

# Scuola di Montagna

Percorsi di Alta Formazione  
per la Montagna Pistoiese

## La valorizzazione sostenibile dei prodotti locali: strategie, strumenti, esperienze

*Andrea Marescotti*

*Lunedì 14 luglio 2025, Cutigliano (PT)*



## Termini diversi, significati diversi?

- ❑ **Prodotto tipico / prodotto d'origine**: prodotto con qualità specifica dovuta al legame con un territorio definito (**indicazione geografica** = nome del prodotto tipico)
- ❑ **Tradizionale**: prodotto con una storia e una tradizione di produzione e di consumo in un luogo determinato, ma non necessariamente con una qualità particolare
- ❑ **Artigianale**: un metodo di produzione caratterizzato da competenze e manualità. In opposizione a “industriale”
- ❑ **Locale**: prodotto vicino al luogo di acquisto e di consumo. Prossimità geografica. Provenienza
- ❑ **Regionale**: prossimità geografica. Provenienza
- ❑ **Made in**: provenienza



## Confusione: filiera corta e km0, prodotti tipici

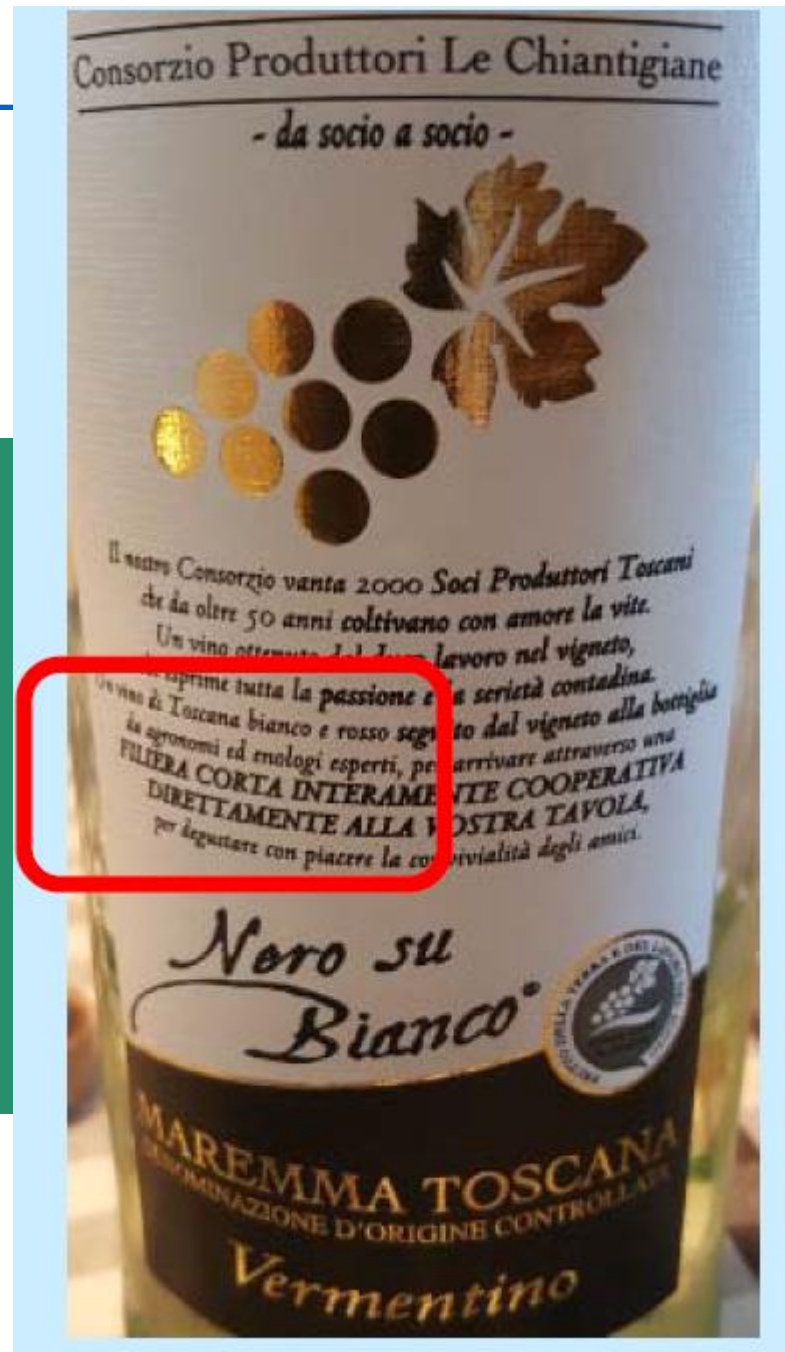


**Maggio all'insegna della Sostenibilità**

**Scopri i tanti prodotti  
del nostro territorio  
che abbiamo selezionato  
per te a maggio.**

**SCOPRI I PRODOTTI DEL TERRITORIO**

## Confusione:



## Confusione:



## Confusione:



## Oggetto di attenzione

### Valorizzazione collettiva

La valorizzazione dei prodotti locali consiste in un insieme coordinato di azioni orientato alla sostenibilità (economica, sociale, ambientale) basato su tre elementi essenziali:

