/92 la funzione preminente assegnata al marchio collettivo era, secondo la dottrina e la giurisprudenza prevalenti, quella tipica del marchio d'impresa, cioè di permettere l'identificazione di prodotti e servizi provenienti dalle imprese utilizzatrici, senza alcun profilo o, quanto meno, con profili assolutamente secondari, di garanzia di qualità del prodotto. Successivamente con il nuovo art. 11 CPI, prescrivendo il deposito all'atto della domanda dei "regolamenti concernenti l'uso dei marchi collettivi, i controlli e le relative sanzioni", investe l'Ufficio di una verifica che non si svolge più su un piano soggettivo – limitandosi cioè a valutare se alla luce delle norme statutarie l'organizzazione dell'ente richiedente è astrattamente compatibile con una funzione di garanzia – ma su un piano obiettivo, di valutazione della effettività di tale funzione, che si riflette nelle regole elaborate dal richiedente per l'utilizzazione del marchio, nonché per il controllo del rispetto di tali regole da parte dei licenziatari e per la sanzione delle eventuali infrazioni.

L'effettività della funzione di garanzia svolta dal titolare del marchio viene assicurata da un vero e proprio regime sanzionatorio.

### 4.4. Perché il marchio collettivo è un marchio di qualità

La legge italiana non traccia alcuna linea di demarcazione tra marchi collettivi e altri marchi (di garanzia o certificazione) facendo confluire, sotto il profilo tecnico-funzionale, le distinte tipologie di marchi (leggasi "segni" nella direttiva comunitaria), nell'unica categoria del marchio collettivo. Il marchio collettivo si differenzia dal marchio d'impresa in quanto non svolge funzione distintiva dell'origine del prodotto da una determinata impresa, bensì svolge funzione di garanzia delle caratteristiche e qualità del prodotto; inoltre, il titolare del marchio collettivo abitualmente non lo usa, ma è obbligato a verificare con appositi controlli le merci dei produttori e commercianti ai quali è stato concesso l'uso del marchio stesso.

### 4.5. Alcune problematiche di utilizzo del marchio

In sede di registrazione l'Ufficio brevetti e marchi può rifiutare, con provvedimento motivato, la registrazione del marchio collettivo, quando i marchi richiesti:

1. possano creare situazioni di ingiustificato privilegio, o comunque recare pregiudizio allo sviluppo di altre analoghe iniziative della regione" (art. 11, comma 4, CPI<sup>3</sup>). Le "situazioni di ingiustificato privilegio" vengono comu-

<sup>3</sup> D.L. 10 febbraio 2005, n. 30 "Codice della proprietà industriale, a norma dell'art. 15 della legge 12 dicembre 2002, n. 273", come integrato del D.M. del 13 gennaio 2010, n. 33 "Regolamento di attuazione del codice della proprietà industriale, adottato con decreto legislativo 10 febbraio 2005, n. 30."

nemente individuate nella insufficiente garanzia di accesso al marchio a condizioni paritetiche da parte di tutti gli imprenditori insediati nella zona geografica di riferimento.

2. possano pregiudicare “lo sviluppo di altre analoghe iniziative della regione”; ciò al fine di evitare che l’iniziativa di operatori economici locali, possa ostacolare interventi di più ampia e generale portata.

#### **4.6. Differenze tra marchi collettivi geografici e denominazioni di origine**

Nella definizione del Reg. n. 510/2006 per “denominazione d’origine” si intende “il nome di una regione, di un luogo determinato o, in casi eccezionali, di un paese che serve a designare un prodotto agricolo o alimentare: originario di tale regione, di tale luogo determinato o di tale paese e la cui qualità o le cui caratteristiche siano dovute essenzialmente o esclusivamente all’ambiente geografico inclusi i fattori naturali ed umani e la cui produzione, trasformazione ed elaborazione avvengano nell’area geografica delimitata” (art. 2, par. 1, lett. a).

Sempre il regolamento comunitario descrive l’“indicazione geografica” come “il nome di una regione, di un luogo determinato o, in casi eccezionali, di un paese che serve a designare un prodotto agricolo o alimentare: come originario di tale regione, di tale luogo determinato o di tale paese e del quale una determinata qualità, la reputazione o un’altra caratteristica possono essere attribuite a tale origine geografica e la cui produzione e/o trasformazione e/o elaborazione avvengano nell’area geografica determinata” (art. 2, par. 1 lett. b).

Vediamo ora alcune sensibili differenze:

- qualsiasi soggetto (persona fisica o giuridica, pubblico o privato, di diritto nazionale o estero) può accedere alla registrazione del marchio collettivo, mentre ai sensi dell’art. 5 Reg. n. 510/2006 la richiesta di registrazione delle denominazioni è riservata alle “associazioni” di produttori e/o trasformatori e, solo in via eccezionale e a condizioni determinate, a “persone fisiche o giuridiche”.
- nel caso delle DOP e IGP, l’art. 4 del Reg. n. 510/2006 prevede che nel disciplinare deve essere riportato, tra gli elementi essenziali, il legame tra la qualità o le caratteristiche del prodotto agricolo e l’ambiente geografico. Nel caso del marchio collettivo, il titolare dello stesso non è obbligato a descrivere il legame suddetto. Soltanto laddove, a norma del comma 2, art. 64, del Reg. (CE) n. 40/94, siano utilizzati segni o indicazioni che, in commercio, possono servire a designare la provenienza geografica dei prodotti o dei servizi, il successivo art. 65, dispone che il regolamento d’uso di un marchio deve autorizzare le persone i cui prodotti o servizi provengano dalla zona geografica in questione a diventare membri dell’associazione titolare del marchio.

- per il nome che costituisce la denominazione d'origine, essendo forte il legame esistente tra un prodotto e un dato territorio, deve essere dimostrata la produzione per un lungo periodo (in Italia è previsto 25 anni) del prodotto in questione e l'uso consolidato, nel commercio o nel linguaggio comune della denominazione della quale si richiede la registrazione. Il marchio, invece, per essere valido, deve possedere il requisito della "novità".
- le regole d'uso del marchio collettivo hanno una fonte privatistica, essendo i "regolamenti concernenti l'utilizzazione, i controlli e le sanzioni" elaborati dal soggetto richiedente, mentre il disciplinare di produzione delle denominazioni soggiace, quanto al contenuto, a precise disposizioni di legge (art. 4 reg. 510/2006) ed è approvato con apposito provvedimento normativo, ovvero il regolamento comunitario di registrazione della denominazione.
- alla registrazione del marchio consegue l'acquisto del diritto all'uso esclusivo in capo al soggetto richiedente, il quale attraverso atti di natura privatistica consente l'utilizzazione del segno distintivo a terzi; alla registrazione di una denominazione d'origine consegue, invece, un diritto di utilizzazione direttamente in capo a tutti i produttori, trasformatori o distributori del prodotto conforme al disciplinare della denominazione.

Va specificato inoltre che la registrazione di un marchio collettivo non impedisce ai terzi di utilizzare il nome geografico secondo i canoni di correttezza professionale, cioè in funzione di sola descrizione dell'origine del prodotto, mentre l'art. 13 (vedi *supra*), par. 1, Reg. n. 510/2006 appresta per le denominazioni una protezione di tipo assoluto. E ancora l'art. 13, comma 4 CPI include tra le cause di decadenza del marchio la sopravvenuta volgarizzazione del marchio "divenuto nel commercio per il fatto dell'attività o dell'inattività del suo titolare, denominazione generica del prodotto o del servizio", mentre l'art. 13, par. 2, Reg. n. 510/2006 espressamente dispone che "le denominazioni protette non possono diventare generiche". Dunque, in presenza di una DOP o IGP già registrata, o che ha raggiunto una certa fase del procedimento di registrazione, è inibita la registrazione di un marchio a essa identico, simile o, comunque, in grado di creare confusione circa l'origine del prodotto, pena la nullità del marchio stesso.

Viceversa un marchio pre-registrato con lo stesso toponimo e per lo stesso prodotto anteriormente alla data di protezione della DOP/IGP può proseguire qualora non incorra in motivi di nullità o decadenza.

#### 4.7. Il marchio collettivo comunitario

Il marchio collettivo comunitario (MCC) è il marchio collettivo che risponde ai requisiti del titolo VIII del Reg. (CE) n. 207/2009<sup>4</sup>. Anche il MCC può contenere un'indicazione geografica ed esercitare una funzione di garanzia della provenienza. Il par. 2 dell'art. citato prevede infatti che "possono costituire marchi comunitari collettivi, ai sensi del par. 1, segni e indicazioni che in commercio possono servire a designare la provenienza geografica dei prodotti o dei servizi". La differenza più rilevante consiste nella maggiore visibilità del marchio collettivo comunitario rispetto al marchio collettivo. Sul piano giuridico la diversità è invece percepibile anzitutto nel fatto che i titolari di un marchio comunitario collettivo sono individuati in maniera più specifica; infatti "possono depositare marchi comunitari collettivi le associazioni di fabbricanti, produttori, prestatori di servizi o commercianti che, conformemente alla legislazione loro applicabile, hanno capacità, a proprio nome, di essere titolari di diritti e obblighi di qualsiasi natura, di stipulare contratti o compiere altri atti giuridici e di stare in giudizio, nonché le persone giuridiche di diritto pubblico" (art. 66, par. 1, Reg. (CE) n. 207/2009). Inoltre :

- "la domanda di marchio comunitario deve essere accompagnata, entro il termine prescritto, dal regolamento d'uso" (art. 67, par. 1);
- "nel regolamento d'uso si devono indicare le persone abilitate a usare il marchio, le condizioni di appartenenza all'associazione e, qualora siano previste, le condizioni per l'utilizzazione del marchio, comprese le sanzioni" (art. 67, par. 2);
- in caso di marchio comunitario collettivo contenente una indicazione geografica: "il regolamento d'uso del marchio deve autorizzare le persone i cui prodotti o servizi provengano dalla zona geografica in questione a diventare membri dell'associazione titolare del marchio" (art. 67, par. 2);
- una Camera di commercio e, in generale un ente pubblico possono essere titolari di un marchio collettivo comunitario (par. 1 dell'art. 66 del Reg. (CE) n. 207/2009)<sup>5</sup>.

#### 4.8. Alcune limitazioni di utilizzo del marchio

Il punto 4 dell'art. 11 del CPI stabilisce che "l'avvenuta registrazione del marchio collettivo costituito da nome geografico non autorizza il titolare a vietare a terzi l'uso nel commercio del nome stesso, purché quest'uso sia conforme

<sup>4</sup> Pubblicato sulla GUCE il 24.3.2009. In particolare l'art. 66, par. 1, dispone che "possono costituire marchi comunitari collettivi i marchi comunitari così designati all'atto del deposito e idonei a distinguere i prodotti o servizi dei membri dell'associazione titolare da quelli di altre imprese".

<sup>5</sup> Par. 1 dell'art. 64 del Reg. (CE) n. 40/94: "possono depositare marchi comunitari collettivi le associazioni di fabbricanti, produttori, prestatori di servizi o commercianti che, conformemente alla legislazione loro applicabile, hanno la capacità, a proprio nome, di essere titolari di diritti e obblighi di qualsiasi natura, di stipulare contratti o compiere altri atti giuridici e di stare in giudizio, nonché le persone giuridiche di diritto pubblico".

ai principi della correttezza professionale e quindi limitato alla funzione di indicazione della provenienza”. In maniera pressoché analoga si esprime il par. 2 dell’art. 66 del Reg. (CE) n. 207/2009 sul marchio comunitario collettivo: “un marchio collettivo non autorizza il titolare a vietare ad un terzo l’uso in commercio di siffatti segni o indicazioni (cioè dei segni o indicazioni che, in commercio, possono servire a designare la provenienza geografica dei prodotti o dei servizi, *ndr*), purché detto uso sia conforme alle consuetudini di lealtà in campo industriale o commerciale; in particolare un siffatto marchio non può essere opposto a un terzo abilitato a utilizzare una denominazione geografica”. Al titolare di un marchio collettivo geografico è dunque inibito vietare l’uso del nome geografico quando esso sia conforme ai principi di correttezza professionale, e quindi limitato alla funzione di indicazione della provenienza, o agli usi consueti di lealtà. In altre parole, la normativa non fa che riconoscere ad ogni imprenditore il diritto di usare nella propria attività economica indicazioni relative alla provenienza geografica del prodotto o servizio. Ciò significa che la registrazione di un marchio collettivo geografico non impedisce a un terzo di avvalersi del nome geografico “oggetto del marchio” per indicare, anche se solo con finalità descrittive, e quindi al di fuori del marchio in senso proprio, il luogo di provenienza dei propri prodotti. Esiste pertanto, sotto questo profilo, una limitazione al diritto di esclusiva riconosciuto al titolare del marchio collettivo geografico.



# Il miele, i mieli, strategie di valorizzazione e strumenti in campo

## Considerazioni legate alla possibile valorizzazione di un prodotto agroalimentare

Il miele è un prodotto molto legato al territorio in quanto le sue caratteristiche di composizione e quelle organolettiche derivano quasi esclusivamente dal tipo di flora bottinata dalle api.

L'origine geografica non permette di stabilire graduatorie qualitative assolute, ma è sicuramente alla base di differenze visive, di gusto e di composizione. Alle differenze obiettive e verificabili a livello analitico devono aggiungersi quelle di immagine, che fanno sì che il consumatore possa preferire un prodotto all'altro. Assicurare e promuovere una grande diversificazione di mieli monoflora e millefiori dalle caratteristiche comunque identitarie di legame con i territori è fondamentale per aumentare il consumo.

Ciò consiglia l'uso in etichetta di ogni indicazione possibile riguardo l'origine del miele, a scala spaziale sempre più ridotta, anche con l'utilizzo di moderne tecnologie informatiche di elaborazione e lettura dell'etichetta.

A tal proposito l'Osservatorio nazionale miele, con il sostegno del Ministero delle Politiche agricole, alimentari e forestali sta sperimentando un percorso molto innovativo di "etichetta telematica" che consente al produttore di sottolineare ogni carattere qualitativo e identitario inserendo dati, immagini, video e parametri oggettivi come le analisi a cui il miele contenuto nel vasetto è sottoposto.

Una sorta di "tracciabilità totale" dei mieli italiani che premia allo stesso tempo produttore e consumatore.

L'analisi melissopalinoologica è uno strumento molto efficace per determinare l'origine geografica di un miele, dà quindi la possibilità concreta di tutelare il consumatore verificando la veridicità delle indicazioni di origine geografica, sia quelle obbligatorie, rispetto il Paese di origine, sia quelle volontarie utilizzate dall'apicoltore per dare valore aggiunto al miele (indicazioni regionali, territoriali o, addirittura, topografiche).

La grande variabilità climatico-vegetazionale del nostro Paese, dalle alpi alla pianura padana, dall'appennino alla macchia mediterranea, dai seminativi di leguminose alle piantagioni di eucalipto, dal timo dei monti iblei alla Sardegna, costituisce una ricchezza dal punto di vista apistico di cui non c'è ancora piena consapevolezza.

Un altro elemento di sottovalutazione già individuato e "provato" riguarda l'elemento più banale eppure importante e cioè la quantità di miele prodotta complessivamente nel nostro Paese.

Per decenni è stata stimata una produzione nazionale di miele intorno a 10.000 t/anno e poi rivista fino a 13.000-14.000 t (anche attraverso i primi studi dell'Osservatorio).

Ebbene con un'ulteriore attività d'indagine statistica svolta dall'Osservatorio sulla produzione apistica nazionale si è giunti ad una stima di oltre 23.000 t/anno, destinata ancora ad aumentare con gli approfondimenti in atto attraverso l'implementazione della rete di rilevazione sia in termini di tecnologia che di forze impiegate. In sostanza i cambiamenti strutturali dell'azienda apistica hanno portato a raggiungere livelli più alti di professionalità.

Anche se siamo ben lungi dall'essere soddisfatti aumenta il numero e il peso di apicoltori che svolgono l'attività con voglie sempre crescenti di professionalità, curano le api, praticano nomadismo per inseguire le fioriture e smielano in modo frequente e appropriato per ottenere dei monoflora.

Tale situazione dà una spiegazione più che plausibile della crescita di produzione di miele italiano e richiede un'analisi più approfondita sulle potenzialità di mercato dei mieli italiani.

Le 23.000 tonnellate che sono state stimate potranno riservare ulteriori sorprese raggiungendo cifre ancora superiori e, comunque, sono tali da caratterizzare l'apicoltura come un settore tutt'altro che marginale del comparto agricolo.

Si parla così insistentemente di multifunzionalità come di una condizione necessaria di sopravvivenza dell'agricoltura italiana.

Si può ben dire che l'apicoltura sia una voce di reddito reale e potenziale per l'azienda agricola ben superiore a qualsiasi altra attività che si rifaccia al concetto di multifunzionalità.

Pertanto, se si esclude l'agriturismo, per il quale può valere la stessa analisi, l'attività apistica è ben connaturata nella funzione centrale dell'azienda agricola sia dal punto di vista dell'interesse aziendale sia sul piano della mission "socio-ambientale" della stessa, quella cioè di produzione di cibo, di conservazione dell'ecosistema, di presidio del territorio, della cura della sua bellezza e della fruibilità dello stesso.

Verrebbe quasi da coniare un neologismo o forse due: l'AGRIAPICOLTURA o l'APIAGRICOLTURA a sottolineare quanto le due attività siano intrecciate, non solo per la fondamentale funzione di impollinazione che le api svolgono ma anche sul piano del reddito complessivo che il settore può conseguire.

## 5.1. Quanti mieli? E quanto diversi?

Acacia
Agrumi
Ailanto
Cardo
Castagno
Ciliegio
Colza
Corbezzolo
Edera
Erba Medica
Erica
Erica Carnea
Erica Multiflora
Eucalipto
Girasole
Lampone
Lavanda
Lavanda Selvatica
Leguminose
Lupinella

Marasca
Marruca
Melata
Melata di Abete
Melata di Abete Rosso
Melata di Metcalfa
Melo
Millefiori
Millefiori Di Alta Montagna Delle Alpi
Nespolo
Rododendro
Rosmarino
Rovo
Santoreggia
Stregonia (Sideritis Syriaca)
Sulla
Tarassaco
Tiglio
Timo
Trifoglio Incarnato

Sono oltre 30 i monoflora classificati con il Ministero a suo tempo ma l'opera dovrebbe già essere aggiornata in quanto ci stiamo avvicinando ai 50 monoflora accertati (e accettati con tanto di analisi melissopalinoologica, per la precisione sono stati 47 i monoflora accettati al concorso Tre Gocce d'oro del 2010) e a questi si aggiunga una miriade di millefiori per i quali va fatto un discorso specifico.

I millefiori sono, per la propria natura, una combinazione con buona dose di casualità e quindi di relativa scarsa ripetibilità di colore, sapore, aroma e consistenza.

Tuttavia vi sono due elementi forti nella propria origine: l'attaccamento al territorio e una certa riconoscibilità di caratteri per grandi aree: alpino, appennino, pianura padana, macchia mediterranea ecc.

È importante cogliere questi due aspetti perché consentono di pensare a strumenti di valorizzazione molto diversi a seconda che si tratti di un prodotto particolare (millefiori del parco delle foreste casentinesi, o del parco dei laghi) per il quale va messo in valore il legame con un territorio particolarmente apprezzabile che gli fa aumentare i connotati di un prodotto di nicchia, oppure se ci si riferisca ai grandi millefiori quali alta montagna delle alpi, alta montagna dell'appennino, macchia mediterranea ecc., cioè a quei mieli millefiori che pre-

sentano notevoli quantità di prodotto, riconoscibilità nel tempo e legame con un territorio di provenienza ampiamente conosciuta.

### **Sta nella grande varietà dei mieli il vero patrimonio dell'apicoltura italiana**

Il vero patrimonio dell'“apiagricoltura” italiana non sta nella combinazione degli standard qualitativi raggiunti che pure sono importantissimi. Il patrimonio unico al mondo sta nella differenziazione di mieli monoflora e millefiori così diversi per il gusto e per il legame con i territori.

Il solo raggiungimento di alti parametri qualitativi è indispensabile ma non sufficiente.

Già oggi ci sono Paesi, da poco compresi nell'Unione europea e anche extra-comunitari, che producono mieli di buona qualità ma ciò avverrà sempre di più.

In sostanza anche gli altri possono imparare e adottare a vasta scala buone pratiche apistiche e spesso non mancano ambienti naturali interessanti.

Tipicità - diversità - qualità costituiscono insieme un valore non riproducibile.

Solo con questa consapevolezza ci si può dare obiettivi ambiziosi in grado di sviluppare il settore, creando reddito, cultura, occupazione e presidio del territorio.

### **Quali obiettivi darsi?**

Oltre all'elemento sopraccennato su valore e carattere della produzione va considerato anche un altro aspetto molto importante, che ha caratterizzato in modo deciso il corso degli anni precedenti: all'attuale crisi economica e sociale, e cioè l'aumento del consumo di miele in Italia.

Già il lavoro fatto dall'Osservatorio sui dati produttivi induce ad alzare in modo considerevole la stima del miele consumato in Italia.

Considerato che noi produciamo ben oltre le 20.000 t/anno e che sul mercato italiano è presente miele d'importazione, sia per il consumo fresco che per l'industria, è ovvio che il consumo va ben oltre quello fino a poco fa stimato superando abbondantemente le 30.000 t/anno.

Dal 2010 inoltre si è registrato un aumento consistente nel consumo di miele, un aumento che si può ragionevolmente stimare intorno al 30%. Dati Nielsen infatti riportavano un +13% per i primi 6 mesi di quell'anno, successivamente si è avuto la sensazione di un accentuarsi del fenomeno anche se purtroppo il sopraggiungere della crisi induce alla prudenza e renderebbe necessaria un'ulteriore analisi del consumo.

Ecco quindi tutti gli elementi dello scenario necessari per individuare i grandi obiettivi strategici che possono essere così riassunti:

- aumentare ancora il consumo nazionale di miele;
- aumentare la preferenza per i mieli italiani (conoscenza-apprezzamento);
- promuovere esportazione di mieli italiani.

In altre parole serve una strategia nazionale di valorizzazione supportata da elementi certi di conoscenza quali-quantitativa sul prodotto e un utilizzo flessibile dell'insieme degli strumenti di valorizzazione che l'azienda (o meglio i territori) hanno a disposizione.

Non v'è dubbio, per alcune produzioni, grandi per qualità, quantità e riconoscibilità lo strumento DOP sarebbe stato e ancora oggi sarebbe il più opportuno per incisività e possibilità di spostare quote importanti di mercato in Italia e all'estero; basta pensare ad alcuni possibili esempi:

- acacia italiano delle prealpi
- poliflora d'alta montagna delle alpi
- agrumi d'Italia
- eucalipto del tirreno
- poliflora d'alta montagna dell'appennino
- mieli di Sardegna

A oltre vent'anni dall'uscita di quel Reg. (CE) n. 2081/92, poi rivisto e aggiornato nel 2006, abbiamo visto i risultati applicati al miele che possono essere considerati ben deludenti: una sola DOP riconosciuta (miele di acacia della Lunigiana), alcune richieste in corso (Valtellina e Alpi bellunesi) e nulla di più!

Sarebbe lungo analizzare i perché di questo risultato così modesto, vi sono responsabilità dei produttori, isolazionisti e gelosi del proprio prodotto, convinti che sia sempre il migliore. Questo modo di pensare però si è trasmesso agli amministratori e le istituzioni condividono la responsabilità di non aver promosso le aggregazioni ampie che sarebbero state necessarie.

Questo e molto altro si potrebbe dire, si pensi per un attimo se questo modo di pensare fosse stato applicato al Parmigiano-Reggiano (se non ci fosse stata cioè la forza di individuare precisi confini fisici per l'area di produzione alla quale applicare il disciplinare).

Nessuna IGP risulta acquisita e nemmeno pare vi siano richieste in tal senso.

Dolorosa è stata invece la vicenda del MIELE VERGINE INTEGRALE.

Per quanto riguarda la STG (Specialità tradizionale garantita) vale la pena di ricordare infatti il tentativo promosso a suo tempo da una parte dell'apicoltura italiana per il riconoscimento di una STG che garantisse il "MIELE VERGINE INTEGRALE", cioè quel miele che offriva caratteristiche superiori di freschezza e naturalezza attraverso la "ricetta" con la quale veniva estratto e conservato fino al consumo.

Si registrò una feroce contrarietà dell'industria agroalimentare multinazionale e dei Paesi nordeuropei all'introduzione di un disciplinare rigoroso, in grado di garantire pratiche di estrazione rispettose della naturalità del prodotto, trasparenza d'origine nonché condizioni restrittive per la conservazione e i termini di consumo.

Vi fu inoltre la mancanza di una tenace difesa da parte delle istituzioni italiane e anche la divisione marcata nel settore apistico. Tutto ciò portò al naufragio di questa "ricetta" il cui nome "Vergine" e "Integrale" ben rappresentava

le condizioni di naturalezza del prodotto, la storia anche antica nonché i nuovi bisogni del consumatore evoluto.

È necessario comprendere ciò che è accaduto per affrontare criticità che permangono e per superare ostacoli che possono dimostrarsi decisivi.

Il peso negativo dell'industria agroalimentare europea, che si è opposta alla distintività dei prodotti tipici e di qualità, è tuttora presente. Sono poche le grandi aziende agroalimentari che "coltivano" anche i segmenti alti del mercato.

Bisogna inoltre agire sulla frammentazione del mondo produttivo per attenuarla proponendo progetti, probabilmente meno ambiziosi, che siano comunque in grado di promuovere aggregazione e valorizzare i mieli italiani.

Perciò, senza per nulla rinunciare a disegni strategici ambiziosi che ripropongano DOP - IGP o anche il Miele Vergine Integrale, qualora cambiassero importanti elementi di scenario, è necessario considerare oggi l'insieme degli strumenti a disposizione per svolgere le azioni di valorizzazione più incisive:

- DOP - IGP - STG
- marchi collettivi
- sistemi di qualità
- percorsi di alta tracciabilità che possano gettare le basi di riconoscimenti di qualità-tipicità.

La pubblicazione del presente compendio riassume in sé due consapevolezza: la prima riguarda proprio questo bisogno di valutare a 360° tutti gli strumenti in campo, con lo spirito che il percorso è necessariamente dinamico e che solo promuovendo soglie sempre più elevate di professionalità potranno realizzarsi domani progetti che oggi non sono nemmeno pensabili.

In secondo luogo va ancora sottolineato che la pubblicazione non è rivolta al miele ma all'insieme dei prodotti agroalimentari e ciò per evidenziare ancora di più che l'apicoltura è un settore del comparto agricolo.

# Le frodi alimentari

Oggi basta sfogliare un giornale o seguire un notiziario per incappare nel termine frode alimentare. Di cosa si tratta esattamente e perché sta diventando sempre più frequente? Che tipo di effetto ha sul piano economico e su quello salutistico? Questo argomento rappresenta un grande interesse da parte di molti consumatori<sup>1</sup> che spesso ne sentono parlare, ma solo a livello allarmistico.

Una frode alimentare è un evento che può rappresentare per l'uomo o per la comunità una valenza diversa; tutto dipende se si tratta di una frode sanitaria o commerciale.

La frode sanitaria è un evento che trasforma un alimento da salubre a nocivo, con l'effetto di rappresentare un vero e proprio attentato per la salute di chi inconsapevolmente lo consuma. Chiunque metta in commercio un alimento con queste caratteristiche è perseguibile per legge, poiché in questo caso subentra il Codice Penale, in riferimento a:

- art. 440, per adulterazione e contraffazione dei prodotti alimentari;
- art. 442, per il commercio di tali sostanze;
- art. 444, per il commercio di sostanze evidentemente nocive.

La frode commerciale riguarda invece i diritti patrimoniali e contrattuali del consumatore; in questo caso l'azione compiuta relativa a un alimento non comporta danno alla salute; potrebbe trattarsi, invece, ad esempio, di un prodotto venduto al posto di un altro, oppure di un prodotto venduto per una certa quantità che invece è dato in quantità inferiore. Tra queste frodi vi sono:

---

<sup>1</sup> Zeno-Zencovich V. Consumatore (tutela del) (diritto civile) – voce di aggiornamento Enciclopedia Giuridica Treccani, Roma, 2001.

- Alterazione: si tratta di modifiche per cui l'alimento non è stato conservato come avrebbe dovuto.
- Adulterazione: si tratta di modifiche di tipo analitico del prodotto, nel quale sono state aggiunte o eliminate delle componenti. Il fine è quello di avere una buona resa economica con un minimo impiego di prodotto alimentare, ad esempio vendere del latte scremato come latte intero, o dell'olio di semi come olio di oliva.
- Sofisticazione: nel momento in cui s'integrano delle sostanze estranee al prodotto originario per migliorare il suo aspetto.
- Falsificazione: sostituire un alimento con un altro.
- Contraffazione: vendere un prodotto con l'uso di un marchio o di un nome che trae in inganno il consumatore (es. DOP, IGP, STG).

Su questo filone è nata da qualche anno l'agro-pirateria, cioè la vendita di prodotti alimentari basata sulla pura contraffazione di un prodotto alimentare, per poterlo vendere più facilmente, ad esempio mettendo falsi marchi IGP, DOC ecc.

Esistono molti Paesi che scelgono questa via illegale sfruttando il marchio "made in Italy", ad esempio la Cina e gli Stati Uniti d'America.

Tra i casi più famosi è il caso del finto Parmigiano Reggiano, meglio conosciuto come Parmesan (fig. 1), il qual nome richiamava quello del più apprezzato formaggio italiano anche all'estero; ecco perché tale prelibatezza è stata presa di mira, copiata e messa in commercio con i nomi più bizzarri.



FIGURA 1 – IL PRODOTTO DENOMINATO "PARMESAN".

Un altro caso è quello del Reggianito, prodotto nella lontana Argentina; anche in questo caso il nome ricorda ed evoca il nostro famoso formaggio.

Altri esempi di "copiature e storpiature": aceto balsamico di Modena, l'Amaretto di Venezia di produzione germanica, da non confondersi con l'originale Amaretto di Saronno, o ancora l'olio d'oliva Romulo, spagnolo, con l'immagine, sull'etichetta, della lupa che allatta Romolo e Remo.

Non è certo facile per le autorità competenti e per i NAS riuscire sempre a scovare queste problematiche che, se da una parte possono solo arrecare danno dal punto di vista economico alle aziende produttrici, dall'altra parte

possono causare delle vere e proprie malattie a seguito del consumo di cibi alterati, con date di scadenza superate e cancellate ecc.

Il tema delle frodi non è sicuramente un problema semplice e facile da risolvere, ma è sempre più importante l'informazione al consumatore e il rafforzamento di tutte le strutture e gli uomini che ogni giorno s'impegnano in una lotta, spesso impari, ma nella quale è necessario investire sempre più risorse a tutela del consumatore finale.

Di seguito si riportano casi di frodi più frequenti, con particolare riferimento ai temi affrontati nell'ambito del presente lavoro.

Frodi più frequenti	
<b>Formaggi</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• vendita di formaggi di provenienza diversa, e magari estera, come tipici o a DOP (Denominazione di Origine Protetta);</li> <li>• attribuzione della designazione di formaggio DOP a formaggi comuni;</li> </ul>
<b>Miele</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• vendita di un miele di una origine botanica diversa da quella dichiarata;</li> <li>• vendita di mieli extracomunitari per mieli italiani;</li> </ul>
<b>Olio</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• olio extravergine <i>contenente oli raffinati</i>, sia di oliva che di semi;</li> <li>• attribuzione della designazione di olio DOP a oli comuni;</li> </ul>
<b>Pasta</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• impiego di altri cereali meno costosi (e conseguente decadimento qualitativo);</li> </ul>
<b>Vini</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• qualità inferiore a quella dichiarata in etichetta;</li> <li>• contraffazioni legate ad un uso improprio delle DOP.</li> </ul>

Dall'analisi dei rapporti redatti dalla repressione frodi-ICQRF, dipartimento del Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali, si evince che il settore vitivinicolo è il più controllato dall'Ispettorato per il controllo della qualità dei prodotti agroalimentari: 9.266 ispezioni, a cui si aggiungono le circa 6000 per quanto riguarda le qualità regolamentate (VQPRD e IGT). In totale, le operazioni svolte dall'ICQ nel 2008 sono state oltre 37.000.

Lo sviluppo di internet e dell'e-commerce, con 1,6 miliardi di utenti nel mondo, amplifica le problematiche legate ai marchi, aumentando a dismisura i pericoli di contraffazione, usurpazione, ecc. Non è da sottovalutare il concetto per cui spesso, un soggetto promotore, un'associazione, un consorzio, pur avendo regolarmente registrato un determinato marchio, o essendo questo stato approvato (marchio comunitario), non ha il controllo del marchio su internet. In altri termini, non conosce chi utilizza e in che modo il marchio stesso in internet, dove spesso si sfrutta il cosiddetto "italian sounding" (es. "gargonzo-la", "cambozola", in luogo di "gorgonzola") e il nome di un determinato marchio "nascosto" nel testo di una determinata pagina internet (ma visibile nel relativo codice html).

Abbiamo pertanto le seguenti tipologie di abuso in ambiente internet:

- storpiatura del marchio: es. "gargonzola", "cambozola" in luogo di "gorgonzola";
- uso "nascosto": non visibile nella pagine web ma leggibile nel codice utilizzato comunemente dai programmatori/creatori di pagine, cioè il codice html. Esiste anche la variante in cui i programmatori riescono a nascondere l'uso evocativo del marchio anche nel codice di creazione di pagine internet, per poi permettere "l'intercettazione" del termine/denominazione dai comuni motori di ricerca;
- uso "parassitario" del marchio: visibile nel testo della pagina internet, ma utilizzato allo scopo di sfruttare la notorietà del marchio citato e per dare valore al prodotto/servizio proposto (questo caso è frequente anche con prodotti che non hanno nessuna connessione logica);
- uso "evidente" del marchio: è il classico caso di abbinamento non consentito (es. "Danish Fontina").

Di seguito si riportano alcuni contributi figurativi, utili a descrivere il fenomeno delle frodi alimentari nella sua declinazione legata alle contraffazioni (Figure da 2 a 6).



FIGURA 2 - ESEMPIO DI MARCHIO PARMA CONTRAFFATTO (IN BASSO), IL MARCHIO ORIGINALE (IN ALTO).



FIGURA 3 - ESEMPIO DI USO IMPROPRIO DI DENOMINAZIONE PROTETTA "PARMA".



FIGURA 4 - ESEMPIO DI USO DIRETTO DEL MARCHIO "PARMA".



FIGURA 5 - ESEMPIO DI USO IMPROPRIO DI DENOMINAZIONE "PARMA".



FIGURA 6 - ESEMPIO DI USO ILLEGITTIMO E APPROPRIAZIONE DI PREGI DELLA DENOMINAZIONE "PARMA".

# Casi applicativi e considerazioni specifiche in tema di marchi e tracciabilità di prodotti

### 7.1. Alcuni esempi (Alto Adige, razza pezzata rossa)

Il tema della qualità in agricoltura e nell'alimentazione è da tempo oggetto di attenzione e approfondimenti tecnico-giuridici. Con la pubblicazione del Libro Verde<sup>1</sup> della CE "sulla qualità dei prodotti agricoli: norme di prodotto, requisiti di produzione e sistemi di qualità" si è registrato un passaggio notevole sulla disciplina dell'agro-alimentare. Negli anni '90 l'approccio comunitario alla "qualità" dei prodotti agricoli e alimentari era costituito/limitato all'area dei prodotti DOP, IGP e STG e dei vini VQPRD, mentre con il nuovo quadro normativo scaturiscono nuove possibilità di "segni distintivi" e ci si attesta su un canone diversificato, basato non solo sull'esclusività di alcune produzioni a denominazione di origine, ma anche su prodotti sensibili ai temi della *food safety*. Da tali considerazioni scaturiscono alcune esperienze, in tema di marchi di qualità: la Provincia Autonoma di Bolzano, con legge provinciale del 22 dicembre 2005, n. 18, avente ad oggetto "Misure per garantire la qualità nel settore dei prodotti alimentari e adozione del marchio di qualità con indicazione di origine", ha intrapreso un percorso di valorizzazione dei prodotti provenienti dal proprio territorio. Il marchio ha ottenuto il parere positivo della Commissione Europea nell'autunno 2005, in seguito alla regolare procedura di notifica del disegno di legge, che prevedeva l'adozione del marchio di qualità con indicazione di origine.

---

<sup>1</sup> Bruxelles, 15.10.2008, COM (2008) 641.

Il marchio "Qualità Alto Adige" risulta depositato presso l'UAMI per le classi di Nizza:

- 29. Carne, pesce, pollame e selvaggina; estratti di carne; frutta e ortaggi conservati, essiccati e cotti; gelatine, marmellate, composte, uova, latte e prodotti derivati dal latte; oli e grassi commestibili;
- 30. Caffè, tè, cacao, zucchero, riso, tapioca, sago, succedanei del caffè, farine e preparati fatti di cereali, pane, pasticceria e confetteria, gelati, miele, sciroppo di melassa, lievito, polvere per far lievitare; sale, senape, aceto, salse (condimenti); spezie, ghiaccio;
- 31. Prodotti agricoli, orticoli, forestali e granaglie, non compresi in altre classi; animali vivi, frutta e ortaggi freschi; sementi, piante e fiori naturali, alimenti per gli animali, malto;
- 32. Birre; acque minerali e gassose e altre bevande analcoliche, bevande di frutta e succhi di frutta, sciroppi e altri preparati per fare bevande;
- 33. Bevande alcoliche (tranne le birre);
- 35. Pubblicità, gestione di affari commerciali, amministrazione commerciale, lavori di ufficio".



FIGURA 7 - IL MARCHIO "QUALITÀ ALTO ADIGE".

L'utilizzazione del marchio (fig. 7) è legata a un'autorizzazione rilasciata dall'assessore provinciale competente in materia di commercio, sentito il parere dell'organismo di controllo e previa sottoscrizione del contratto all'uso del marchio. Il provvedimento di adozione del marchio e il relativo regolamento d'uso sono stati altresì modulati sulla scorta degli orientamenti comunitari in materia di aiuti di Stato e pubblicità dei prodotti agroalimentari, salva l'utilizzazione di fondi pubblici previamente autorizzati in sede europea. Il rispetto del quadro normativo europeo in materia di Aiuti di Stato ha permesso alla legge regionale di ricevere dalla Comunità Europea nel 2005 parere favorevole<sup>2</sup>, e così di poter godere di fondi europei a vantaggio delle imprese utilizzatrici del marchio. Il marchio "Qualità Alto Adige" si propone dunque non come "Marchio di origine", ma come "Marchio di qualità con indicazione d'origine", e per tale ragione è stato ritenuto accettabile in sede europea. Siamo dunque

<sup>2</sup> Bruxelles, 20.10.2005 – C(2005) 3848 def. Aiuto di Stato N 45/2005 Italia.

in presenza di un modello di Marchio di qualità territoriale già sperimentato e validato dalla stessa Commissione europea, che realizza i seguenti scopi:

- consente di assicurare il formale rispetto della disciplina vigente, tanto in tema di non-discriminazione fra imprese comunitarie che in tema di divieto di distribuzione di illegittimi Aiuti di Stati;
- assicura un efficace strumento di valorizzazione dei prodotti e servizi agro-alimentari di un Territorio.

Va evidenziato il fatto che fra i prodotti inclusi nel suddetto marchio di qualità abbiamo i seguenti gruppi merceologici:

- latte e latticini
- pane, strudel di mele e zelten
- verdure
- piccoli frutti
- succo di mela naturale
- grappa
- mela Alto Adige IGP
- speck dell'Alto Adige IGP

In una successiva fase il Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali ha espresso pareri nei confronti dell'uso di denominazioni e/o termini in accostamento a prodotti a denominazione di origine e, con nota ministeriale n. 927 del 27 ottobre 2008, sono state fornite indicazioni ai Consorzi di tutela delle denominazioni di origine e agli uffici periferici dell'Ispettorato Centrale per il controllo della qualità dei prodotti agroalimentari.

Allo stato attuale per i due prodotti IGP (Mela Alto Adige IGP e Speck dell'Alto Adige IGP) i relativi disciplinari prevedono la possibilità di utilizzo del marchio "Qualità Alto Adige".



FIGURA 8 - UTILIZZO DEL MARCHIO "QUALITÀ ALTO ADIGE".

Altro esempio di marchio di qualità, registrato all'ufficio per la registrazione dei marchi, disegni e modelli dell'Unione Europea nel mercato interno come marchio comunitario (ufficio UAMI<sup>3</sup>), è costituito da "Solo di pezzata rossa italiana" (fig. 9).



FIGURA 9 - IL MARCHIO "SOLO DI PEZZATA ROSSA ITALIANA".

Classificazione di Nizza	29
Elenco dei prodotti e servizi	Carne; estratti di carne; latte e prodotti derivati dal latte.

Obiettivo dell'iniziativa, la cui titolarità è riconducibile al soggetto associativo ANAPRI, è migliorare la collocazione dei prodotti a base di latte di razza pezzata rossa attraverso un marchio identificativo. Il marchio è corredato di un Disciplinare di produzione, consultabile all'indirizzo [www.anapri.it](http://www.anapri.it).

## 7.2. Iniziative di particolare pregio (razza reggiana)

Tra le iniziative in corso di sviluppo, in tema di disciplina dei segni distintivi e connessioni con le denominazioni di origine, risulta di particolare interesse menzionare il marchio "Razza Reggiana", marchio collettivo registrato dall'Associazione Nazionale Allevatori Bovini di razza Reggiana. Il marchio è stato costituito/registrato con l'intento di valorizzare i prodotti derivanti dall'antica razza reggiana delle vacche rosse, con il cui latte veniva prodotto il Parmigiano Reggiano. Attualmente, per la produzione del medesimo formaggio, si impiega latte di altre razze, tra cui principalmente la razza frisona. Il marchio tende quindi a rilanciare/diversificare il formaggio prodotto con latte derivante dalla razza reggiana.