- 1) Un sistema di regole condiviso tra i partecipanti
- 2) Un'organizzazione collettiva
- 3) Un sistema di controllo

---

# Prodotti tipici

## Legame col territorio...

### TRIPS Agreement (WTO), 1994, art.22.1

**TRIPS agreement** obbliga i paesi aderenti a fornire una protezione giuridica



*Geographical indications are, for the purposes of this Agreement, indications which identify a good as originating in the territory of a Member, or a region or locality in that territory, where a given **quality**, reputation or other characteristic of the good is essentially **attributable to its geographical origin***

Legame qualità-territorio

#### Risorse **Naturali**

(terreni, clima, vento, razze animali, varietà vegetali, umidità, ecc.)



#### Risorse **umane**

(know-how, abilità, tecniche tramandate a livello locale)



**Co-evoluzione** del prodotto con l'ambiente naturale e umano

## Interesse crescente in tutto il mondo

L'interesse per i prodotti tipici e le indicazioni geografiche sta crescendo in tutto il mondo.

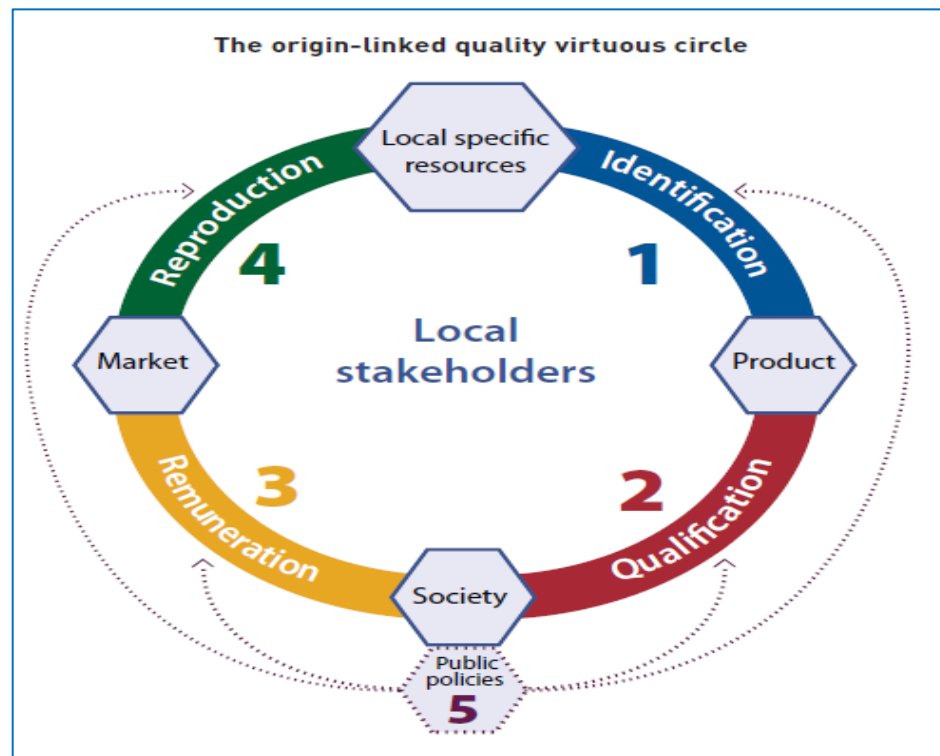
### CONSUMATORI

- ☐ Percepiti come **prodotti di alta qualità**
- ☐ Per i consumatori locali: riflettono la propria **identità** e cultura (più dei prodotti “locali”)
- ☐ Per i consumatori esterni: possono conoscere e “sentire” il luogo visitato, condividere la cultura della popolazione locale
- ☐ Stile di vita, **anti-modernismo** (ma non tutti i prodotti tipici sono “artigianali” e “tradizionali”)
- ☐ Riscoperta di antichi sapori: bisogno dei consumatori di diversificare e differenziare i consumi