Per descrivere l'attività sviluppata in relazione a tale marchio collettivo:

1. La DOP Parmigiano Reggiano permette la possibilità di aggiungere altri marchi sulla parte superiore della forma di parmigiano: ciò è previsto dal disciplinare di produzione del Parmigiano Reggiano.

<sup>3</sup> L'UAMI è un'Agenzia europea che non persegue fini di lucro. Ubicata ad Alicante, in Spagna.

2. Di seguito, nella fig. 10, viene evidenziato il marchio collettivo, relativo in particolare alla dizione "Vacche rosse", anch'essa registrata e riferita alla stessa razza, identificativo di ogni singola porzione di Parmigiano Reggiano. Infatti, durante il porzionamento, vengono create parti di circa un chilogrammo sulle quale verrà comunque mantenuta tale dizione.
3. Il marchio è correlato/corredato da un regolamento d'uso del marchio (in linea con la normativa relativa ai marchi collettivi nazionali e comunitari).
4. Estremi di registrazione del marchio collettivo: il marchio è stato registrato in data 23 luglio 2003 con il numero: RE2003C000291;
5. La possibilità di inserire il marchio nelle confezioni di pasta fresca e ruvida di "IMPRESA"<sup>4</sup> e relativo regolamento: le possibilità di uso di un marchio collettivo sono ben rappresentate nel seguente caso in cui il titolare del marchio concede a un soggetto/operatore commerciale, di seguito denominato "IMPRESA" l'uso del marchio collettivo: abbiamo infatti al punto 1 dell'accordo: *"ANaBoRaRe concede all'IMPRESA, che accetta, il diritto non esclusivo di utilizzare il Marchio che figura nell'Allegato I, nell'etichettatura, presentazione e/o pubblicità dei prodotti composti, elaborati e/o trasformati tra gli ingredienti dei quali figura, tra gli altri, il Parmigiano Reggiano delle Vacche Rosse, e rispetto ai quali l'IMPRESA dichiara di essere debitamente autorizzata dal Consorzio del Formaggio Parmigiano-Reggiano a utilizzare un riferimento alla DOP Parmigiano Reggiano nell'etichettatura, presentazione e/o pubblicità degli stessi. L'autorizzazione di cui alla presente scrittura si applica esclusivamente ai prodotti composti, elaborati e/o trasformati indicati nell'allegato II, che ne costituisce parte integrante"*.



FIGURA 10 - IL MARCHIO "RAZZA REGGIANA – VACCHE ROSSE".

<sup>4</sup> Di seguito viene indicata con la dizione generica "IMPRESA" la ditta con la quale è stata sottoscritta una scrittura privata/accordo per l'uso, sui prodotti di "IMPRESA".

In conclusione, si ritiene che il marchio collettivo registrato dall'Associazione Nazionale Allevatori Bovini di Razza Reggiana, oltre che esempio di marchio di qualità, costituisca un riferimento di base per quanto riguarda la coesistenza tra marchi DOP e marchi collettivi, a tutela/vantaggio sia dei consumatori che dei produttori aderenti al sistema di uso del marchio stesso.

### **7.3. La tutela del consumatore e la tracciabilità dei prodotti con riferimento alla etichettatura delle carni bovine**

In questa sezione di lavoro verrà introdotta brevemente la tematica dell'etichettatura dei prodotti, con particolare riferimento all'etichettatura delle carni bovine, cercando di porre in evidenza gli aspetti sostanziali che tutelano il consumatore sotto il profilo della sicurezza alimentare e dell'origine delle carni.

Il Reg. (CE) n.1760/2000 del 17 luglio 2000 prevede, al Titolo II, l'etichettatura delle carni bovine e dei prodotti a base di carni bovine con un sistema comunitario obbligatorio minimo congiunto ad un sistema facoltativo.

Con successivo Reg. (CE) del 25 agosto 2000 n.1825/2000 la Commissione europea ha emanato modalità applicative del Reg. n.1760/2000.

Con D.M. 30 agosto 2000 sono state fornite alcune indicazioni agli operatori e alle organizzazioni sull'etichettatura obbligatoria delle carni bovine e sono stati disposti termini e modalità di applicazione supplementari per consentire l'attività degli operatori e delle organizzazioni che intendono fornire informazioni facoltative sulle proprie carni bovine, così come previsto dal citato Reg. (CE) n.1760/2000.

A dieci anni dall'introduzione dell'etichettatura delle carni bovine (tredici se si considera che l'etichettatura facoltativa è stata introdotta nel 1997 per cercare di recuperare il mercato della carne bovina a seguito della crisi relativa alla BSE, encefalopatia spongiforme bovina o "mucca pazza") si sono ottenuti ottimi risultati sia in termini di recupero del mercato della carne bovina sia per l'efficace comunicazione in termini di trasparenza e garanzia delle informazioni apposte sulle carni, con particolare riferimento all'origine delle carni/animali. Per tal motivo si può affermare che l'attuale impianto ha dato ottimi risultati sia in termini organizzativi dell'intera filiera del settore delle carni bovine che in termini di comunicazione al consumatore finale della carne.

La comunicazione generica affidata alle norme generali sull'etichettatura dei prodotti alimentari è sembrata da subito insufficiente e inadatta a fornire informazioni che tranquillizzassero il consumatore. Neanche le più recenti norme generali sull'etichettatura dei prodotti alimentari, quali la Direttiva 2000/13 recepita nell'ordinamento italiano con D.L. n.181/2003 che modifica il D.L. n. 109/1992, appaiono sufficienti, in quanto non prevedono il coinvolgimento di un Organismo terzo indipendente (O.d.C.), che effettua un controllo sulla corretta applicazione del disciplinare di etichettatura.

Oltre alle informazioni obbligatorie (fig. 11) è possibile annoverare in etichetta, previa l'approvazione di uno specifico disciplinare, altre informazioni, cosiddette "facoltative" (fig. 12).

In particolare, tra le informazioni obbligatorie abbiamo:

1. Numero o codice che identifica l'animale o il lotto di animali: esso rappresenta "una vera e propria carta di identità" del bestiame, evidenziando il nesso tra la carne e gli animali o l'animale;
2. Stato di nascita degli animali;
3. Stato dove è avvenuto l'ingrasso (ossia la crescita e l'allevamento);
4. Stato dove è avvenuta la macellazione e numero di approvazione del macello;
5. Stato dove è avvenuto il sezionamento (ossia il taglio e la preparazione) e numero di approvazione del laboratorio.

Tutti i venditori al dettaglio di carni bovine (fresche e congelate, comprese quelle macinate) devono provvedere ad etichettarle in tutte le fasi della loro commercializzazione, indicando sull'etichetta (oltre alle normali informazioni sul taglio, il prezzo, il peso e la scadenza) tutte le informazioni sugli animali e sulla provenienza della carne (vedi *supra*).

Nel punto vendita, per la carne venduta a taglio, l'etichetta potrà essere sostituita con un'informazione fornita per iscritto e in modo visibile al consumatore (sulla vaschetta o sul cartello a fianco del banco frigorifero).

Per quanto riguarda le informazioni facoltative abbiamo:

- azienda di nascita;
- tecnica di allevamento;
- tipo di alimentazione adottata;
- categoria (vitello, vitellone, toro, ecc.);
- peso;
- razza (Piemontese, Chianina, Marchigiana, Romagnola, ecc.), sesso, età;
- nome dell'allevamento, nome del macello, ecc.

Va tenuto presente che le informazioni facoltative sono ascrivibili a due potenziali categorie chiave:

- a) dati degli animali desumibili direttamente o indirettamente dalla documentazione ufficiale: data di nascita, sesso, tipo genetico, denominazione e sede dell'allevamento, periodo di allevamento in Italia, denominazione del macello, data di macellazione, categoria, ecc., informazioni in buona parte disponibili nella banca dati dell'anagrafe bovina;
- b) dati che possono essere acquisiti presso ciascuna delle fasi della filiera (sistema di allevamento; razione alimentare; alimentazione priva di grassi animali

aggiunti, OGM e additivi antibiotici; fattori di crescita; epoca di sospensione dei trattamenti terapeutici), che devono essere sottoposti a controllo con eventuali analisi di campioni biologici.

Per attivare un sistema facoltativo di etichettatura, l'Organizzazione di produttori deve:

- essere iscritta al Registro delle Imprese della CCIAA;
- disporre di un disciplinare approvato dal Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali che indichi in particolare:
  - le informazioni che si intendono fornire oltre a quelle obbligatorie;
  - le misure per garantire la veridicità delle informazioni;
  - gli autocontrolli da effettuarsi su tutte le fasi della produzione;
  - i controlli da effettuarsi da parte di un ente terzo riconosciuto e rispondente alla norma europea EN/45011. Tali organizzazioni devono essere autorizzate dal Ministero delle Politiche Agricole e Forestali ai sensi del D.M. 22.12.1997 e del D.M. 30.08.2000;
- trasmettere entro il 28 febbraio di ogni anno al MIPAF la sintesi dei dati della banca dati delle informazioni necessarie ad attestare la rintracciabilità del prodotto etichettato e l'elenco dei partecipanti ai diversi segmenti della filiera.

Si fa presente, inoltre, che non vi sono sostanziali oneri amministrativi e/o finanziari a carico degli operatori del settore, anche in considerazione degli altri obblighi derivanti dall'applicazione di altre norme cogenti, quali ad esempio quelle derivanti dall'applicazione del Reg. (CE) n. 178/2002 o sull'anagrafe bovina.

Non è da sottovalutare, infine, che in Italia vi è una continua richiesta di approvazione di nuovi disciplinari da parte di operatori che forniscono carne alla grande distribuzione che chiede, ai propri fornitori, garanzie documentate e certificate. I predetti fornitori devono essere sottoposti a controllo da parte di organismi terzi, sia nell'ambito della etichettatura facoltativa che nell'ambito di certificazioni volontarie (v. paragrafo 8.2), proprio per assicurarsi una reale affidabilità del fornitore medesimo. A oggi risultano approvati più di cento disciplinari.

È da annoverare anche l'etichettatura, su base volontaria, delle carni di pollame che in Italia sono state introdotte con apposita norma tecnica, debitamente comunicata alla Commissione europea, approvata con D.M. 29 luglio 2004, per superare le varie crisi che si susseguivano per le carni avicole (diossina, influenza aviaria).



FIG.11- ESEMPIO DI ETICHETTA.



FIG.12- ESEMPIO DI ETICHETTA  
CON INFORMAZIONI FACOLTATIVE.

#### 7.4. Il prosciutto di Parma in Canada

La diffusione sul mercato canadese di prodotti agroalimentari italiani presenta taluni aspetti particolari, direttamente riconducibili alla consistente presenza di una comunità di origine italiana in Canada.

Gli italiani emigrati hanno contribuito ad introdurre sul mercato canadese una vasta gamma di prodotti fino ad allora ignoti alla popolazione locale. Successivamente sono state avviate e sviluppate, direttamente *in loco*, produzioni ispirate alla tradizione agricola italiana.

Ad esempio, l'azienda canadese Maple Leaf Foods Inc. è attualmente titolare, in Canada, del marchio PARMA registrato nel 1971. Con tale marchio commercializza un'ampia gamma di prodotti di salumeria (tutti prodotti in Canada), tra cui è presente anche il prosciutto crudo stagionato, utilizzando etichette fortemente ingannevoli proprio con riferimento alla provenienza dei prodotti.

Agli inizi degli anni novanta è stato aperto il mercato canadese al Prosciutto di Parma e sin da allora l'azienda Maple ha diffidato i produttori italiani dall'utilizzare la denominazione "Prosciutto di Parma" in quanto tale uso avrebbe violato i propri diritti sul marchio PARMA.

Il Consorzio di tutela del Prosciutto di Parma ha inizialmente tentato di risolvere la questione per le vie legali ma, a conclusione del procedimento principale nel 2002, la Corte d'Appello Federale del Canada ha rigettato la domanda dichiarando la piena validità del marchio registrato dall'azienda Maple.

Attualmente il Consorzio italiano ha avviato delle trattative per una definizione amichevole della vicenda con l'obiettivo di acquisire il marchio in questione anche se non ha avuto riscontri positivi da parte canadese.

# Le iniziative trasversali

### **8.1. Iniziative e attività trasversali riguardanti le DOP/IGP; (AICIG) "Associazione Italiana Consorzi Indicazioni Geografiche"**

Benché non si tratti di una nuova iniziativa la costituzione dell'Associazione Italiana Consorzi Indicazioni Geografiche (AICIG) costituisce un interessante esempio di attività a carattere trasversale per tutto il settore delle denominazioni di origine. E' un'associazione senza scopo di lucro tra i Consorzi di Tutela riconosciuti dal Mipaaf ai sensi dell'art. 14 della Legge 21 dicembre 1999, n. 526. La maggioranza dei Consorzi di Tutela italiani ha individuato nella formula associativa la chiave strategica competitiva per tutelare, valorizzare e promuovere all'unisono le rispettive indicazioni geografiche, vere espressioni del patrimonio agroalimentare del nostro Paese.

Il tema delle indicazioni geografiche oggi assume una grande rilevanza: l'Italia, infatti, vanta in Europa il primato per numero di prodotti registrati come DOP e IGP. Tutelare e valorizzare i prodotti a denominazione è quindi anche un atto di sensibilizzazione verso il patrimonio storico, culturale e sociale del nostro Paese: una penisola dei sapori differenziata in patrimoni gastronomici d'eccellenza da preservare e tramandare attraverso una costante formazione professionale delle filiere produttive. A tutti gli effetti, le indicazioni geografiche nel settore agroalimentare rivestono un ruolo fondamentale non soltanto a livello economico, ma anche come parte importante della nostra cultura. Salvaguardare queste nostre produzioni è un fatto di importanza strategica soprattutto per riacquistare competitività a livello internazionale, in un mercato globale dove soprattutto i prodotti a denominazione di origine possono risultare competitivi.

Con il termine "Indicazioni Geografiche" si intendono i prodotti DOP e IGP, come definiti dall'art. 2 del Regolamento CE n. 510/06 del 20 marzo 2006. In particolare:

*“Denominazione d’origine protetta”*

*“il nome di una regione, di un luogo determinato o, in casi eccezionali, di un paese che serve a designare un prodotto agricolo o alimentare: originario in tale regione, di tale luogo determinato o di tale paese, la cui qualità o le cui caratteristiche siano dovute essenzialmente o esclusivamente ad un particolare ambiente geografico, inclusi i fattori naturali e umani, e la cui produzione, trasformazione ed elaborazione avvengano nella zona geografica delimitata”.*

*“Indicazione geografica protetta”*

*“il nome di una regione, di un luogo determinato o, in casi eccezionali, di un paese che serve a designare un prodotto agricolo o alimentare: come originario di tale regione, di tale luogo determinato o di tale paese del quale una determinata qualità, la reputazione o altre caratteristiche possono essere attribuite a tale origine geografica e la cui produzione e/o trasformazione e/o elaborazione avvengano nell’area geografica determinata”*

AICIG si occupa anche di formazione, con particolare riferimento agli agenti vigilatori e la relativa normativa di riferimento:

1. Regolamento CE. N. 510/2006 del Consiglio del 20 marzo 2006 relativo alla protezione delle indicazioni geografiche e delle denominazioni d’origine dei prodotti agricoli e alimentari.
2. Regolamento CE N. 628/2008 della Commissione del 2 luglio 2008 che modifica il Reg. CE N. 1898/2006 recante modalità di applicazione del regolamento (CE) n. 510/2006 del Consiglio, relativo alla protezione delle indicazioni geografiche e delle denominazioni d’origine dei prodotti agricoli e alimentari.
3. Regolamento CE N. 1898/2006 della Commissione del 14 dicembre 2006 recante modalità di applicazione del regolamento (CE) n. 510/2006 del Consiglio, relativo alla protezione delle indicazioni geografiche e delle denominazioni d’origine dei prodotti agricoli e alimentari.
4. Legge 21 dicembre 1999, n. 526 recante le “Disposizioni per l’adempimento di obblighi derivanti dall’appartenenza dell’Italia alle Comunità europee – legge comunitaria 1999”.
5. Decreto 12 aprile 2000 recante le “Disposizioni generali relative ai requisiti di rappresentatività dei Consorzi di tutela delle denominazioni di origine protette (DOP) e delle indicazioni geografiche protette (IGP)”.
6. Decreto 12 aprile 2000 recante la “Individuazione dei criteri di rappresentanza negli organi sociali dei consorzi di tutela delle denominazioni di origine protette (DOP) e delle indicazioni geografiche protette (IGP)”.
7. Decreto 12 settembre 2000 n. 410 recante la “Adozione del regolamento concernente la ripartizione dei costi derivanti dalle attività dei Consorzi di tutela delle denominazioni di origine e delle indicazioni geografiche protette incaricati dal Ministero delle politiche agricole e forestali”.
8. Decreto 12 ottobre 2000 recante la “Collaborazione dei consorzi di tutela delle DOP e IGP con l’Ispettorato centrale repressione frodi nell’attività di vigilanza, tutela e salvaguardia delle DOP e IGP”.

9. Decreto Legislativo 10 febbraio 2005, n. 30 “Codice della proprietà industriale, a norma dell’articolo 15 della legge 12 dicembre 2002, n. 273.”
10. Decreto Legislativo 19 novembre 2004, n. 297 recante le “Disposizioni sanzionatorie in applicazione del regolamento (CEE) n. 2081/92, relativo alla protezione delle indicazioni geografiche e delle denominazioni di origine dei prodotti agricoli e alimentari”.
11. Decreto 21 maggio 2007 recante la “Procedura a livello nazionale per la registrazione delle DOP e IGP, ai sensi del regolamento (CE) n. 510/2006”.

Oltre ad AICIG è presente/operante oriGIn, la coalizione globale (Africa, Asia, America latina ed Europa) dei produttori di indicazioni geografiche che ha lo scopo di:

1. Promuovere le indicazioni geografiche
2. Richiedere una protezione migliore delle indicazioni geografiche a livello nazionale ed internazionale

Queste Associazioni/Organizzazioni contribuiscono senza dubbio a rafforzare, a livello nazionale ed internazionale, *l’italian sounding*, con riferimento alle produzioni agroalimentari italiane a denominazione di origine.



FIG.13 - LOGO DELL'ASSOCIAZIONE ITALIANA CONSORZI INDICAZIONI GEOGRAFICHE (AICIG).



FIG.14 - I LOGHI ATTUALMENTE UTILIZZATI/APPROVATI PER LE DOP ED IGP.

## 8.2. Il sistema delle certificazioni volontarie (ACCREDIA)

ACCREDIA è l’Ente unico nazionale di accreditamento, riconosciuto dallo Stato il 22 dicembre 2009, nato dalla fusione di SINAL e SINCERT come Associazione senza scopo di lucro.

Con ACCREDIA l’Italia si è adeguata al Regolamento del Parlamento Europeo e del Consiglio n. 765 del 9 luglio 2008, che dal 1° gennaio 2010 è applicato per l’accreditamento e la vigilanza del mercato in tutti i Paesi UE.

Ogni Paese europeo ha il suo Ente di accreditamento. L’Ente Nazionale è responsabile per l’accreditamento in conformità agli standard internazionali della serie ISO 17000 e alle guide e alla serie armonizzata delle norme europee EN 45000. Tutti gli Enti operano senza fini di lucro.

ACCREDIA valuta la competenza tecnica e l’idoneità professionale degli operatori di valutazione della conformità (Laboratori e Organismi), accertandone la conformità a regole obbligatorie e norme volontarie, per assicurare il valore e la credibilità delle certificazioni.

Le attività dell'Ente si articolano in quattro Dipartimenti:

- certificazione e ispezione;
- laboratori di prova;
- laboratori di prova per la sicurezza degli alimenti;
- laboratori di taratura.

L'accreditamento è un servizio svolto nell'interesse pubblico perché gli utenti business, i consumatori finali e la Pubblica Amministrazione quando ricorre a fornitori esterni, possano fidarsi, fino all'ultimo anello della catena produttiva e distributiva, riguardo qualità e sicurezza dei beni e dei servizi che circolano su un mercato sempre più globalizzato. La fiducia reciproca tra il produttore e l'acquirente di un bene, tra il fornitore e l'utente di un servizio, è una conquista per il funzionamento efficiente del mercato – o, meglio, dei mercati contemporanei – sul piano sia pubblico che privato, in ambito nazionale e internazionale.

L'accreditamento garantisce che i rapporti di prova e di ispezione e le certificazioni (di sistema, prodotto e personale) che riportano il marchio ACCREDIA siano rilasciate nel rispetto dei più stringenti requisiti internazionali in materia di valutazione della conformità, e dietro una costante e rigorosa azione di sorveglianza sul comportamento degli operatori responsabili (Laboratori e Organismi).

Il nuovo Ente opera con il riconoscimento dello Stato e sotto la vigilanza istituzionale del Ministero dello Sviluppo Economico, nonché delle altre Pubbliche Amministrazioni, secondo le rispettive competenze.

ACCREDIA si propone come autorevole interlocutore per le Pubbliche Amministrazioni, per le parti interessate e per tutti gli utenti, tale da permettere la complementarietà dei sistemi e della competenza nei settori volontario e regolamentato, per l'accreditamento e la valutazione della conformità. Obiettivi connessi sono quelli di garantire uniformità dei comportamenti, efficienza del sistema e semplificazioni per gli operatori.

ACCREDIA punta a:

- ampliare il rilievo delle attività di accreditamento, evidenziandone l'importanza nel sistema economico nazionale, al fine di valorizzare la scelta della qualità;
- attribuire alle attestazioni di conformità emesse sotto accreditamento il massimo dell'affidabilità per imprese e consumatori;
- mettere in comune le esperienze degli Enti ad oggi esistenti, per rendere il sistema più efficiente e meno costoso, garantendo controllo pubblico e capacità gestionali, oltre che competenza, indipendenza ed imparzialità.

Il nuovo Ente opera con grande senso di responsabilità verso il Governo italiano per corrispondere alla volontà e agli atti di designazione che esso assumerà in applicazione del quadro comunitario, sia nei settori regolamentati o "cogenti"; in tal senso il sostegno di alcuni Ministeri, particolarmente interessati all'attività di accreditamento, è un forte segnale di indirizzo.

ACCREDIA punta ad un modello di sussidiarietà, in cui gli strumenti di valutazione della conformità e le funzioni di regolamentazione e controllo della Pubblica Amministrazione si integrino efficacemente per la costruzione di un valido, affidabile ed efficiente sistema di accreditamento nazionale che si avvalga del contributo qualificante degli Enti di normazione UNI e CEI per quanto riguarda la connessione tra legislazione e normazione volontaria consensuale.

L'unificazione del sistema italiano di accreditamento rappresenta l'esito di un processo da tempo avviato da parte degli Enti nazionali competenti, che ha raggiunto una tappa fondamentale con la costituzione, ad aprile 2009, di ACCREDIA, e riconosciuto dallo Stato a dicembre dello stesso anno.

ACCREDIA realizza l'obiettivo politico, di dare completa e sollecita attuazione a quanto disposto dalla legislazione comunitaria di recente emanazione. Il 13 agosto 2008, infatti, è stato pubblicato in Gazzetta Ufficiale dell'Unione Europea il "Regolamento (CE) n. 765/2008<sup>1</sup> del Parlamento Europeo e del Consiglio per la gestione delle attività di accreditamento, vigilanza del mercato e controllo dei prodotti".

Il provvedimento è complementare alla Decisione 768/2008, che definisce un quadro comune per la commercializzazione dei prodotti e costituisce un pacchetto legislativo insieme al Reg. n. 764 in tema di procedure per l'applicazione di regole tecniche nazionali a prodotti commercializzati in altri Stati membri.

Il primo livello di tutela della sicurezza e qualità alimentare è rappresentato dalla legislazione comunitaria e nazionale.

Il secondo livello di tutela della sicurezza e qualità alimentare è rappresentato dalla certificazione volontaria subordinata al rispetto di norme tecniche nazionali, comunitarie e/o internazionali (UNI/EN/ISO).

I sistemi di certificazione volontaria possono rappresentare degli strumenti di garanzia per il consumatore, garanzia data da un Ente certificatore indipendente e competente:

- Certificazioni Volontarie di prodotto
- Certificazioni Volontarie di sistema

L'obiettivo primario delle certificazioni è verificare la coerenza tra dichiarazione ed espressione di qualità di un prodotto. In tal senso:

**AUTOCONTROLLO AZIENDALE**, realizzato dall'operatore a cui compete la responsabilità di realizzare il prodotto in conformità ai requisiti previsti nel rispetto delle procedure di produzione e verifica (requisiti misurabili e verificabili mediante registrazione su appositi documenti);

**CONTROLLO DI PARTE TERZA**, che compete all'organismo di certificazione e che verifica la capacità dell'operatore di rispettare le procedure di produzione e verifica.

<sup>1</sup> Reg. (CE) n. 765/2008 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 9 luglio 2008, che pone norme in materia di accreditamento e vigilanza del mercato per quanto riguarda la commercializzazione dei prodotti e che abroga il Reg. (CEE) n. 339/93. È applicativo dal 1° Gennaio 2010.

- Conclusioni sui sistemi di certificazione della qualità dei prodotti alimentari:
- aggiungono valore ai prodotti;
  - contribuiscono al miglioramento dei processi di produzione;
  - forniscono supporto documentale in caso di accertamento della responsabilità;
  - aumentano la fiducia del consumatore;
  - agevolano e rafforzano i rapporti tra i diversi attori della filiera.

Le certificazioni “volontarie” di sistema sono le più diffuse, ma rimangono in una zona grigia per quanto riguarda la percezione del consumatore finale, anche a causa della bassa visibilità.

Rispetto al “biologico” e ai “marchi di qualità”, i cui “bollini” possono essere direttamente apposti sull’imballaggio esterno del prodotto, le sigle ISO 22000, ISO 9001, ISO 14001, ecc. possono essere stampate sul pack in modo fortemente circoscritto e limitativo.

Resta il fatto che nel nostro paese studi e riflessioni documentati sul fenomeno qualità sono carenti. Da un punto di vista tecnico-scientifico la sicurezza di un alimento corrisponde all’assenza di rischio, condizione che nella realtà non si ottiene quasi mai; quella che invece si richiede è, quindi, una condizione di rischio accettabile, ovvero una forte riduzione delle probabilità di incontrare eventi negativi.

A tal proposito le certificazioni volontarie di sistema, come la ISO 22000:2005, contribuiscono a ridurre la probabilità di rischio e a mantenere sotto controllo i pericoli che si presentano durante un processo produttivo.

Un esempio di certificazione volontaria:

La Norma UNI EN ISO 22000:2005<sup>2</sup> – Elementi fondamentali:

- **comunicazione interattiva** ai fini della sicurezza igienica tra l’azienda interessata e i diversi attori a monte e a valle della filiera;
- **sistema di gestione**: gestione di un sistema di sicurezza igienica che sia attivo ed efficace;
- **programmi di prerequisiti** (GMP/SOP/...): condizioni e attività di base che sono necessarie per mantenere un ambiente igienico nella filiera alimentare idoneo per la produzione, il trattamento e la fornitura di prodotti e il consumo umano;
- **principi HACCP** secondo il Codex Alimentarius.

In conclusione si può affermare che i sistemi di certificazione volontaria possono rappresentare degli strumenti di garanzia per il consumatore, garanzia data da un Ente certificatore di terza parte, indipendente e competente.

---

<sup>2</sup> La certificazione ISO 22000 gestisce gli aspetti di sicurezza alimentare (Food Safety Management System). Essa è relativamente recente: diffusa a partire dal 10 settembre 2005, è ancora attualmente in fase di “espansione”, considerato che la “famiglia” di norme 22000 non è stata ancora pubblicata per intero. Integra elementi di sicurezza (es. HACCP) con elementi di sistema di gestione (es. ISO 9001).

### 8.3. Aspetti integrativi legati ai sistemi di qualità nazionali (SQN) con integrazione

La disciplina delle indicazioni di origine geografica e tutela dei consumatori nel settore agro-alimentare sarà caratterizzata, nel medio periodo, dall'implementazione del "Sistema di Qualità Nazionale zootecnico - SQN".

Tale sistema, che sarà predisposto in conformità a quanto previsto dall'art. 22 par. 2 del Reg. (CE) n. 1974/2006<sup>3</sup>, individua produzioni zootecniche con specificità di processo e/o di prodotto, ovvero il sistema che individua caratteristiche qualitativamente superiori rispetto alle norme di commercializzazione o ai requisiti minimi stabiliti dalla normativa comunitaria e nazionale nel settore zootecnico.

In particolare il sistema, di cui al D.M. 4 marzo 2011 (G.U. n. 68 del 24 marzo 2011) relativo alla "Regolamentazione del sistema di qualità nazionale zootecnica" riconosciuto a livello nazionale ai sensi del Reg. (CE) n. 1974/2006 della Commissione, porrà il proprio focus sui seguenti requisiti:

- un disciplinare di produzione vincolante per tipologia di prodotto che individua i processi produttivi e gli elementi che contraddistinguono la "qualità superiore" del prodotto e/o del processo. Il disciplinare deve garantire caratteristiche specifiche, compresi i processi di produzione oppure una qualità del prodotto finale significativamente superiore alle norme commerciali correnti in termini di sanità pubblica, salute delle piante e degli animali, benessere degli animali o tutela ambientale;
- un piano di controllo delle specifiche di produzione vincolanti contenute nel disciplinare di produzione, il rispetto delle quali è verificato da un Organismo di controllo indipendente;
- la garanzia del diritto di accesso a tutti i produttori comunitari legittimamente interessati;
- la trasparenza e tracciabilità dei prodotti;
- la rispondenza agli sbocchi di mercato attuali o prevedibili.

È prevista l'istituzione presso il Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali di un elenco dei disciplinari rientranti nel Sistema di Qualità Nazionale Zootecnica, cui possono aderire tutti i produttori comunitari legittimamente interessati. Tale sistema costituisce un'importante novità per gli operatori, sotto il profilo delle opportunità di valorizzazione dei prodotti.

In applicazione dell'art. 32, comma 1, lett. b) del Reg. (CE) n. 1698/05 il Ministero delle politiche agricole potrà riconoscere un disciplinare rientrante nel Sistema di Qualità Nazionale zootecnica, per animali e prodotti dell'allevamento (carne bovina, suina, ovina, caprina, bufalina, equina, avicola, cunicola, latte,

<sup>3</sup> Reg. (CE) n. 1974/2006, recante disposizioni di applicazione del Reg. (CE) n. 1698/2005 del Consiglio sul sostegno allo sviluppo rurale da parte del fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale (FEASR).

uova, miele, prodotti dell'acquacoltura ed elicotura) destinati direttamente all'alimentazione umana.

In tali procedure operative potranno essere riconosciuti come rientranti nel SQN i disciplinari di produzione che contengano:

- la denominazione identificativa del prodotto riconosciuto nel Sistema di Qualità Nazionale;
- i requisiti per l'alimentazione, superiori e qualificanti rispetto a quanto previsto dalle norme di legge, in grado di migliorare le caratteristiche del prodotto in oggetto anche dal punto di vista del consumatore;
- i requisiti relativi alle condizioni di allevamento in grado di aumentare il benessere degli animali, superiori rispetto a quanto previsto dalle normative specifiche della filiera in questione.

I disciplinari potranno inoltre contenere:

- eventuali requisiti relativi ad aspetti ambientali;
- eventuali obblighi previsti dalle normative della specifica filiera, in merito all'etichettatura delle informazioni relative agli aspetti qualitativi o all'origine delle produzioni.

I disciplinari di produzione relativi ad animali/prodotti per i quali è già previsto dalla normativa un sistema di rintracciabilità ed etichettatura (es. carni bovine e pollame) dovranno esser valutati, con gli organi competenti, riguardo la conformità alle normative specifiche.

I disciplinari di produzione come sopra individuati e rientranti nel Sistema di Qualità Nazionale zootecnia non devono inoltre ingenerare nel consumatore confusione con le denominazioni previste ai sensi dei Reg. (CE) n. 510/2006 e n. 509/2009 e non devono creare false aspettative nel consumatore nei confronti di caratteristiche salutistiche non comprovate per legge. Gli operatori dell'intero territorio comunitario potranno aderire volontariamente ad un disciplinare di produzione rientrante nel Sistema di Qualità Nazionale zootecnia, qualora nella produzione di un prodotto, rispettino il metodo di ottenimento previsto dal relativo disciplinare di produzione e si sottopongano ai relativi controlli. In una fase successiva potrà essere prevista l'istituzione, presso il Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali, di un elenco pubblico, aggiornato con frequenza annuale, suddiviso per singoli disciplinari di produzione e per Regione. In tale elenco sarà riportato lo stato dei controlli a cui sono assoggettati gli aderenti ad uno dei disciplinari del Sistema di Qualità Nazionali zootecnia.

L'attività di vigilanza sugli Organismi di Controllo sarà affidata al Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali e alle Regioni e Province autonome di Trento e Bolzano. Aspetto interessante è costituito dalle informazioni da apporre in etichetta.

Il Sistema di Qualità Nazionale zootecnia è identificato dalla denominazione obbligatoria prevista dallo specifico disciplinare di produzione per la corri-

spondente tipologia di prodotto, unitamente alla dicitura “Sistema di Qualità Nazionale” o al suo acronimo “SQN”.

L’etichetta dei prodotti conformi a un Sistema di Qualità Nazionale – oltre alle informazioni previste dalla normativa comunitaria e nazionale – deve riportare:

- la denominazione prevista dallo specifico disciplinare di produzione;
- l’indicazione del Paese di origine/allevamento del prodotto, ove non sia già previsto da specifica normativa.

Oltre alle indicazioni obbligatorie di cui sopra, sarà possibile indicare in etichetta anche la Regione o la Provincia autonoma di origine o di allevamento del prodotto e/o il nome di Produttori o dell’Associazione di Produttori, un eventuale marchio commerciale legalmente detenuto dall’Organizzazione o dall’Associazione, nonché il nome dell’organismo di controllo pubblico e privato. Saranno altresì ammesse in etichetta le certificazioni volontarie di prodotto e, facoltativamente, un marchio collettivo identificativo dei SQN.

Il Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali con un provvedimento amministrativo istituirà, infatti, un marchio collettivo unico, identificativo del sistema di qualità nazionale zootecnica (di cui potrà beneficiare ciascun produttore che rispetti un disciplinare di produzione riconosciuto come rientrante nel Sistema di Qualità Nazionale zootecnica). Tale marchio collettivo si affiancherà alla denominazione prevista dallo specifico disciplinare di produzione.

Per favorire la diffusione dei sistemi di qualità nazionali potranno essere predisposti, da parte del Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali, i seguenti interventi a sostegno:

- a. promuovere attività di studio, ricerca, informazione e divulgazione del sistema di qualità nazionale zootecnica;
- b. concorrere, nel limite massimo previsto dall’allegato del Reg. (CE) n. 1698/2005, al sostegno dei produttori che aderiscono al Sistema di Qualità Nazionale Zootecnica.

### *Nuovi disciplinari per un nuovo sistema nazionale di qualità nelle produzioni zootecniche*

Con la definizione tecnico-amministrativa dei sistemi di qualità nazionali (SQN) si apriranno, a breve, delle nuove ed importanti prospettive di valorizzazione dei prodotti agroalimentari italiani. I produttori italiani avranno un nuovo “strumento” per poter migliorare la comunicazione di prodotto e il suo sviluppo, in termini di valorizzazione, e competere quindi al meglio con tutti i prodotti agroalimentari. Il nodo centrale sarà la presentazione di istanze di richiesta, in modo preciso e puntuale, presso gli uffici del Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali.

Per la corretta presentazione delle domande/istanze relative ai disciplinari di produzione per prodotti zootecnici, afferenti al “Sistema Qualità Nazionale Zootecnica- SQN”, occorrerà attenersi scrupolosamente ai seguenti macro-aspetti:

- a. la specificità del prodotto finale (caratteristiche specifiche, i processi di produzione, oppure una qualità del prodotto finale significativamente superiore alle norme commerciali correnti in termini di sanità pubblica, salute delle piante e degli animali, benessere degli animali o tutela ambientale;
- b. disciplinari di produzione vincolanti, il cui rispetto è verificato da un organismo di controllo indipendente;
- c. trasparenza e tracciabilità completa dei prodotti.

Il Sistema di Qualità Nazionale zootecnica (SQN), istituito in conformità con quanto previsto dall'art. 22 paragrafo 2 del regolamento CE n. 1974/2006, individua quindi i prodotti agricoli zootecnici destinati all'alimentazione umana con specificità di processo e/o di prodotto, aventi caratteristiche qualitativamente superiori rispetto alle norme di commercializzazione o ai requisiti minimi stabiliti dalla normativa comunitaria e nazionale nel settore zootecnico.

Potranno presentare istanza le organizzazioni dei produttori, le associazioni, le cooperative e i consorzi (purché dimostrino di essere rappresentativi di almeno il 50% della produzione nazionale relativa alla tipologia di prodotto) e le Regioni e/o le province autonome di Trento e Bolzano, purché riunite in un numero minimo di 4 soggetti, ovvero numero inferiore di Regioni (purché dimostrino di essere rappresentative di almeno il 50% della produzione relativa alla tipologia di prodotto).

Più organizzazioni di produttori, associazioni, cooperative, consorzi etc. potranno presentare un'unica istanza purché riuniti in associazione, sia essa riconosciuta ai sensi dell'art. 14 e ss. c.c. o non riconosciuta ai sensi dell'art. 36 e s.s. c.c.

L'istanza dovrà necessariamente contenere tutta una serie di informazioni, atte a descrivere la tipologia di prodotto e il relativo contesto produttivo. In particolare:

SCHEDA 1 – CONTATTI: nome dell'associazione o organizzazione.

SCHEDA 2 – RAPPRESENTATIVITÀ DEL SOGGETTO PROPONENTE: il quantitativo effettivamente prodotto dal richiedente viene messo in relazione con la produzione complessiva nazionale.

SCHEDA 3 - NOME DEL PRODOTTO DA RICONOSCERE NELL'SQN ZOOTECONIA: deve essere tale da consentire l'identificazione e la riconoscibilità del prodotto sul mercato in relazione alle specifiche caratteristiche qualitative previste dal disciplinare.

SCHEDA 4 - DESCRIZIONE SINTETICA DEGLI ELEMENTI CHE DETERMINANO LA QUALITÀ SUPERIORE : requisiti per l'alimentazione, superiori e qualificanti rispetto a quanto previsto dalle norme di legge, in grado di migliorare le caratteristiche della tipologia di prodotto anche dal punto di vista del consumatore.

SCHEDA 5 - RELAZIONE SUGLI SBOCCHI DI MERCATO ATTUALI O PREVEDIBILI E SUL POTENZIALE PRODUTTIVO: produrre un'analisi descrittiva del mercato

da cui si evinca l'effettiva richiesta per il prodotto nonché una valutazione di come il prodotto si distingue dagli altri prodotti simili.

**SCHEDA 6 - DISCIPLINARE DI PRODUZIONE:** è necessario descrivere nel disciplinare il processo produttivo in grado di determinare le caratteristiche specifiche di miglioramento del processo e/o una qualità del prodotto finale superiore alle norme commerciali correnti.

Sarà possibile indicare in etichetta il nome del produttore e/o dell'associazione di produttori, un eventuale marchio commerciale legalmente detenuto dall'organizzazione o dall'associazione nonché l'indicazione della Regione di origine o di allevamento, purché sia garantita la rintracciabilità dello stesso e la permanenza nel territorio indicato per un periodo significativo in rapporto alla durata del ciclo produttivo. Saranno altresì equiparate ai marchi commerciali le certificazioni volontarie di prodotto a condizione di riportare chiaramente sulla confezione gli estremi della certificazione (ente, tipo di certificazione, n. certificato, riferimento alla normativa). Si potrà riportare in etichetta il marchio collettivo unico che il Ministero istituirà con apposito provvedimento. In affiancamento a tale marchio sarà altresì possibile inserire in etichetta l'eventuale marchio di sistema qualità regionale nel caso in cui una regione abbia istituito un sistema qualità regionale zootecnica in conformità alle normative comunitarie.

#### **8.4. "Nuove informazioni sugli alimenti ai consumatori"**

Con il regolamento (UE) n.1169/2011<sup>4</sup> si rinnova la legislazione comunitaria in materia di etichette nell'ottica di una maggiore sicurezza e trasparenza dei prodotti alimentari.

Con il Libro Bianco<sup>5</sup> del 30 maggio 2007 la Commissione europea ha ritenuto necessario definire un approccio integrato europeo destinato a ridurre i problemi sanitari causati da un'alimentazione scorretta, dal sovrappeso e dall'obesità.

Per rispondere adeguatamente al problema della cattiva alimentazione e della scarsa attività fisica e delle relative conseguenze negative per la salute, la Commissione ha individuato vari tipi di intervento che vanno dal finanziamento di programmi in questo settore a quello di un rafforzamento della normativa,

<sup>4</sup> Reg. (UE) n.1169/2011 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 25 ottobre 2011 relativo alla fornitura di informazioni sugli alimenti ai consumatori, che modifica i regolamenti (CE) n.1924/2006 e (CE) n.1925/2006 del Parlamento europeo e del Consiglio e abroga la direttiva 87/250/CEE della Commissione, la direttiva 90/496/CEE del Consiglio, la direttiva 1999/10/CE della Commissione, la direttiva 2000/13/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, le direttive 2002/67/CE e 2008/5/CE della Commissione e il regolamento (CE) n.608/2004 della Commissione.

<sup>5</sup> I "Libri Bianchi" pubblicati dalla Commissione, sono documenti che contengono proposte per azioni comunitarie in campi specifici

in materia di etichettatura, ipotizzando di introdurre l'etichettatura obbligatoria e il numero di sostanze nutritive che devono figurare sull'etichetta, affinché i consumatori potessero utilizzare queste informazioni per operare scelte basate su criteri sanitari per quanto riguarda l'acquisto di alimenti e bevande.

L'obiettivo di fornire al consumatore informazioni chiare, coerenti e sostenute da elementi concreti, la necessità di fissare le regole applicabili all'etichettatura dei prodotti alimentari al fine di agevolare la libera circolazione di tali prodotti nella Comunità nonché, l'azione di "meglio legiferare" della Commissione, in coerenza con la strategia di Lisbona, hanno portato, il 31 gennaio 2008, alla presentazione, da parte della Commissione, della proposta di regolamento relativo alla fornitura di informazioni sugli alimenti ai consumatori il cui iter, si è concluso con la pubblicazione del regolamento (UE) n.1169/2011.