### PRODUTTORI

- ☐ Possono permettere di **decommodificare** il mercato e fuggire dalla concorrenza di prezzo sui mercati (differenziazione)
- ☐ Sono spesso sostenuti da standard (disciplinari) predisposti in un processo **bottom-up** rispetto ad altri standard di qualità quali il biologico, il commercio equo, global-gap, ecc.
- ☐ Hanno il potenziale di prendere maggiormente in considerazione le specificità territoriali e (in teoria) gli effetti sulla **sostenibilità** sociale e ambientale

## Il circolo virtuoso della valorizzazione dei prodotti tipici



- ☐ DOP-IGP
- ☐ Marchio collettivo geografico
- ☐ PAT
- ☐ Presidio Slow Food

# DOP-IGP



2024/1143

23.4.2024

REGOLAMENTO (UE) 2024/1143 DEL PARLAMENTO EUROPEO E DEL CONSIGLIO

dell'11 aprile 2024

relativo alle indicazioni geografiche dei vini, delle bevande spiritose e dei prodotti agricoli, nonché alle specialità tradizionali garantite e alle indicazioni facoltative di qualità per i prodotti agricoli, che modifica i regolamenti (UE) n. 1308/2013, (UE) 2019/787 e (UE) 2019/1753 e che abroga il regolamento (UE) n. 1151/2012

# Definizioni DOP e IGP

## Articolo 46

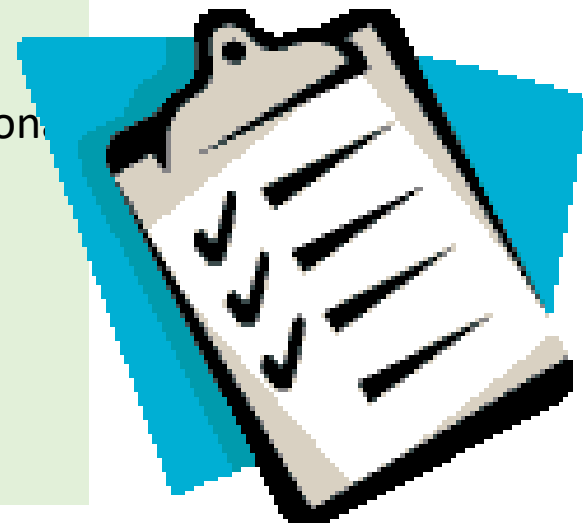
### Denominazioni di origine e indicazioni geografiche dei prodotti agricoli

1. La «denominazione di origine» di un prodotto agricolo è un nome che identifica un prodotto:
  - a) originario di un luogo, regione o, in casi eccezionali, di un paese determinati;
  - b) la cui qualità o le cui caratteristiche sono dovute essenzialmente o esclusivamente ad un particolare ambiente geografico e ai suoi fattori naturali e umani intrinseci; e
  - c) le cui fasi di produzione si svolgono nella zona geografica delimitata.
2. L'«indicazione geografica» di un prodotto agricolo è un nome che identifica un prodotto:
  - a) originario di un luogo, di una regione o di un paese determinati;
  - b) alla cui origine geografica sono essenzialmente attribuibili una data qualità, la reputazione o altre caratteristiche; e
  - c) la cui produzione si svolge, per almeno una delle sue fasi, nella zona geografica delimitata.

## Il disciplinare di produzione: contenuti

- ☐ il nome del prodotto e dell'indicazione geografica
- ☐ la descrizione del prodotto comprensiva delle materie prime, le principali caratteristiche fisiche, chimiche, microbiologiche e/o organolettiche
- ☐ la descrizione del processo produttivo
- ☐ la delimitazione della zona geografica di produzione
- ☐ gli elementi comprovanti l'origine del prodotto nella zona indicata
- ☐ gli elementi che giustificano il collegamento con l'ambiente geografico
- ☐ i riferimenti relativi alle strutture di controllo
- ☐ I dettagli relativi all'etichettatura

**Tutti i produttori che vogliono utilizzare la DOP o IGP possono farlo, posto che rispettino il Disciplinare di Produzione e si assoggettino al previsto regime di controllo.**



I controlli del rispetto del disciplinare sono effettuati sotto la responsabilità degli Stati Membri. Gli organismi di controllo possono essere sia pubblici che privati, e devono rispettare lo standard europeo EN 45011, che significa che questi organismi devono essere **professionali, di terza parte, imparziali**

2024/1143

23.4.2024

REGOLAMENTO (UE) 2024/1143 DEL PARLAMENTO EUROPEO E DEL CONSIGLIO

dell'11 aprile 2024

relativo alle indicazioni geografiche dei vini, delle bevande spiritose e dei prodotti agricoli, nonché alle specialità tradizionali garantite e alle indicazioni facoltative di qualità per i prodotti agricoli, che modifica i regolamenti (UE) n. 1308/2013, (UE) 2019/787 e (UE) 2019/1753 e che abroga il regolamento (UE) n. 1151/2012

## Perché una protezione?

**La protezione delle indicazioni geografiche è vista in Europa come “di pubblica utilità”**

- a) garantendo che i produttori che agiscono collettivamente dispongano dei poteri e delle responsabilità necessari per gestire l'indicazione geografica in questione, anche per rispondere alle esigenze della società, ad esempio per la salute e il benessere degli animali, rivolte a prodotti che sono il risultato di una produzione sostenibile nelle sue tre dimensioni di valore economico, ambientale e sociale, e per operare ed essere competitivi sul mercato;
- b) contribuendo a una concorrenza leale e generando valore aggiunto con l'obiettivo di condividere tale valore aggiunto lungo tutta la catena di commercializzazione, al fine di garantire una remunerazione equa per i produttori e la capacità di investire nella qualità, nella reputazione e nella sostenibilità dei loro prodotti, nonché contribuendo al conseguimento degli obiettivi della politica di sviluppo rurale sostenendo le attività agricole e di trasformazione, preservando il know-how e promuovendo specifici prodotti di qualità dovuti alla zona geografica in cui sono prodotti;
- c) garantendo che i consumatori ricevano informazioni affidabili e la garanzia necessaria circa l'origine, l'autenticità, la qualità, la reputazione e altre caratteristiche legate all'origine geografica o all'ambiente geografico di tali prodotti e possano identificarli facilmente sul mercato, anche nel commercio elettronico;
- d) garantendo una registrazione efficiente e agevole delle indicazioni geografiche che tenga conto dell'adeguata tutela dei diritti di proprietà intellettuale;
- e) garantendo controlli, tutela e immissione sul mercato efficaci in tutta l'Unione, anche nel commercio elettronico, assicurando in tal modo l'integrità del mercato interno; e
- f) contribuendo alla tutela efficace dei diritti di proprietà intellettuale relativi a tali prodotti nei mercati dei paesi terzi.

## DOP e IGP come beni comuni

La protezione delle indicazioni geografiche è vista in Europa co pubblica utilità"

**Ma l'indicazione geografica è anche un bene commune loale, appartenente ad una comunità (per quanto "mobile") di produttori e consumatori**

### RISORSE

Siccome la qualità è legata alle risorse locali specifiche (razze, varietà, conoscenza, ingredienti, ecc.), c'è un problema di gestione delle risorse comuni per tutelarle ed evitare che vengano distrutte o alterate



### INDICAZIONE GEOGRAFICA

La reputazione del prodotto deriva dal nome geografico (non da quello di singole imprese, che pure in qualche caso contribuiscono): le imprese sono dunque interdipendenti e c'è un problema di "sfruttamento" del bene commune "indicazione geografica"



Il comportamento economico di una singola impresa incide e condiziona tutte le altre

Necessità di coordinare il comportamento delle imprese con regole comuni (e controllo) e necessità di organizzazione e azione collettiva

## DOP e IGP come beni comuni

Nell'UE (e molti altri paesi) le indicazioni geografiche sono beni comuni e non possono pertanto (tranne eccezioni) essere registrate da singole imprese, né tantomeno essere di loro esclusiva proprietà (come invece ad esempio avviene per il marchio d'impresa).

### Prima della registrazione

La procedura per ottenere la protezione UE richiede la presenza di un'**associazione di produttori rappresentativa** per la presentazione della domanda. Dopo la presentazione della domanda prende avvio una (solitamente lunga) procedura.

In Italia c'è anche una "**adunanza pubblica**", organizzata dal Mipaaf, che ha luogo nel territorio di produzione, e tutti gli attori interessati (non solo i produttori) possono partecipare e discutere i contenuti della domanda, e anche opporsi per giustificati motivi. Poi la domanda è pubblicata sulla Gazzetta Ufficiale e dopo alcuni mesi senza opposizioni viene trasmessa alla Commissione UE dove la procedura viene ripetuta (vedi prima). Solo alla fine l'indicazione geografica è ufficialmente registrata e protetta.