Con il regolamento (UE) n.1169/2011 si consolidano e aggiornano due settori della legislazione in materia di etichettatura, vale a dire l'etichettatura generale dei prodotti alimentari e l'etichettatura nutrizionale, rispettivamente disciplinati dalle direttive 2000/13/CE e 90/496/CEE.

Con il nuovo regolamento vengono chiarite le responsabilità degli operatori lungo tutta la catena alimentare cosicché, le informazioni obbligatorie sugli alimenti devono essere trasmesse da un operatore all'altro lungo tutti i processi di trasformazione e di imballaggio in modo che siano fornite, ove richiesto, al consumatore finale.

Le informazioni obbligatorie devono essere chiaramente leggibili e, soprattutto, in una lingua facilmente comprensibile al consumatore finale.

Per quanto concerne, invece, l'indicazione del Paese di origine o del luogo di provenienza di un prodotto alimentare, come nella precedente normativa, resta facoltativa; tuttavia, se l'omissione di tale informazione potesse indurre in errore il consumatore, l'indicazione diverrebbe obbligatoria. Inoltre, nel caso di alimenti costituiti da più ingredienti vengono introdotti ulteriori criteri di indicazione dell'origine o della provenienza dell'ingrediente primario. Infine, l'obbligatorietà dell'indicazione del paese d'origine o del luogo di provenienza è estesa a tutte le carni, suine, avicole, ovi caprine, fresche, refrigerate e congelate.

Altrettanto importante è la parte riguardante l'etichettatura nutrizionale in quanto con il predetto regolamento le informazioni nutrizionali devono trovare posto nel campo visivo principale e, soprattutto, devono essere semplici e facilmente comprensibili dal consumatore.

Infine, è importante evidenziare l'attenzione posta dalla norma anche verso la possibilità di fornire ulteriori informazioni volontarie anche con forme di espressione e presentazioni supplementari, purché, ovviamente, queste non inducano in errore o creino confusione al consumatore finale.

Alla luce di quanto detto precedentemente, appare evidente il ruolo fondamentale che ha l'etichetta per informare il consumatore finale sulle caratteristiche e sulla provenienza del prodotto.

## 8.5. L'utilizzo dei codici con tecnologia QR (Quick Response) nelle etichette

Recentemente si sta sviluppando l'utilizzo delle procedure che si affidano alla tecnologia QR (Quick Response) per migliorare la comunicazione tra i produttori e i consumatori.

Il nome "QR" è l'acronimo dell'inglese "Quick Response" (Risposta Rapida), in virtù del fatto che il codice fu sviluppato per permettere una rapida decodifica del suo contenuto.

Il codice "QR" fu sviluppato nel 1994 dalla compagnia giapponese Denso Wave, allo scopo di tracciare i pezzi delle automobili nelle fabbriche della Toyota. Vista la capacità del codice di contenere più dati di un normale codice a barre, venne in seguito utilizzato da diverse industrie per la gestione delle scorte.

La tecnologia "QR" consiste nell'utilizzo di un codice, riportato sulle etichette, attraverso il quale è possibile fornire al consumatore una serie di informazioni circa il prodotto e l'azienda.

La lettura del "QR Code" può essere effettuata da diversi dispositivi elettronici (webcam collegate a PC, smartphone o *totem* opportunamente predisposti nei punti vendita), consentendo di ampliare enormemente le possibilità di "lettura" e consultazione delle informazioni relative a un prodotto. Il dispositivo di lettura ha, generalmente un software preinstallato, attraverso il quale, avviene la successiva connessione telematica (per poter poi accedere alla Banca Dati informatica). In pratica, appoggiando un semplice telefonino ad un prodotto, si può sapere tutta la sua "storia" tecnico-produttiva-culturale.

Questo nuovo codice potrà garantire una risposta immediata e una tracciabilità più completa anche dei prodotti agroalimentari, in modo da favorire la conoscenza, valorizzazione e commercializzazione degli stessi, nell'ambito di una politica di sensibilizzazione della qualità dei prodotti.

L'obiettivo dei produttori di fornire la trasparenza e la tracciabilità a garanzia di prodotti di qualità potrà, però, essere raggiunto solo se l'utilizzo di questa tecnologia sia accompagnata da disciplinari d'uso molto rigidi e dettagliati (ai quali devono seguire i necessari controlli) ai quali tutti gli operatori debbano attenersi in modo scrupoloso.

### *La Nuova Etichetta UE (Regolamento UE n. 1169/2011): alcune considerazioni riguardo l'etichettatura del miele*

Il 22 novembre 2011 è stato pubblicato il nuovo Regolamento europeo sull'etichetta alimentare, con l'obiettivo di rendere i consumatori più consapevoli e garantire loro una maggiore sicurezza sui cibi, senza però intaccare la libera circolazione delle merci.

I Paesi Ue hanno tre anni di tempo per uniformarsi alle regole di questa nuova etichetta.

Il miele ha già una sua specifica normativa di riferimento in materia di etichettatura; tuttavia occorrerà considerare anche i seguenti aspetti:

- Gli alimenti confezionati devono avere una tabella nutrizionale con riferimento a 7 elementi di base (valore energetico, grassi, acidi grassi saturi, carboidrati, proteine, zuccheri e sale);
- Le diciture devono avere un carattere tipografico più leggibile e le indicazioni nutrizionali e quelle relative all'origine devono essere inserite in primo piano;
- Le sostanze potenzialmente allergizzanti devono essere obbligatoriamente segnalate, pur non essendo il miele interessato al problema.

Alcune riflessioni sintetiche riguardo questo nuovo regolamento:

#### **A quali prodotti si applicherà?**

Verrà applicato a tutti i prodotti destinati al consumatore finale e alla ristorazione.

#### **Chi sarà responsabile delle informazioni in etichetta?**

La responsabilità della completezza e della veridicità delle informazioni riportate in etichetta andrà imputata a chi – produttore o venditore – apporrà il proprio nome o ragione sociale o marchio sull'alimento destinato al consumatore finale.

#### **Quali informazioni dovranno essere obbligatorie?**

Indicazioni nutrizionali, paese d'origine, allergeni, denominazione di vendita, quantità netta e, dove necessario, titolo alcolometrico: sono questi i principali punti chiave della nuova normativa. A cui aggiungere una migliore leggibilità di tutti i dati contenuti in etichetta: dovranno, infatti, essere adottati accorgimenti per enfatizzare il tipo e il colore dei caratteri, il loro spessore, il contrasto con lo sfondo, etc.

Riportiamo in dettaglio le voci obbligatorie in etichetta, con gli elementi innovativi e con riferimento al prodotto miele:

1. Dati nutrizionali – Sul retro dell'etichetta di tutti i prodotti alimentari preconfezionati dovrà essere presente una tabella nutrizionale con i valori di energia, grassi, acidi grassi saturi, carboidrati, zuccheri, proteine e sale (i valori saranno riferiti a 100g/ml ed eventualmente anche alla singola porzione).
2. Ingredienti – Dovranno essere specificati: gli allergeni (la cui presenza dovrà essere enfatizzata mediante un carattere, uno stile o uno sfondo differente rispetto a quello degli altri componenti).

Il nuovo regolamento prevede i seguenti tempi di entrata in vigore: dicembre 2014 (ad eccezione di alcuni casi specifici).

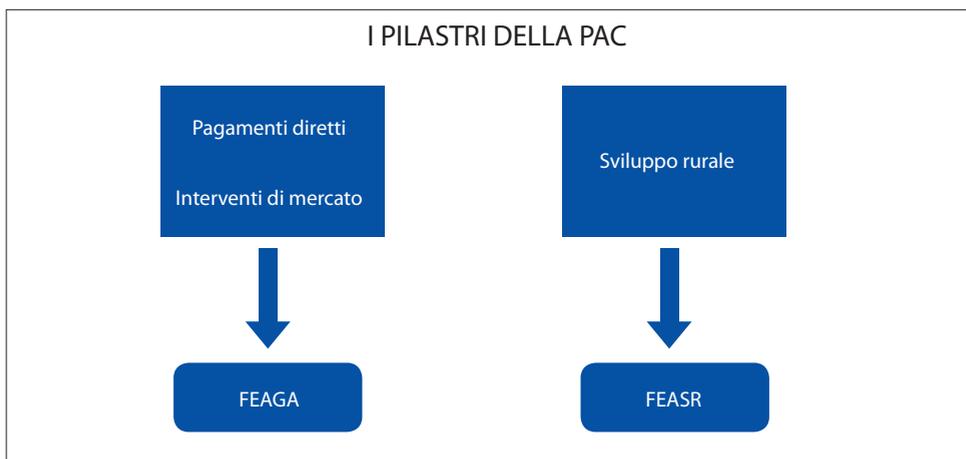
# PAC 2014-2020: Sviluppo rurale. La nuova programmazione

La Commissione Europea nell'ottobre 2011 ha pubblicato le proposte di riforma della PAC per il 2014-2020 (Proposta di Regolamento del Parlamento Europeo e del Consiglio sul sostegno allo sviluppo rurale del 12.10.2011-2011/0282(COD)), apportando, in tal modo, alcune innovazioni alle componenti del sostegno agricolo: i pagamenti diretti, le misure di mercato e la politica di sviluppo rurale.

La struttura giuridica della nuova Pac rimane quella attuale, con due "pilastri".

Il primo pilastro comprende gli **interventi di mercato** e il **regime di pagamenti diretti** agli agricoltori. Il secondo pilastro promuove lo **sviluppo rurale**. Anche per il periodo 2014-2020 il finanziamento della Pac sarà assicurato da due fondi:

- il **Feaga** (Fondo europeo agricolo di garanzia);
- il **Feasr** (Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale).



Di seguito, le principali novità e/o elementi caratterizzanti della nuova politica di sviluppo rurale 2014-2020.

Lo sviluppo rurale, ha assunto un'importanza sempre maggiore nelle ultime riforme (*riforma Fischler e Health check*), grazie alle nuove risorse attribuite tramite il meccanismo della modulazione (che scompare nella nuova PAC). Il contesto di riferimento UE, in cui sono rivolti tutti gli interventi relativi allo sviluppo rurale, si riferisce a :

13,7 milioni di aziende agricole (70% delle quali con meno di 5 ha);

17,5 milioni di lavoratori (7,7% dell'occupazione complessiva) nel settore agroalimentare.

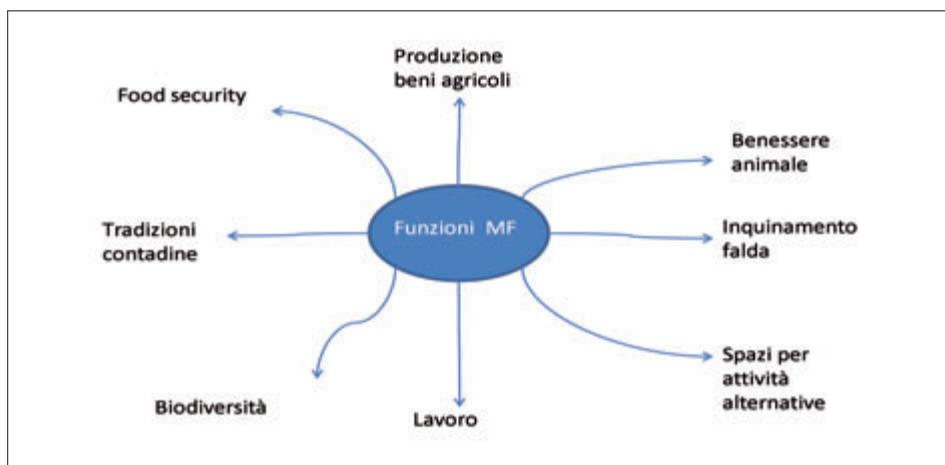
La politica di sviluppo rurale conserva i **tre obiettivi** strategici di lungo periodo (economico, ambientale e sociale) che consistono nel contribuire alla **competitività** dell'agricoltura, alla **gestione sostenibile** delle risorse naturali, all'azione per il clima e allo **sviluppo equilibrato delle zone rurali**.

In linea con la strategia Europa 2020, i tre obiettivi generali del sostegno allo sviluppo rurale per il periodo 2014-2020 si traducono più concretamente nelle seguenti **sei priorità**:

1. promuovere il trasferimento di conoscenze e l'innovazione nel settore agricolo e forestale e nelle zone rurali;
2. potenziare la competitività dell'agricoltura in tutte le sue forme e la redditività delle aziende agricole;
3. incentivare l'organizzazione della filiera agroalimentare e la gestione dei rischi nel settore agricolo;
4. preservare, ripristinare e valorizzare gli ecosistemi dipendenti dall'agricoltura e dalle foreste;
5. incoraggiare l'uso efficiente delle risorse e il passaggio a un'economia a basse emissioni di carbonio e resiliente al clima nel settore agroalimentare e forestale;
6. promuovere l'inclusione sociale, la riduzione della povertà e lo sviluppo economico nelle zone rurali.

Le suddette priorità, con i relativi indicatori di obiettivi, costituiranno la base della programmazione dei futuri PSR 2014-2020.

Va evidenziato, senza dubbio, il fatto che, gli orientamenti per lo sviluppo rurale (periodo di programmazione 2007-2013), già riflettevano il ruolo multifunzionale che l'attività agricola svolge in termini di ricchezza e diversità dei paesaggi, di prodotti alimentari e retaggio culturale e naturale (Decisione del Consiglio del 20 febbraio 2006, relativa agli orientamenti strategici comunitari 2007-2013)



Da un primo esame emerge chiaramente che le misure dello sviluppo rurale non sono più organizzate in assi strategici, ma in sei priorità e che interessano diversi ambiti, così come lo è l'agricoltura nel suo insieme. La strutturazione in assi ha caratterizzato la politica di sviluppo rurale per il periodo 2007-2013 (da ciò si deduce che ci sarà pertanto una maggiore elasticità nella programmazione dei programmi di sviluppo rurale-PSR). In particolare:

N.	PRIORITA'	PAROLE CHIAVE	AZIONI CHIAVE
1	Trasferimento conoscenze in agricoltura	Capitale umano, reti, innovazione, ricerca	(a) stimolare l'innovazione e la base di conoscenze nelle zone rurali; (b) rinsaldare i nessi tra agricoltura e silvicoltura, da un lato, e ricerca e innovazione, dall'altro; (c) incoraggiare l'apprendimento lungo tutto l'arco della vita e la formazione professionale nel settore agricolo e forestale;
2	Competitività agricoltura e vitalità aziende	Ristrutturazione, mercato, diversificazione, ricambio generazionale	(a) incoraggiare la ristrutturazione delle aziende agricole con problemi strutturali considerevoli, in particolare di quelle che detengono una quota di mercato esigua, delle aziende orientate al mercato in particolari settori e delle aziende che richiedono una diversificazione dell'attività; (b) favorire il ricambio generazionale nel settore agricolo;

3	a. Organizzazione catene alimentari b. Gestione del rischio	Integrazione, promozione, qualità, catene corte Gestione del rischio	(a) migliore integrazione dei produttori primari nella filiera agroalimentare attraverso i regimi di qualità, la promozione dei prodotti nei mercati locali, le filiere corte, le associazioni di produttori e le organizzazioni interprofessionali; (b) sostegno alla gestione dei rischi aziendali;
4	Preservare e migliorare ecosistemi dipendenti dall'agricoltura	Biodiversità, paesaggio, acqua, suolo	(a) salvaguardia e ripristino della biodiversità, tra l'altro nelle zone Natura 2000 e nelle zone agricole di alto pregio naturale, nonché dell'assetto paesaggistico dell'Europa; (b) migliore gestione delle risorse idriche; (c) migliore gestione del suolo;
5	Transizione verso una "low carbon economy"	Uso di acqua energia rifiuti, emissione CO2	(a) rendere più efficiente l'uso dell'acqua nell'agricoltura; (b) rendere più efficiente l'uso dell'energia nell'agricoltura e nell'industria alimentare; (c) favorire l'approvvigionamento e l'utilizzo di fonti di energia rinnovabili, sottoprodotti, materiali di scarto, residui e altre materie grezze non alimentari ai fini della bioeconomia; (d) ridurre le emissioni di metano e di protossido di azoto a carico dell'agricoltura; (e) promuovere il sequestro del carbonio nel settore agricolo e forestale;
6	Sviluppo potenziale occupazionale e sviluppo rurale	Diversificazione, job creation, inclusione sociale, povertà, sviluppo locale	(a) favorire la diversificazione, la creazione di nuove piccole imprese e l'occupazione; (b) stimolare lo sviluppo locale nelle zone rurali; (c) promuovere l'accessibilità, l'uso e la qualità delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione (TIC) nelle zone rurali.

Le priorità delineano una maggiore risalto su alcuni temi; cambiamento climatico, innovazione ed ambiente. Un altro aspetto di particolare interesse è rappresentato dalla presenza degli strumenti di gestione del rischio (es. assicurazioni agevolate) all'interno dei PSR.

Il regolamento sullo sviluppo rurale riprende l'impostazione strategica che ha caratterizzato il periodo di programmazione 2007-2013, con la prassi adot-

tata dagli Stati membri e dalle Regioni per elaborare le proprie strategie e programmi regionali (PSR). In linea con gli obiettivi della Strategia dell'Ue *Europa 2020*, la nuova politica di sviluppo rurale dovrebbe funzionare in modo coordinato e complementare al primo pilastro della Pac e agli altri fondi dell'Unione, in particolare il Fondo europeo di sviluppo regionale (Fesr), il Fondo sociale europeo (Fse), il Fondo di coesione e il Fondo europeo per gli affari marittimi e la pesca (Feamp).

I fondi si inseriscono in un **quadro strategico comune (Qsc)** definito a livello Ue, il quale a sua volta si tradurrà in contratti di partenariato a livello nazionale, recanti obiettivi e norme comuni per il loro intervento. Il **Contratto di Partenariato** è una novità della nuova politica di sviluppo rurale; si tratta di un documento nazionale che definirà come gli stati membri intendono utilizzare i fondi in funzione degli obiettivi di *Europa 2020*.

Il **finanziamento nazionale** per i programmi del secondo pilastro resta stabile al 50%, tranne nel caso delle regioni svantaggiate, dove scende al 15%.

Il nuovo regolamento sullo sviluppo rurale contiene norme in materia di elaborazione, approvazione e revisione dei programmi ampiamente ricalcate su quelle esistenti; in altre parole, sono identificate le procedure per la preparazione dei PSR 2014-2020, anche se non differiscono sostanzialmente da quelle attuali. Tuttavia esiste una novità: la possibilità di presentare sottoprogrammi (ad esempio riguardo i **giovani agricoltori**, i **piccoli agricoltori**, le **zone montane**, le **filiera corte**) che beneficiano di aliquote di sostegno più elevate.

Ad ogni priorità sono associate una serie di misure per un totale di 27 misure che caratterizzeranno i nuovi PSR 2014-2020.

Rispetto agli attuali PSR, l'elenco delle singole misure è stato rivisto ed assottigliato, sottoponendo le misure stesse ad una serie di adeguamenti tecnico-programmatici.

Tra gli aspetti innovativi si annoverano una misura specifica per l'**agricoltura biologica** e una **nuova delimitazione delle zone soggette a specifici vincoli naturali**. Quindi la misura dell'agricoltura biologica sarà autonoma e separata dalla misura dei pagamenti agroambientali che, oltretutto, si chiameranno **pagamenti agro-climatico-ambientali**.

L'attuale misura di **cooperazione** è sensibilmente rafforzata ed estesa ad un'ampia gamma di forme di cooperazione (economica, ambientale e sociale) tra molteplici tipologie di beneficiari. Rientrano in questa misura i progetti pilota e la cooperazione transregionale e transnazionale.

Sono state riproposte le misure tradizionali della politica di sviluppo rurale: gli **investimenti nelle aziende agricole (purché con caratteri di innovazione)**, il miglioramento dell'integrazione di filiera, il ricambio generazionale, il sostegno alla qualità.

L'**approccio Leader** e quello basato sulle **reti** continuano a svolgere un **ruolo chiave**, in particolare per lo sviluppo delle zone rurali e la diffusione dell'innovazione. Un premio conferito a progetti di cooperazione innovativi a livello

locale offrirà sostegno e riconoscimento alle iniziative transnazionali a favore dell'innovazione.

L'altra importante novità sono le tre misure per la **gestione dei rischi**, comprendente finanziamenti a favore delle assicurazioni agevolate, dei fondi di mutualizzazione.

Di seguito si riepilogano le **principali misure** che caratterizzeranno lo sviluppo rurale:

- Trasferimento delle conoscenze, azioni informative e servizi di consulenza
- Investimenti in beni materiali (con tassi di finanziamento più elevati per i giovani agricoltori, investimenti collettivi e progetti integrati)
- Sviluppo delle aziende agricole e di altre imprese (Estensione del supporto alle aziende agricole di piccole dimensioni, ai giovani agricoltori e alle piccole imprese)
- Sostegno alla creazione di associazioni di produttori in tutti gli Stati membri dell'UE
- Misure agro-ambientali e climatiche
- Misura riguardante la cooperazione significativamente rafforzata, compresi i progetti pilota, filiera corta, e la promozione di produzioni locali
- Nuovo kit di strumenti per la gestione dei rischi legati alla produzione agricola
- Approccio Leader rafforzato e esteso a tutti i fondi dell'Unione

Di particolare interesse risulterà il **PEI - Il partenariato europeo per l'innovazione sulla produttività e sostenibilità agricola**. Il PEI sarà lo "strumento" per favorire il trasferimento della conoscenza e che potrà contribuire, pertanto, a migliorare la performance delle aziende agricole e degli Enti di ricerca.

Va evidenziato inoltre che nella nuova proposta di regolamento per lo sviluppo rurale 2014-2020 **l'acqua assume un ruolo fondamentale**: in particolare si segnalano le azioni correlate alla protezione dell'acqua (con riferimento alla consulenza aziendale (art.16)), gli aiuti per la realizzazione di infrastrutture necessarie alla gestione idrica (art. 18) e il finanziamento degli investimenti in infrastrutture irrigue, che consentono di ridurre il consumo di acqua di almeno il 25% (art. 46).

La politica di sviluppo rurale 2014-2020 avrà pertanto un ruolo importante nell'ambito della futura PAC e sarà, pertanto, estremamente interessante valutare l'impatto delle nuove misure sulle aziende italiane.

# Partenariato europeo per l'innovazione (PEI) "Produttività e sostenibilità dell'agricoltura"

## Un nuovo "strumento" per migliorare le performance delle aziende agricole

Gli Stati membri hanno ripetutamente manifestato un forte interesse a promuovere l'innovazione nel settore agricolo. Anche il Consiglio europeo ha sottolineato l'esigenza di *"proseguire i lavori in materia di innovazione, ricerca e sviluppo della produzione agricola"*, in particolar modo per migliorare l'efficienza energetica, la crescita della produttività e la capacità di adattamento ai cambiamenti climatici. Da queste manifestazioni di interesse origina la necessità di un partenariato europeo per l'innovazione (PEI) in campo agricolo e l'esigenza di colmare il divario tra la pratica agricola e il mondo scientifico.

Il PEI incoraggerà i partner operanti a diversi livelli istituzionali e geografici e in diversi settori a collaborare e a sfruttare l'immenso potenziale di sinergie che possono essere attivate. Il focus sarà posto in particolare sull'utilizzo delle opportunità offerte da diversi settori d'intervento, in particolare la politica agricola comune (PAC), la politica di ricerca e innovazione dell'Unione, la politica di coesione, la politica in materia di ambiente e cambiamenti climatici, la politica in materia di consumatori e salute, la politica dell'istruzione e della formazione e la politica dell'informazione.

Il PEI interesserà più fasi: dalla ricerca di base alla diffusione dei risultati della ricerca, allo sviluppo di prodotti e tecniche fino alla loro integrazione nel processo di produzione, caratterizzando dunque più fasi operative. L'obiettivo principale sarà quello di aumentare gli scambi di conoscenze, informazioni e opportunità per rendere più efficaci gli investimenti nell'innovazione.

Le tematiche riguarderanno principalmente:

- Aumento della produttività agricola, della produzione e uso più efficiente delle risorse

Questo settore di interventi di innovazione mira a incrementare la produzione agricola garantendo nel contempo l'uso efficiente e sostenibile delle risorse. In tale ambito sono da annoverare i Sistemi di produzione a bassi consumi, che dovrebbero essere finalizzati all'uso sostenibile dei nutrienti (come fosforo e azoto) e dei pesticidi, all'uso ottimale dell'energia, dell'acqua e delle risorse genetiche e a ridurre la dipendenza dai fattori di produzione esterni.

- Innovazione a sostegno della bioeconomia

In tale ambito dovrebbero essere individuate soluzioni per la bioraffinazione, il riciclaggio e l'uso intelligente della biomassa prodotta dai materiali di scarto delle colture e dei boschi e dai rifiuti alimentari, valorizzandone il potenziale senza ridurre la sostanza organica presente nei suoli. Meriterebbe attenzione anche le possibilità di sostituire la produzione di proteine da parte del settore primario.

- Biodiversità, servizi ecosistemici e funzionalità del suolo

L'ottimizzazione dell'uso delle risorse genetiche, i sistemi di produzione biologica/a basso uso di mezzi di produzione, l'aumento della diversità genetica in agricoltura e lo sviluppo del biorisanamento dei suoli inquinati, insieme a strategie innovative di adattamento ai cambiamenti climatici sono altri settori da prendere in considerazione riguardo questa classe di servizi.

- Prodotti e servizi innovativi per la catena integrata di approvvigionamento  
Per tali servizi l'obiettivo è elaborare e diffondere prodotti, dispositivi e servizi innovativi mettendo in piedi una catena di approvvigionamento trasparente e sostenibile. Si potranno considerare gli strumenti di gestione dei rischi, tenendo conto delle caratteristiche dei prodotti e dei processi di produzione. Si potrebbero anche istituire sistemi di monitoraggio efficaci mirati ai residui presenti nei prodotti alimentari (ad es. pesticidi).

- Qualità e sicurezza degli alimenti e stili di vita sani

Per tali servizi i campi d'azione potrebbero comprendere la qualità degli alimenti e la loro sicurezza, il potenziale delle piante medicinali in quanto fonte di materia prima. Altri campi di interesse potrebbero essere il trattamento naturale degli animali e delle piante e nuovi metodi di analisi delle qualità biologiche degli alimenti. Il ricorso a strumenti di istruzione, informazione e apprendimento potrebbe contribuire a migliorare la salute pubblica, insieme all'uso di ingredienti sani nei prodotti (ad es. latte o olio con l'aggiunta di acidi grassi omega 3) ottenuti attraverso la ricerca sui nutrienti e la selezione nella riproduzione degli animali.

Tra i vari 'attori' coinvolti nel partenariato avremo i cosiddetti gruppi operativi, che saranno costituiti da agricoltori, ricercatori, consulenti, imprenditori etc., e dovranno effettuare progetti per testare e applicare pratiche innovative, tecnologie, processi e prodotti. Le azioni che scaturiranno dalla costituzione di gruppi operativi, saranno implementate attraverso la combinazione di misure dello sviluppo rurale favorevoli all'innovazione (cooperazione, trasferimento della conoscenza, formazione, servizi di consulenza, investimenti). In ultima analisi la creazione di una rete PEI potrà essere quindi, senza dubbio, un utile strumento/mezzo per migliorare la performance delle aziende agricole.



## Conclusioni

---

Il filo conduttore seguito nello sviluppo del presente lavoro è costituito essenzialmente dal tentativo di approfondire, sotto il profilo tecnico-normativo, due punti salienti. Il primo rappresentato dalla ricerca di fonti normative e casi applicativi relativi alle indicazioni geografiche, nel settore agroalimentare, l'altro relativo alla ricerca di una possibile tutela, nei confronti dei consumatori, nei campi della sicurezza alimentare e del consumo consapevole.

Le tematiche sono risultate da subito estremamente vaste e nel contempo non prive di difficoltà interpretative. Non da ultimo si è ravvisata una certa difficoltà nel costituire un quadro d'insieme dei cosiddetti sistemi di qualità, nazionali e comunitari.

È possibile comunque affermare che i consumatori sono sempre più attenti ai temi della qualità e della sicurezza alimentare, tanto da costituire temi-traino di prodotti, spesso oggetto di rilancio commerciale e di riscoperta da parte degli stessi consumatori.

Nel momento in cui la qualità si propone non come fenomeno di nicchia ma tendenza di acquisto consapevole e consolidata, le norme/regole della qualità tendono a diventare norme/regole generali. La stessa finalità di tutela della salute non trova più una risposta adeguata nel solo esame del prodotto finale ma investe anche il processo di produzione con le sue declinazioni (es. HACCP): la sola garanzia di prodotto, insomma, non risulta più sufficiente. La crescente attenzione ai fenomeni di filiera, alla "tracciabilità" del prodotto, non esprime soltanto una nuova sensibilità verso la garanzia di provenienza a fini di garanzia per la salute del consumatore, ma è elemento che illustra in modo significativo come la provenienza possa assumere un valore suo proprio.

Mentre appare già sufficientemente affrontata la disciplina delle indicazioni geografiche relativa alle DOP/IGP, non appare altrettanto trattata/approfondita quella relativa ai marchi collettivi.

Come si è sopra indicato, l'art. 13 CPI fa divieto al singolo imprenditore di registrare, quindi brevettare, "i segni ... che in commercio possono servire a designare ... la provenienza geografica".

La motivazione è riconducibile essenzialmente al fatto che, se venisse consentito al singolo di registrare a suo nome una provenienza geografica, questi potrebbe impedire a chiunque altro di usare lo stesso nome, con un evidente ingiusto pregiudizio per gli altri soggetti che operano nella stessa zona. Lo stesso CPI, peraltro, all'art. 11 n. 4, in deroga all'art. 13, consente che "un marchio collettivo può consistere in segni o indicazioni che nel commercio possono servire per designare la provenienza geografica dei prodotti o servizi". Può essere dunque registrato un marchio geografico purché si tratti di marchio collettivo. Inoltre:

Il marchio collettivo può essere registrato da un qualsiasi soggetto che svolga le funzioni di garantire l'origine, la natura o la qualità di determinati prodotti. Anche i soggetti pubblici possono procedere alla registrazione di marchi collettivi, con un semplice atto amministrativo, senza necessità di una nuova legge. Va ricordato che diverse Province si sono mosse per la registrazione di marchi provinciali secondo questo modello.

Il soggetto pubblico, dopo aver registrato il marchio, ne concede l'uso ai soggetti che ne fanno richiesta e che si impegnano a rispettare le previsioni del regolamento d'uso del marchio.

Ne segue una conseguenza: i marchi collettivi sono necessariamente marchi di qualità, nel senso che essi devono esprimere e garantire specifiche qualità dei prodotti, che non possono esaurirsi nella mera indicazione geografica. La domanda di registrazione dei marchi collettivi deve essere infatti accompagnata "dai regolamenti concernenti l'uso dei marchi collettivi" (art. 11, comma 2 CPI). I marchi collettivi sono marchi che devono essere garantiti mediante opportuni controlli e procedure direttamente o indirettamente.

Il titolare del marchio collettivo deve attivare i necessari controlli e applicare le previste sanzioni per l'uso del marchio collettivo conformemente al regolamento d'uso del marchio.

In mancanza di ciò il titolare decade dal marchio collettivo ai sensi dell'art. 13 del CPI.

In altre parole, non basta che il marchio sia collettivo, non basta che sia accompagnato da una dichiarazione esplicita, ma bisogna anche offrire esplicite garanzie attraverso i disciplinari, di norma allegati al regolamento d'uso, che devono essere depositati unitamente alla domanda di registrazione, traducendosi in un impegno.

Il soggetto, che deposita il marchio, è responsabile dell'osservanza del regolamento e deve quindi assicurare sistemi indipendenti di controllo. Ove il regolamento non sia rispettato, il soggetto collettivo titolare del marchio si trova esposto alla dichiarazione di nullità del marchio e a responsabilità per mancata vigilanza.

Il marchio collettivo geografico, essendo necessariamente anche marchio di qualità, ha la duplice natura di segno di identità e distinguibilità, e così di origine da un territorio dichiarato e garantito, e insieme di garanzia di qualità per il consumatore.

Ne segue un'ulteriore significativa opportunità offerta dall'adozione di un marchio geografico garantito e certificato: dal gennaio 2001, come è noto, è divenuta applicabile anche ai prodotti e produttori agricoli la direttiva europea sulla responsabilità oggettiva per danni derivanti da prodotti agricoli. In tale contesto l'attivazione/adozione di un marchio collettivo costituisce una misura idonea ad assicurare la realizzazione di due obiettivi attraverso un solo sistema di garanzia (e quindi con un solo costo): la promozione sul mercato, e insieme la protezione dei produttori da responsabilità e rischi ingiustificati, evitando la responsabilità oggettiva per prodotto difettoso, ove egli sia in grado di dimostrare che il prodotto è conforme a "un provvedimento vincolante", rappresentato dal regolamento d'uso del marchio.

Si può dunque concludere che il marchio collettivo, ove registrato e applicato conformemente alle vigenti disposizioni e nel rispetto della disciplina comunitaria, costituisce strumento di immediata utilizzazione, suscettibile di proporre risposta ad una complessa serie di esigenze e di domande dei produttori e dei consumatori.

Denominazioni d'origine, indicazioni geografiche, tracciabilità dalle materie prime, marchi collettivi e comunitari, sistemi di qualità nazionali e certificazioni volontarie, possono essere considerati aspetti di un'unica politica di valorizzazione volta a fornire sempre maggiori garanzie, nel settore agroalimentare, ai consumatori finali.

A queste si aggiungeranno le nuove priorità relative allo sviluppo rurale che caratterizzeranno la programmazione del primo pilastro della politica agricola comune per il periodo 2014-2020.

Tali temi caratterizzeranno sempre più, nel medio e lungo periodo, le scelte decisionali/imprenditoriali dei produttori nazionali e comunitari.



# *Appendici*



## 11.1. Riferimenti normativi:

- Pacchetto igiene
  - Reg. (CE) n. 178/2002 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 28 gennaio 2002, che stabilisce i principi e i requisiti generali della legislazione alimentare, istituisce l’Autorità Europea per la sicurezza alimentare e fissa procedure nel campo della sicurezza alimentare.
  - Reg. (CE) n. 852/2004 del parlamento europeo e del consiglio del 29 aprile 2004 sull’igiene dei prodotti alimentari (Gazzetta ufficiale dell’Unione Europea L 139 del 30 aprile 2004).
  - Reg. (CE) n. 853/2004 del Parlamento Europeo e del Consiglio, del 29 aprile 2004, che stabilisce norme specifiche in materia di igiene per gli alimenti di origine animale (GU L 139 del 30.4.2004).
  - Reg. (CE) n. 854/2004 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 29 aprile 2004, che stabilisce le regole specifiche di organizzazione dei controlli ufficiali riguardanti i prodotti di origine animale destinati al consumo da parte dell’uomo (Gazzetta ufficiale L 139 del 30.04.2004).
  - Direttiva 2002/99/CE del Consiglio, del 12 dicembre 2002, che stabilisce le regole di polizia sanitaria che regolamentano la produzione, la trasformazione, la distruzione e l’introduzione dei prodotti d’origine animale destinati al consumo da parte dell’uomo.
  - Reg. (CE) n. 882/2004 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 29 aprile 2004, relativo ai controlli ufficiali intesi a verificare la conformità alla normativa in materia di mangimi e di alimenti e alle norme sulla salute e sul benessere degli animali (GU L 191 del 30.4.2004).
- Sistemi facoltativi di certificazione:
  - comunicazione della Commissione – Orientamenti UE sulle migliori pratiche riguardo ai regimi facoltativi di certificazione per i prodotti agricoli e alimentari (2010/C 341/04).
- Tutela dei consumatori:
  - Direttiva 2005/29/CE del Parlamento europeo e del Consiglio dell’11 maggio 2005 (GU L 149 del 11.6.2005).
  - Direttiva 2007/65/CE del Parlamento europeo e del Consiglio dell’11 dicembre 2005 (GU L 332 del 18.12.2007).
- Sui Regimi di qualità:
  - Reg. (UE) N. 1151/2012 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 21 novembre 2012, sui regimi di qualità dei prodotti agricoli e alimentari.

## 11.2. Tabella di riepilogo nel settore dei marchi con riferimento alla normativa comunitaria e nazionale

### Il quadro comune nel settore dei marchi

Domande comuni e relativo riferimento normativo	Reg. n. 510/06 Protezione indicazioni geografiche e denominazioni d'origine	Reg. marchi comunitari Reg. n. 207/2009	CPI Codice proprietà industriale (D.L. n. 30/2005)	Sistemi qualità Art. 32 Reg. n. 1974/2006
Cos'è un marchio?	Art. 14 (relazioni tra marchi e DOP)		Art. 7	
Cos'è un marchio collettivo?		Art. 66	Art. 11	
Quali sono i documenti da allegare alla domanda di registrazione di un marchio collettivo?		Art. 66, 67	Art. 11, 12	Possibile istituzione di un marchio collettivo
Quali sono i documenti da allegare alla domanda di registrazione di un marchio collettivo?		Art. 67	Art. 11	
Cos'è un marchio collettivo comunitario?		Art. 66, 67		
Un marchio collettivo comunitario in cosa differisce da un marchio collettivo?		Maggiore visibilità		
Un ente pubblico può essere titolare di un marchio collettivo o di un marchio collettivo comunitario?		Risposta affermativa. Art.66, I comma	Risposta affermativa. Art. 19, III comma	

Domande comuni e relativo riferimento normativo	Reg. n. 510/06 Protezione indicazioni geografiche e denominazioni d'origine	Reg. marchi comunitari Reg. n. 207/2009	CPI Codice proprietà industriale (D.L. n. 30/2005)	Sistemi qualità Art. 32 Reg. n. 1974/2006
Un marchio collettivo può contenere una indicazione geografica (Marchio collettivo geografico)?		Risposta affermativa. Art. 66, II comma	Risposta affermativa. Art. 13, I comma	
Esistono limitazioni all'uso esclusivo di un marchio geografico?		Art. 66, II comma	Art. 11, IV comma Art. 21, I comma	
Quali diritti conferisce al titolare la registrazione di un Marchio?		Art. 22 II comma	Art. 20, I comma	
Esiste un problema di compatibilità del marchio collettivo Geografico (mcg) con una DOP/IGP ?	Il marchio collettivo geografico (MCG) e le DOP/IGP hanno una fonte giuridica diversa, che trova attuazione attraverso il codice della proprietà industriale e il Reg. n. 510/06. Entrambe le forme hanno come presupposto il legame di un prodotto con un determinato territorio ma, in una DOP/IGP è il territorio che genera la qualità (nesso di causa/effetto*).			
Un marchio collettivo geografico può interferire con una DOP/IGP?	Art. 14 (Relazioni tra marchi e DOP)			

\* Sentenza della Corte di giustizia europea del 7.12.2000.

### 11.3. Dalla Politica delle strutture alla Politica dello sviluppo rurale

*Excursus della normativa che ha caratterizzato lo sviluppo rurale*

#### *Premessa*

Storicamente, l'agricoltura è sempre stata un fattore essenziale della vita sociale, divenuta il cuore del mercato comune dal momento della sua istituzione. Gli iniziali interventi socio-strutturali a favore dell'agricoltura vengono sanciti per la prima volta nel Trattato di Roma del 1957 (Trattato che istituisce la Comunità Economica Europea - TCEE, entrato in vigore in Italia il 1° gennaio 1958). Alla fine degli anni '50, infatti, l'Europa aveva l'obiettivo di fronteggiare la carenza alimentare successiva alla seconda guerra mondiale e la priorità fondamentale era quella di assicurare un approvvigionamento sicuro e a prezzi ragionevoli di derrate alimentari ed un tenore di vita equo per gli agricoltori. Le profonde differenze strutturali presenti nelle agricolture dei sei Paesi europei fondatori della Comunità (Belgio, Francia, Germania, Italia, Lussemburgo e Paesi Bassi) richiedevano l'avvio di una politica comune che cercasse di armonizzare le strutture produttive agricole in modo da attenuare le disparità di reddito nei settori agricoli ed extra-agricoli. Tale esigenza è sfociata nella istituzione di una politica agricola comune (PAC). La PAC trovava la disciplina negli artt. 38 e successivi del Trattato CEE, ove veniva precisato che *"il mercato comune doveva comprendere l'agricoltura e il commercio dei prodotti agricoli"* e ciò si doveva realizzare con una politica agraria comune che perseguisse diverse finalità, quali l'incremento della produttività dell'agricoltura, la stabilizzazione dei mercati, il miglioramento del reddito della popolazione agricola e rurale, la sicurezza degli approvvigionamenti, l'assicurazione di prezzi ragionevoli per i consumatori. Il suddetto Trattato ha previsto una serie di norme e meccanismi che regolano la produzione, gli scambi e la lavorazione dei prodotti agricoli nell'ambito dell'Unione europea, privilegiando in particolare lo sviluppo rurale. Nel corso degli anni gli obiettivi iniziali della PAC sono stati raggiunti con successo, allo stesso tempo sono sorti anche dei problemi, quali il fenomeno della sovrapproduzione che ha creato eccedenze di prodotto e una crescita notevole delle spese agricole. Conseguenzialmente, la PAC è stata oggetto di varie riforme sostanziali.

#### *Inizio anni '70*

Gli anni settanta sono caratterizzati dall'affiancarsi di un nuovo modello politico, quello della Politica delle strutture; quindi, gli interventi che fino ad allo-

ra erano stati legati ai prodotti, d'ora in poi vengono destinati al rafforzamento delle strutture.

1972

L'excursus storico, non può prescindere dall'emanazione di tre Direttive, definite socio-strutturali, le quali rappresentano il primo intervento organico di politica strutturale della comunità.

L'obiettivo cui miravano le tre direttive (la 159, 160 e 161 del 1972) era l'ammodernamento delle strutture di produzione agricola attraverso l'aumento delle dimensioni delle imprese.

La direttiva **72/159/CEE**, sull'*Ammodernamento delle aziende agricole*, prevedeva finanziamenti e incentivi alle imprese che presentavano nell'arco di quattro anni un "Piano di sviluppo aziendale" in cui si dimostrava di raggiungere un reddito comparabile con quello dei settori extra-agricoli.

La direttiva **72/160/CEE**, sull'*Incentivazione all'abbandono dell'attività agricola*, prevedeva premi per il prepensionamento e la cessazione delle terre ai programmi di ammodernamento aziendale.

La direttiva **72/161/CEE** sull'*Informazione socioeconomica e la qualificazione professionale*, prevedeva la creazione di centri di formazione e consulenti in grado di consigliare gli agricoltori.

In merito alla direttiva **72/159/CEE** il legislatore comunitario introdusse una nuova figura, l'Imprenditore Agricolo a Titolo Principale - I.A.T.P., ovvero colui che possedeva un reddito agricolo pari o superiore al 50% del suo reddito complessivo e che dedicava alla stessa attività agricola un tempo di lavoro uguale o superiore al 50%.

La stessa direttiva dava mandato allo Stato membro di "definire la nozione di I.A.T.P.".

In Italia, con legge 153/75 è stata recepita la direttiva ma sono stati individuati dei criteri sostanzialmente più rigidi, anche se solo apparentemente, infatti viene preso in considerazione il reddito da lavoro anziché il reddito complessivo.

Lo I.A.T.P. era colui che "*dedicava all'attività agricola almeno due terzi del proprio tempo di lavoro complessivo e ricavava dall'attività stessa almeno due terzi del proprio reddito globale da lavoro, risultante dalla propria posizione fiscale*".

Queste tre direttive si orientavano verso un modello di agricoltura produttiva, identificato in un'impresa agricola fortemente professionalizzata, adeguata al mercato e munita di contabilità, infatti gli aiuti venivano riservati alle sole imprese in grado di svilupparsi.

Successivamente fu emanata una quarta direttiva, la 268 del 1975 – **75/268/CEE** – sull'*Agricoltura di montagna e di talune zone svantaggiate*. Con tale direttiva vi è il primo riconoscimento delle differenze territoriali esistenti nell'agricoltura dell'UE, infatti venivano definite le zone svantaggiate con riferimento non solo all'altitudine (aree di collina e di montagna) ma anche a svantaggi

nella dotazione di risorse naturali (pendenza e scarsa fertilità dei suoli) e nei processi di spopolamento.

## INCREMENTO DELLA PRODUZIONE

### *Inizio anni '80*

Il modello politico fin qui seguito ha portato alla consapevolezza che ci si trovava ben presto di fronte a produzioni eccedentarie, allo stesso tempo con l'entrata nella Comunità dell'Irlanda, della Grecia, della Spagna e del Portogallo si percepiva la presenza ancor più alta di zone caratterizzate da forti ritardi strutturali.

### *1985*

Nel 1985 è stato adottato il Reg. CEE **2088/85** la cui finalità consisteva nel migliorare le strutture socio-economiche delle regioni meridionali della Comunità tramite l'ammodernamento delle infrastrutture rurali attraverso i **Programmi Integrati Mediterranei - P.I.M.**

I PIM hanno rappresentato il primo progetto europeo di intervento strutturale integrato a livello territoriale, che interviene in tutti i settori economici suscettibili di sviluppo a livello locale al fine di ottimizzare le condizioni di vita e di lavoro. Con i PIM si superava la logica degli interventi settoriali in agricoltura e si cercava il coordinamento ed il coinvolgimento dei diversi Fondi strutturali europei, dal FEOGA al Fondo Sociale, al Fondo di Sviluppo Regionale.

Questo Regolamento iniziò a produrre numerose azioni unitarie in vari settori, quali agricoltura, pesca, industrie agroalimentari, energia, artigianato, edilizia, lavori pubblici, turismo e servizi vari. È bene precisare che in quel periodo l'intreccio tra Politica agricola e Politica regionale portava un suscitato interesse in tema di **Diversificazione e Pluriattività**. Concetti, questi, che avevano come unico denominatore, l'integrazione dei redditi. Tuttavia, la vera svolta in materia di miglioramento aziendale, si è avuta con l'emanazione del **Reg. CEE 797/85**, che ha abrogato le quattro direttive socio-strutturali, puntando ad una migliore efficienza delle strutture agrarie. Viene meno quella che allora era stata la principale priorità, ovvero l'aumento delle capacità produttive dell'azienda. Infatti, ciò che è previsto dal nuovo regolamento non è più definito Piano di Sviluppo Aziendale, bensì **Piano di Miglioramento Aziendale**, proprio a voler sottolineare il fatto che da quel momento si puntava non più sulla quantità ma sulla qualità. Infatti, il regime di aiuti poteva riguardare investimenti per il miglioramento qualitativo e la riconversione della produzione, in funzione delle esigenze di mercato. Il soggetto principe nel regolamento è sempre l'Imprenditore agricolo a titolo principale, specificando però che quest'ultimo, per poter adeguarsi allo sviluppo economico, doveva possedere un'adeguata qua-

lificazione professionale e la redditività era verificata mediante una contabilità e un piano di miglioramento materiale (art.2 par.I).

### 1988

Sul piano della disciplina operativa tutto ciò, trovò formulazione nella Riforma dei Fondi Strutturali con l'adozione del **Reg. CEE 2052/88**.

Questo regolamento relativo all'emissione dei fondi a finalità strutturali, alla loro efficacia e al coordinamento dei loro interventi e di quelli della Banca europea per gli investimenti degli altri strumenti finanziari esistenti, riguardò gli interventi che venivano destinati, oltre che a potenziare e riorganizzare le strutture agrarie, anche a provvedere alla ricerca di attività complementari per gli agricoltori, nonché a contribuire allo sviluppo del tessuto sociale delle zone rurali, alla difesa dell'ambiente e al mantenimento dello spazio rurale.

I nuovi temi che oramai tracciavano le principali linee erano: **nuova ruralità, multifunzionalità e pluriattività**. Questi tre aspetti emersero grazie al connubio di tre diverse politiche, quella Agricola, quella Ambientale e quella Regionale.

### 1989

Il 1989 pose le basi per una svolta decisiva in grado di accelerare l'adeguamento delle strutture di produzione dell'agricoltura. Ciò, grazie all'emanazione del **Reg. CEE 3808/89**, che sostituì il precedente Reg. CEE 797/85, ed i cui obiettivi principali, descritti nell'art. 1, erano:

1. contribuire a ripristinare l'equilibrio fra la produzione e la capacità del mercato;
2. contribuire al miglioramento dell'efficienza delle aziende agricole mediante un rafforzamento ed una riorganizzazione delle loro strutture e la promozione di attività complementari;
3. mantenere una comunità agricola vitale per contribuire allo sviluppo del tessuto sociale delle zone rurali, assicurando un tenore di vita equo per gli agricoltori e compensando gli effetti degli svantaggi naturali nelle zone di montagna e nelle zone svantaggiate;
4. contribuire alla tutela dell'ambiente e alla conservazione dello spazio naturale, compresa la salvaguardia durevole delle risorse naturali dell'agricoltura.

Il cambiamento non si ebbe solo dal punto di vista territoriale, ma anche sotto il profilo soggettivo, destinando alla generalità delle aziende e anche ad imprenditori a titolo non principale, gli aiuti agli investimenti volti alla diversificazione delle fonti di reddito, in particolare mediante attività turistiche o artigiane o mediante la fabbricazione e la vendita nell'azienda di prodotti della stessa. Le caratteristiche della nuova figura dell'**Imprenditore Agricolo a Titolo non Principale**, ai fini dell'applicazione del regime di aiuto, consistevano nel

ricavare almeno il 50% del proprio reddito da attività agricole, forestali, turistiche, artigianali o da attività di conservazione dello spazio naturale svolte nella propria azienda, purché il reddito proveniente dall'attività agricola non fosse inferiore al 25% del reddito complessivo dell'imprenditore e il tempo di lavoro dedicato ad attività extra aziendali non superasse la metà del tempo di lavoro totale dello stesso imprenditore.

Altro concetto rilevante del regolamento riguardava gli aiuti in merito agli investimenti, oltre che per il miglioramento qualitativo, la riconversione della produzione, la diversificazione dell'attività aziendale, l'adeguamento dell'azienda per ridurre i costi di produzione e realizzare i risparmi di energia, il miglioramento delle condizioni di vita e di lavoro, la tutela dell'ambiente, anche per il miglioramento delle condizioni di igiene negli allevamenti ed il rispetto delle norme comunitarie previste per il benessere animale.

Notevoli i cambiamenti in questo periodo. L'impresa agricola non era più incentrata su un unico modello (quello dell'Imprenditore Agricolo a Titolo Principale) e non era più finalizzata ad un unico scopo (quello dell'incremento della produzione).

### *Anni '90*

Sono questi gli anni in cui le linee di tendenza fin qui seguite trovarono sempre maggiori conferme. La necessità di adeguare l'agricoltura dell'UE ad un contesto internazionale sempre più competitivo e caratterizzato da una crescente tendenza alla liberalizzazione dei mercati era oramai palese. Perseguendo una politica in questo senso, l'Unione ha cercato di raggiungere una posizione migliore per affrontare l'ampliamento a Est e l'inserimento dei paesi dell'Europa centrale ed orientale, fattore questo, che portò un aumento della popolazione agricola con un conseguente aumento delle zone agricole.

### *1997*

Nel 1997, il **Reg. CE 950/97**, relativo al miglioramento dell'efficienza delle strutture agricole il quale ribadì il progetto di contribuire allo sviluppo economico e sociale di ogni singola regione interessata, anche attraverso misure a favore degli imprenditori a tempo parziale. Tale Reg. fu propedeutico ad una risistemazione unitaria della materia per motivi di semplificazione e di coerenza. Tra le novità apportate da tale regolamento è opportuno segnalare l'introduzione delle *"Agevolazioni per il primo insediamento dei giovani in agricoltura"*.

Nello stesso anno fu presentato un documento contenente un pacchetto di riforme presentato dalla Commissione il 16 luglio 1997 ed intitolato Agenda 2000. La necessità di far fronte alle nuove sfide dell'Unione europea fu affrontata proprio nell'ambito di questo documento, che indicava appunto le prospettive della stessa Unione e delle sue politiche per l'inizio del nuovo millennio.

Ci si trovò quindi tendenzialmente consci del fatto che l'agricoltura doveva favorire la conservazione dei paesaggi e la tutela degli spazi naturali, portando

un contributo fondamentale alla vitalità del mondo rurale. Essa doveva inoltre essere in grado di soddisfare le esigenze dei consumatori per quanto riguarda la qualità e la sicurezza degli alimenti, la protezione dell'ambiente e il benessere degli animali. L'obiettivo era inoltre quello di mantenere la competitività e la vocazione esportatrice dell'agricoltura europea.

### 1999

La politica per le zone rurali subì una modifica in seguito alle indicazioni contenute in Agenda 2000. In particolare le zone rurali furono considerate importanti per raggiungere gli obiettivi di carattere ambientale e la salvaguardia delle risorse naturali. Gli strumenti agro-ambientali diventarono sempre più importanti per lo sviluppo sostenibile delle zone rurali.

In seguito alle proposte contenute in Agenda 2000, la Commissione europea approvò il **Reg. CE 1257/99** – *“Misure di sviluppo rurale”*, sul sostegno allo sviluppo rurale da parte del Fondo europeo agricolo di orientamento e garanzia. Il modello che si raggiunse era dunque quello di una Politica dello Sviluppo Rurale.

Questo regolamento unificò in un unico testo tutte le misure disperse in una molteplicità di provvedimenti e affermò il principio della applicazione a tutto il territorio della Comunità europea delle linee di attività relative allo sviluppo rurale (in quattro diversi Titoli). In particolare, all'interno del Titolo II erano racchiusi nove diversi Capitoli, ognuno dei quali rappresentava una misura di sostegno allo sviluppo rurale. D'importanza rilevante risultò il dettato dell'art. 5 del Capitolo I, e cioè ovvero che il sostegno agli investimenti viene concesso ad imprenditori i quali siano titolari di un'azienda agricola che dimostri una certa redditività, che rispettino i requisiti minimi in materia di ambiente, igiene e benessere degli animali e che possiedano conoscenze e competenze professionali adeguate. Da ciò si deduce che la figura dello I.A.T.P. scompare. Nel Capitolo VI furono contemplate le misure agro ambientali; più del 50% dei fondi si applicarono in base alle disposizioni contenute in questo capitolo. Occorre infine menzionare quanto fu previsto nel Capitolo IX, intitolato *“Promozione dell'adeguamento e dello sviluppo delle zone rurali”* dedicato a molte figure tra loro non proprio omogenee (ma tutte destinate al servizio dello spazio rurale). Si passava, infatti, dalle opere di miglioramento fondiario all'ingegneria finanziaria, dalla ricomposizione fondiaria alla tutela dell'ambiente etc. Fu previsto, inoltre, un sostegno per la diversificazione delle attività del settore agricolo e delle attività affini, allo scopo di sviluppare attività plurime o fonti alternative di reddito.

### 2005

Nel 2005 viene emanato (attualmente vigente), il **Reg. CE 1698/2005**, sul sostegno allo sviluppo rurale da parte del Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale (FEASR), entrato in vigore dal 1° gennaio 2007, il quale abroga il

Reg. 1257/99 a decorrere da tale data e stabilisce le modalità di finanziamento da parte del Fondo Europeo Agricolo per lo Sviluppo Rurale - FEASR delle iniziative assunte dagli Stati membri nel quadro di programmi di sviluppo rurale (PSR) per il periodo di programmazione 2007-2013.

### *Considerazioni generali*

L'affiancamento della politica strutturale alla politica dei prezzi (poi politica di sostegno al reddito) consentì alla Comunità Economica Europea di adottare delle strategie più ampie, non solo rivolte ad un aumento generale dei prodotti agroalimentari, ma anche ad aspetti socio-strutturali. Il periodo di riferimento ha interessato un arco temporale che va dai primi anni settanta fino alla fine del 2005. In tale periodo, accanto alla politica relativa al I pilastro, ovvero la politica dei prezzi, si affiancò, come già indicato, la politica strutturale con una connotazione discrezionale-selettiva. Infatti, con la direttiva 72/159/CEE, relativa all'ammodernamento delle aziende agricole, emersero i seguenti principi:

- importanza della riforma delle strutture quale elemento fondamentale per lo sviluppo della politica agricola comune;
- evidenziazione della connotazione selettiva, intendendo con ciò l'eventuale applicazione o meno del regime di incoraggiamento a favore di aziende agricole in grado di svilupparsi (art.1);
- individuazione dei criteri relativi alle aziende agricole in grado di svilupparsi (imprenditore agricolo a titolo principale - IATP; capacità professionali, contabilità aziendale, piano di sviluppo dell'impresa- art.2);
- introduzione di un sistema-obiettivo (azienda - piano di sviluppo - reddito da lavoro, per una o due unità e comparabile con attività non agricole della zona).

La tematica "*sviluppo rurale*" trovò piena affermazione nel Reg. 1257/99.

A tal proposito, va evidenziato che, oltre alle misure di sviluppo rurale, il Reg. 1257/99 comprendeva, tra gli altri, gli investimenti nelle aziende agricole che dimostravano redditività, rispetto dell'ambiente e benessere degli animali (art. 5 capo I) e le misure agroambientali (capo VI). Oltre a ciò, veniva meno la figura dell'imprenditore agricolo a titolo principale (IATP), sostituita con quella di un imprenditore agricolo che, oltre alla competenza professionale, era titolare di una azienda che dimostrava redditività, rispetto dei requisiti minimi in materia di ambiente, igiene e benessere animale.

Tra le *Comunicazioni* della Commissione europea, che interessarono il periodo di riferimento, vanno senza dubbio menzionate "Il futuro del mondo rurale" del 1988, da cui emerge, tra l'altro il divario strutturale esistente tra le Regioni della CEE e "*Agenda 2000. Per un'Unione più forte e più ampia*", del 1997 in cui, nell'individuare le politiche del nuovo millennio, si ribadì che la politica comune dello sviluppo rurale dovrebbe accompagnare ed integrare altri strumenti della politica agricola comune.

Inoltre, si fa notare che, escluso il reg. (CEE) n.2088/85 (la cui base giuridica si trova negli artt. 37, 150 e 308 del TCE), gli altri regolamenti, in precedenza indicati, hanno come base giuridica gli articoli 42 e 43 (ora artt. 36 e 37 del TCE) del Trattato che istituisce la Comunità economica europea (CEE). Il regolamento (CE) n. 1257/99 prevedeva, inoltre, che era responsabilità degli Stati membri scegliere quali misure utilizzare e applicare, principio particolarmente importante.

### *Conclusioni*

Si è fatto quindi un percorso che è passato da un modello politico incentrato sul rafforzamento delle strutture per poi arrivare ad una nuova visione politica, quella nettamente a favore dello sviluppo rurale e a favore di forme di impresa diverse e, soprattutto, originali.

Si è evidenziato in tal modo come la tematica dello sviluppo rurale ha assunto, sempre più, un crescente interesse ed un maggior *"peso"* nell'ambito della politica agricola comune – PAC.

La politica delle strutture e la successiva politica di sviluppo rurale hanno rivestito, pertanto, un ruolo molto importante nel tentativo di ottenere strutture agricole più efficienti, riformare le strutture produttive ma, soprattutto, ridurre le disparità socio-economiche tra i Paesi e le Regioni dell'Unione Europea.

## 11.4. Bibliografia

- Albisinni F., *Sistema agroalimentare*, in Digesto, Utet, IV Torino, 2003.
- Albisinni F., *L'etichettatura dei prodotti alimentari*, Cedam, Padova, 2003.
- Albisinni F., *Dopo il trattato di Lisbona, il diritto dei segni distintivi degli alimenti, secondo le normative dell'Unione Europea, dello stato Italiano e delle Regioni Italiane*, in atti del seminario IDAIC, Maggio 2010.
- Albisinni F., *La qualità in agricoltura e nell'alimentazione*, in Rivista di diritto alimentare, Anno III, n. 3, 2009.
- Albisinni F., Corapi D., Carretta E., *Usa dei marchi collettivi geografici: I problemi pratici e interpretativi*, Unioncamere, Dicembre 2007.
- Auteri P. – Floridia G. – Mangini V. – Olivieri G. – Ricolfi M., *Diritto industriale proprietà intellettuale e concorrenza*, Giappichelli Editore, 2009.
- Benetti M., *Distribuzione del prodotto ed uso del marchio del produttore*, in Il diritto industriale, 2004, 4, 386.
- Benussi F., *Il marchio comunitario*, Giuffrè Editore, Milano 1996.
- Benussi F., *Marchio comunitario*, in Digesto comm., Utet, Torino, 1997, p.546.
- Bocedi G., *Parere in merito alla legittimità dell'uso di un marchio figurativo come marchio collettivo*, Nota inviata all'Associazione Nazionale Allevatori Razza Bovina Reggiana, 25 settembre 2008.
- Canfora I., *Marchio collettivo e marchio di qualità per i prodotti agro-alimentari*, in Diritto e giurisprudenza agricola e ambientale, 1995, 99.
- Capelli F. – Klaus B., *La tutela delle indicazioni geografiche nell'ordinamento comunitario*, in Il diritto industriale, 2004, p. 191 ss.
- Cionti F., *La natura giuridica del marchio*, Giuffrè Editore, Milano, 2008.
- Cionti F., *La funzione del marchio*, Giuffrè Editore, Milano, 2004.
- Comegna E., *Qualità nuovo "credo" della Commissione*, in Rivista L'informatore Agrario n. 32, 2008, p. 18.
- Costato L., *La protezione delle indicazioni geografiche e delle denominazioni d'origine e le attestazioni di specificità*, in Rivista di diritto agrario, 1995, I, p. 488.
- De Benedetti F., *Il marchio comunitario (regolamento CE del Consiglio del 20 dicembre 1993, n. 40/94)*, in Diritto Industriale, 1994, 329.
- Desimoni F., *Marchi collettivi, DOP, DOC, IGP e STG: efficaci strumenti di tutela nella lotta alla contraffazione*, in atti del Convegno "La Contraffazione Alimentare: un danno per le imprese, un pericolo per la salute", Torino, 2009.
- Di Cataldo V., *I segni distintivi*, Giuffrè Editore, Milano, 1993.
- Dongo D., *Sicurezza alimentare e rintracciabilità – manuale operativo*, in I libri di Agrisole, 2005.
- Floridia G., *Il codice della proprietà industriale: disposizioni generali e principi fondamentali*, in Rivista il diritto industriale, 2005, 1, 11.

- Floridia G., *La nuova legge marchi (commento al D.Lgs 4 dicembre 1992 n.480)*, in *Corriere giuridico*, 1993, 255.
- Floridia G., *Marchi, invenzioni e modelli. Codice e commento delle riforme nazionali. Dalle origini ai TRIPS fino al protocollo di Madrid*, Giuffrè Editore, Milano, 2000.
- Floridia G., *Il riassetto della proprietà industriale*, Giuffrè Editore, Milano, 2006.
- Franceschelli V., *Brevetti, Marchio, Insegna*, UTET Editore, 2003.
- Franceschelli V. – Tosi E., *Il codice della proprietà intellettuale e industriale*, La Tribuna Editore, 2010.
- Franzosi M., *Marchi descrittivi, suggestivi, arbitrari, di fantasia*, in *Il diritto industriale*, 2002.
- Galli C., *Globalizzazione dell'economia e tutela delle denominazioni di origine dei prodotti agro-alimentari*, in *Il diritto industriale*, 2004, 1, 1, 60.
- Germanò A., *Corso di diritto alimentare*, Giappichelli Editore, Torino, 2007.
- Germanò A., *Manuale di diritto agrario*, Giappichelli Editore, Torino, 2003.
- Ghidini G., *Riforma della legge marchi*, Cedam Editore, Padova, 1995.
- Ghidini G., *Profili evolutivi del diritto industriale*, Giuffrè Editore, Milano, 2008.
- Ghidini G. – De Benedetti F., *Codice della proprietà industriale. Commento alla normativa*, Il Sole24Ore, Pirola, 2006.
- Izzi S., *Lotta alla contraffazione. Analisi del fenomeno, sistemi e strumenti di contrasto*, Franco Angeli Editore, 2010.
- Libertini M., *Indicazioni geografiche e segni distintivi*, in *Rivista diritto commerciale*, 1997, I, p. 1039.
- Lucchesi F., *La tutela delle DOP*, Anicia Editore, 2009.
- Mangini V., *Manuale breve di diritto industriale*, Cedam Editore, Padova, 2005.
- Montelione E., *La produzione agroalimentare di qualità come bene culturale*, in *Rivista di diritto agrario*, 2000, fasc. 3, pt. 1, pp. 462-486.
- O'Connor B., *The Law of Geographical Indications*, Cameron May, London, 2004.
- Provera G., *La tutela dei marchi da abusi e contraffazioni su internet*, in atti del Convegno "La Contraffazione Alimentare: un danno per le imprese, un pericolo per la salute", Torino, 2009.
- Rebufatti P., *Le frodi più comuni e la sicurezza alimentare a tutela dei consumatori*, in atti del Convegno "La Contraffazione Alimentare: un danno per le imprese, un pericolo per la salute", Torino, 2009.
- Ricolfi M., *I segni distintivi. Diritto interno e comunitario*, Giappichelli Editore, Torino, 1999.
- Rubino V., *La denominazione di origine dei prodotti alimentari*, Taro editore, Alessandria, 2007.
- Scuffi M. – Franzosi M. – Fittante A., *Il codice della proprietà industriale*, Cedam Editore, Padova, 2005.
- Sirotti Gaudenzi A., *Manuale pratico dei marchi e dei brevetti*, Maggioli Editore, 2009.

- Sordelli L., *Denominazioni di origine ed indicazioni di provenienza*, in *Il diritto industriale*, 1992, parte I, p. 5 ss..
- Ubertazzi L.C., *Spunti sulla valutazione dei marchi*, in *Diritto Industriale*, 2006, Giuffrè, Milano, pp. 116-126.
- Ubertazzi L.C., *Codice della proprietà industriale*, Cedam Editore, Padova, 2009.
- Vanzetti A, Di Cataldo V., *Manuale di diritto industriale*, Giuffrè Editore, Milano, 2009.
- Vanzetti A., *La nuova legge marchi, codice e commento alla riforma*, Giuffrè Editore, Milano, 1993.
- Vanzetti A. – Galli C., *La nuova legge marchi – commento articolo per articolo della legge marchi e delle disposizioni transitorie del D.Lgs 4 dicembre 1992 n.480*, Giuffrè Editore, Milano, 2001.
- Ventura S., *Il "Parmesan" alla Corte di Giustizia*, in *Il diritto comunitario e degli scambi internazionali*, 2002, fasc. 3, pp. 501-507.
- Ventura S., *Protezione delle denominazioni di origine e libera circolazione dei prodotti alimentari*, in *Il diritto comunitario e degli scambi internazionali*, 2003, fasc. 2, pp. 333-338.
- Zanon E., *La qualità dei prodotti alimentari con particolare attenzione alla disciplina delle denominazioni d'origine e delle indicazioni di provenienza*, in *Rivista di diritto agrario*, 1997, I, p. 495.
- Zeno-Zencovich V., *Consumatore (tutela del) (diritto civile)*, in *Enciclopedia Giuridica Treccani*, Roma, 2001.
- Zeno-Zencovich V., *Consumatore (tutela del) (diritto civile)*, in *Enciclopedia Giuridica Treccani*, Roma, 1998.
- Commissione delle Comunità Europee (2007), *In preparazione alla "valutazione dello stato di salute" della Pac riformata*, COM(2007) 722, Bruxelles, 20 novembre.
- De Castro P. (2004), *Verso una nuova agricoltura europea*, Agra Editrice, Roma.
- Frascarelli A. (2007). *Riforma Pac, un cantiere sempre aperto*, Supplemento al n. 47 di Terra e Vita, Bologna.
- Sotte F. (2005), *Affinchè riprenda la situazione strategica sul futuro della PAC; Analisi Swot della riforma Fischler nella attesa di una nuova politica di sviluppo rurale, Agiregionieuropa*, anno 1, numero 0, marzo 2005.
- Decisione del Consiglio del 20 febbraio 2006, relativa agli Orientamenti strategici comunitari 2007-2013.
- Frascarelli A. (2012). Università di Bologna – Agrofarma – IBMA, *Giornate Fito-patologiche 2012- Milano Marittima*, 13 marzo 2012, *"Gli incentivi della Pac 2014-2020" - Per la gestione sostenibile nella produzione agricola"*.

## 11.5. Sitografia

<http://curia.europa.eu/>  
<http://eur-lex.europa.eu/>  
<http://oami.europa.eu/>  
[www.efsa.europa.eu/it/](http://www.efsa.europa.eu/it/)  
[www.wipo.int/](http://www.wipo.int/)  
[www.politicheagricole.it/](http://www.politicheagricole.it/)  
[www.uibm.gov.it/](http://www.uibm.gov.it/)  
[www.buonitaliaspa.it/](http://www.buonitaliaspa.it/)  
[www.trueitalianfood.it/](http://www.trueitalianfood.it/)  
[www.rivistadirittoalimentare.it/](http://www.rivistadirittoalimentare.it/)  
[www.to.camcom.it/](http://www.to.camcom.it/)  
[www.prosciuttodiparma.com/](http://www.prosciuttodiparma.com/)  
[http://ec.europa.eu/agriculture/cap-post-2013/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/agriculture/cap-post-2013/index_en.htm)  
[http://ec.europa.eu/agriculture/cap-post-2013/communication/com2010-672\\_it.pdf](http://ec.europa.eu/agriculture/cap-post-2013/communication/com2010-672_it.pdf)  
[http://ec.europa.eu/agriculture/analysis/perspec/cap-2020/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/agriculture/analysis/perspec/cap-2020/index_en.htm)  
[http://ec.europa.eu/agriculture/cap-post-2013/legal-proposals/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/agriculture/cap-post-2013/legal-proposals/index_en.htm)  
[www.aiol.gov.it](http://www.aiol.gov.it)  
<http://sito.entecra.it/portale/index2.php>  
[http://europa.eu/newsroom/press-releases/index\\_en.htm](http://europa.eu/newsroom/press-releases/index_en.htm)  
[www.agea.gov.it/portal/page/portal/AGEAPageGroup/HomeAGEA](http://www.agea.gov.it/portal/page/portal/AGEAPageGroup/HomeAGEA)  
[www.inea.it/](http://www.inea.it/)  
[www.eea.europa.eu/](http://www.eea.europa.eu/)  
[www.aiab.it](http://www.aiab.it)  
[www.agrapress.it/](http://www.agrapress.it/)  
[www.freshplaza.it/](http://www.freshplaza.it/)  
[www.reterurale.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/1](http://www.reterurale.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/1)  
[www.regione.emilia-romagna.it/](http://www.regione.emilia-romagna.it/)  
[www.agriregionieuropa.univpm.it/](http://www.agriregionieuropa.univpm.it/)



# IL MIELE, I MIELI

## UN'ESPERIENZA DI VALORIZZAZIONE

⬡ *Concorso Grandi Mielì d'Italia Tre gocce D'Oro*

⬡ *La tracciabilità totale con il codice QR*

L'esperienza punta a rendere evidenti i tratti di distintività dei mieli italiani tipici, di qualità attraverso l'effetto promozionale di un concorso (Tre gocce d'oro) e con l'utilizzo del codice QR collegato a un database telematico. L'accesso a sistema, con un banalissimo smartphone, amplia al massimo la capacità di "lettura" del prodotto da parte del consumatore sulla base dei dati oggettivi di qualità (analisi e altro) e di suggestioni legate al territorio.



**IL MIELE, I MIELI**  
UN'ESPERIENZA DI VALORIZZAZIONE



OSSERVATORIO  
NAZIONALE MIELE



# 33<sup>a</sup> EDIZIONE CONCORSO

PER LA SELEZIONE  
DEI MIGLIORI MIELI  
DI PRODUZIONE  
NAZIONALE



**13 • 14 • 15 SETTEMBRE 2013**

Castel San Pietro Terme - Bologna - Italy

## REGOLAMENTO CONCORSO TRE GOCCE D'ORO

L'Osservatorio Nazionale Miele bandisce la 32ª edizione del concorso per la selezione dei migliori mieli di produzione nazionale.

Il concorso è dedicato alla memoria dell'apicoltore GIULIO PIANA, importante figura di esperto, che nella sua breve ma intensa vita, con grande passione e competenza, si impegnò nella valorizzazione dei diversi tipi di miele, nell'incentivazione delle tecniche di buona produzione e nella promozione del consumo dei mieli di qualità. Il concorso si prefigge la duplice finalità di stimolare la produzione di miele di qualità e di promuoverne il consumo presso il grande pubblico.

Per l'organizzazione del concorso l'Osservatorio si avvale di un Comitato composto dai seguenti Enti:

- 1 Albo degli Esperti in Analisi Sensoriale del Miele
- 2 AMI - Ambasciatori dei MielI
- 3 Amministrazione Provinciale di Bologna
- 4 Assessorato Agricoltura, Alimentazione, Sviluppo Rurale, Economia ittica, Attività faunistico-venatorie Regione Emilia-Romagna
- 5 Associazione Apicoltori Professionisti Italiani (AAPI)
- 6 Camera di Commercio di Bologna
- 7 Comune di Castel San Pietro Terme
- 8 Consorzio Apicoltori e Agricoltori Biologici Italiani (CONAPI)
- 9 Cooperativa Apistica Abruzzese
- 10 CRA - Apicoltura
- 11 Istituto Zooprofilattico Sperimentale della Lombardia e dell'Emilia-Romagna
- 12 Pro Loco di Castel San Pietro Terme
- 13 Slow Food
- 14 Unione Nazionale Associazioni Apicoltori Italiani (UNAAPI)

## CONDIZIONI DI PARTECIPAZIONE

Gli apicoltori che intendono partecipare al concorso per la selezione dei migliori mieli di produzione nazionale dovranno far pervenire, **entro il 25 agosto 2013**, per ogni prodotto in concorso:

- una campionatura costituita da **4 confezioni da 500 g** ciascuna, in idonei vasi di vetro, completamente anonimi;
- **scheda di partecipazione** debitamente compilata;
- **quota di € 25,00** a parziale copertura delle spese di analisi, da inviare a mezzo:  
BONIFICO BANCARIO (intestato a Osservatorio Nazionale Miele)  
IBAN IT 44 D 03359 01600 100000013849  
VAGLIA POSTALE (intestato a Osservatorio Nazionale Miele)  
con causale "Grandi Mieli d'Italia - Tre Gocce d'Oro".

I campioni, corredati dalla documentazione di cui sopra, dovranno essere inviati al seguente indirizzo: **Osservatorio Nazionale Miele - Via Matteotti 72 - 40024 Castel San Pietro Terme (BO)**.

Sono ammesse campionature di miele: nazionale, prodotto nel corso dell'ultima annata apistica (2011 per i mieli a produzione autunno-invernale, 2012 per gli altri), estratto dai favi mediante centrifugazione e perfettamente pulito, con contenuto d'acqua inferiore a 18,0%, con contenuto di idrossimetilfurfurale inferiore a 10 mg/kg. In deroga a quanto sopra previsto e limitatamente ai mieli di erica e di corbezzolo, sono ammessi i seguenti limiti: contenuto d'acqua inferiore a 19,0%, contenuto di idrossimetilfurfurale inferiore a 15 mg/kg.

Detti mieli dovranno comunque presentarsi in ottimo stato di conservazione. I mieli che non abbiano le caratteristiche richieste saranno esclusi dal concorso. I campioni saranno quindi valutati nell'ambito della categoria dichiarata attraverso le analisi più idonee a mettere in evidenza pregi e difetti del prodotto. In particolare saranno utilizzate analisi fisico-chimiche, melissopalinoologiche e organolettiche.

Per queste ultime saranno utilizzate giurie composte da assaggiatori iscritti all'Albo Nazionale degli Esperti in Analisi Sensoriale del Miele. A tutti i campioni

di miele che verranno riconosciuti perfettamente rispondenti ai migliori standard qualitativi per i parametri considerati, verranno assegnati i riconoscimenti di una, due o tre gocce d'oro in base agli esiti degli esami effettuati. Potranno inoltre essere assegnati premi speciali ai prodotti ritenuti meritevoli di particolari menzioni. Si ricorda che, ai sensi dell'attuale legislazione, non è consentito utilizzare l'attestato attribuito al campione per la commercializzazione del miele.

Il Comitato Organizzatore, al fine di contribuire al miglioramento qualitativo della produzione nazionale, invierà ad ogni partecipante i risultati delle analisi effettuate e del giudizio di qualità. La promozione dei mieli e delle aziende premiate verrà perseguita attraverso la diffusione dei risultati del concorso presso la stampa e iniziative specifiche di valorizzazione, in particolare la pubblicazione a mezzo stampa e internet della "Guida Tre gocce d'Oro 2012" e il progetto di tracciabilità e valorizzazione attraverso il codice QR.

**Pertanto, nella scheda di partecipazione, è indispensabile compilare, sempre e con esattezza, i dati relativi alle caratteristiche del miele in concorso, nonché autorizzare l'Osservatorio ad utilizzare i dati personali forniti.**

La premiazione avrà luogo il giorno 15 settembre 2013, nell'ambito della "Fiera del Miele" a Castel San Pietro Terme.

Inoltre le aziende che partecipano al concorso potranno esporre a Castel San Pietro Terme i mieli di propria produzione in aree comuni attrezzate e messe a disposizione gratuitamente dall'organizzazione della fiera.

### **I mille mieli, i mille fiori**

I migliori mieli millefiori in concorso saranno oggetto di una specifica sezione del concorso, "I mille mieli, i millefiori", finalizzata alla valorizzazione delle specificità di queste produzioni, che si terrà in data e sede da definirsi.

La **valutazione sensoriale** dei mieli partecipanti al concorso, preceduta da un seminario di aggiornamento, si terrà venerdì 30 agosto (ore 14,00 • 18,00) e sabato 1 settembre (ore 9,00 • 17,30), presso il Park Hotel - Viale Terme 1010 Castel San Pietro Terme (BO).

Le attività, riservate agli iscritti all'Albo Nazionale degli Esperti in Analisi Sensoriale del miele, sono organizzate in collaborazione con AMI - Ambasciatori dei Mieli.



# SCHEDA DI PARTECIPAZIONE

*Compilare una scheda per ogni campione in concorso*

*Da compilare e inviare firmata insieme a ogni campionatura, dopo aver letto attentamente le condizioni generali di partecipazione a:*



OSSERVATORIO NAZIONALE MIELE

Via Matteotti, 72 40024 - Castel San Pietro Terme (BO)

Il sottoscritto: Nome e cognome \_\_\_\_\_

In rappresentanza della ditta \_\_\_\_\_

Via/Piazza \_\_\_\_\_ Città \_\_\_\_\_

Cap \_\_\_\_\_ Prov. \_\_\_\_\_ Telefono \_\_\_\_\_ Fax \_\_\_\_\_

e-mail \_\_\_\_\_

Chiede di partecipare al concorso

**"GRANDI MIELE D'ITALIA • TRE GOCCE D'ORO PREMIO GIULIO PIANA"**

Data \_\_\_\_\_

Firma \_\_\_\_\_

## Caratteristiche del miele

UNIFLOREALE DI \_\_\_\_\_  MELATA DI \_\_\_\_\_

MILLEFIORI DI ALTA MONTAGNA DELLE ALPI  MILLEFIORI

Località, comune e provincia di produzione \_\_\_\_\_

Caratteristiche della zona e altitudine \_\_\_\_\_

Il campione rappresenta una partita di kg \_\_\_\_\_

N. lotto \_\_\_\_\_ Produzione amatoriale

*I dati forniti corrispondono a verità*

## CODICE DELLA PRIVACY

A norma dell'art. 7 del D.L. 196/03, Lei ha il diritto di conoscere i dati trattati, di farli aggiornare e rettificare nonché, qualora ne abbia interesse, integrare. Lei potrà inoltre richiedere la cancellazione in blocco dei dati trattati in violazione di legge, scrivendo all'Osservatorio.

Nel caso il campione inviato entri a far parte dei mieli premiati con una, due o tre "Gocce d'oro", il sottoscritto

AUTORIZZA  NON AUTORIZZA

L'Osservatorio a comunicare a terzi i dati forniti, nell'ambito della promozione dei prodotti e delle aziende.

La informiamo che il titolare del trattamento dei dati personali è l'Osservatorio Nazionale Miele, con sede in Via Matteotti 72, Castel San Pietro terme (BO).

Data \_\_\_\_\_

Firma \_\_\_\_\_



# Progetto

## “Sistemi innovativi e mercato, il codice QR”

L'Osservatorio Nazionale Miele, in collaborazione e con il contributo del Ministero delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali, ha avviato, in via sperimentale, un sistema innovativo di valorizzazione del miele basato sull'integrazione di due elementi: la tracciabilità totale del prodotto e la valorizzazione dello stesso.

Il progetto si fonda sull'utilizzo del codice QR e di un sistema informatico-informativo adeguato ed è applicabile a qualsiasi prodotto agricolo, sta in questo il suo valore generale per il settore agricolo oltre che per l'apicoltura.

Tale progetto è mirato a:

- supporto tecnico agli apicoltori per l'approccio con il mercato
- offrire maggiore visibilità alle aziende impegnate per incentivare il miglioramento della qualità dei mieli
- avvicinare i consumatori al prodotto di qualità e alle aziende stesse, incoraggiando la conoscenza del prodotto e la preferenza del prodotto con forti contenuti di qualità, tipicità e identità.

Lo strumento che l'Osservatorio del Miele utilizzerà per dare vita a questo progetto è il CODICE QR.



### Cos'è il codice QR?

Un **Codice QR** è un codice a barre bidimensionale. I codici QR sono utilizzati per **memorizzare** delle informazioni in **forma grafica**.

I vantaggi di un codice QR rispetto al tradizionale codice a barre sono quelli di poter inserire all'interno del codice una serie di **contenuti multimediali (foto, indirizzi internet, sms, schede etc.)**, che possono venire letti dall'utente dotato di **connessione internet** (smartphone, tablet e notebook).

### Il progetto

L'Osservatorio realizza, per ognuno dei mieli partecipanti al progetto, un'etichetta con il codice QR. Le informazioni che verranno inserite nel codice QR sono quelle della **SCHEDA DI PARTECIPAZIONE**, fornita dal produttore, più altre informazioni multimediali fornite dalle aziende stesse quali:

- logo aziendale
- foto/video apiario
- foto processo produttivo del miele
- foto vasetti di mieli
- foto/video azienda apistica

Altre informazioni aggiunte dall'Osservatorio:

- scheda del miele per tipologia, con foto pianta e ricette
- posizione su mappa google
- riconoscimenti gocce d'oro ottenuti dall'azienda apistica negli anni precedenti

### **Cosa può fare l'azienda per partecipare al progetto**

L'azienda partecipante invia, **contestualmente ai vasetti di miele, file in formato digitale** (su supporto cd-rom o chiavetta USB) che contengano tutte o alcune delle informazioni che desidera siano inseriti nel codice QR.

### **La promozione del progetto**

L'Osservatorio organizza diverse giornate di promozione del progetto in tutta Italia, con abbinamento a degustazioni dei prodotti stessi.

Con il codice QR l'apicoltore può sottolineare l'identità dei suoi mieli, al fine di competere sul mercato globale. Per rendere efficace questo strumento occorre poter inserire nel database molte informazioni sul miele, l'azienda e il territorio, in particolare foto e video (azienda, smielatura, apiario, territorio, apicoltore e famiglia).

È inoltre necessario che l'apicoltore dia il proprio consenso a diffondere i dati forniti e quelli scaturiti dalla valutazione dei prodotti in concorso, per i soli campioni premiati.

## **Autori**

**Massimo Benvenuti**, *agronomo, esperto in informatica e tecnologie agrarie*

**Giancarlo Naldi**, *giornalista, presidente Osservatorio Nazionale Miele*