### Dopo la registrazione

Ruolo particolare attribuito ai Gruppi di produttori (Consorzi di Tutela, Interprofession Bodies, Consejos Reguladores, Associations Interprofessionnelles, etc.) DOPO la registrazione della DOP o IGP (promozione, controlli sul mercato finale, assistenza tecnica e amministrativa, etc.)



## I consorzi di tutela

Sono organismi interprofessionali che raccolgono, su base di adesione volontaria, i produttori interessati alle varie fasi di realizzazione del prodotto protetto.

Il Consorzio di tutela **non può esercitare attività di controllo** (in quanto ciò non risponderebbe ai principi di autonomia e imparzialità stabiliti), ma può svolgere per il prodotto DOP/IGP un insieme di altre funzioni necessarie per la reale incisività della DOP/IGP:

- ☐ vigilanza e tutela del corretto uso del marchio;
- ☐ predisposizione di manuali di qualità per le imprese e assistenza tecnica alle imprese, al fine di agevolare il loro percorso di adeguamento alle disposizioni del Disciplinare;
- ☐ proposizione di eventuali modifiche e aggiornamenti del disciplinare, che dovranno comunque seguire lo stesso iter procedurale dell'istanza di riconoscimento;
- ☐ realizzazione di attività di autocontrollo (sul modello del sistema di qualità aziendale), utilizzando come riferimento la norma ISO9000;
- ☐ coordinamento delle attività produttive delle aziende aderenti;
- ☐ organizzazione di attività di diffusione della conoscenza di promozione commerciale collettiva dei prodotti, ripartendone i costi sui singoli associati.

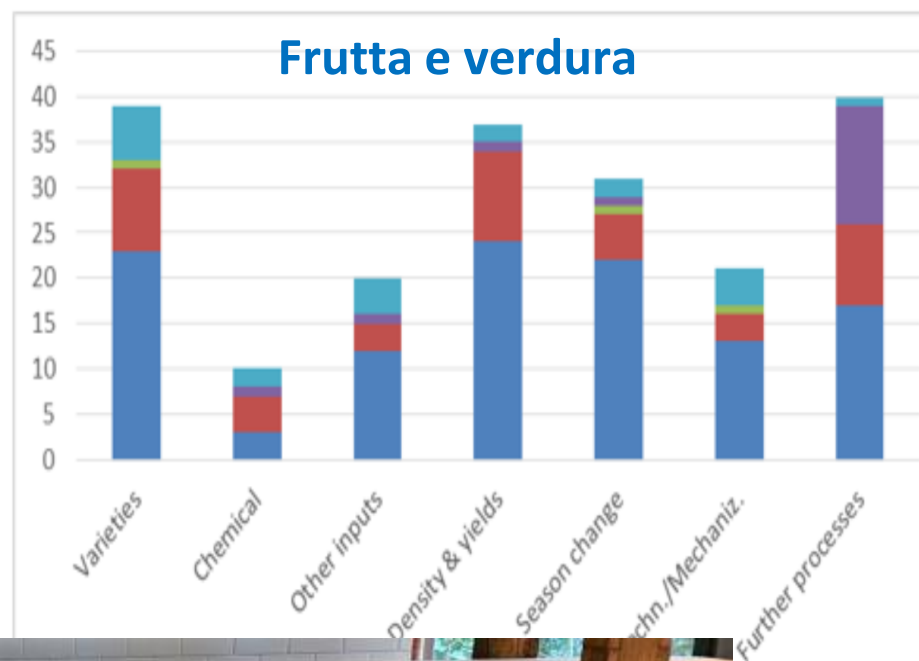
In funzione dello svolgimento delle attività di promozione del prodotto DOP/IGP, il Consorzio di tutela può registrare un **proprio marchio**, comprendente la denominazione di origine o l'indicazione geografica di provenienza, e concederlo in uso alle imprese sue aderenti per i prodotti rispondenti al disciplinare DOP/IGP.

## Altre interessanti caratteristiche... modifiche al disciplinare

- ❑ Prodotti tipici non sono prodotti immutabili
- ❑ Recente modifica: modifiche dell'Unione, nazionali, e temporanee

Table 2. Justifications mentioned in the amendment (number of amendments analyzed: 81).

Order of importance	First	
Categories	n.	%
Market	29	40.8%
Technology / research	13	18.3%
Policy / legal	2	2.8%
Environment	5	7.0%
Identity / quality	22	31.0%
<i>Total</i>	<i>71</i>	<i>100.0%</i>



## **Altre interessanti caratteristiche... la sostenibilità**

1. Un gruppo di produttori, o un gruppo di produttori riconosciuto, se tale gruppo esiste, può concordare pratiche sostenibili da rispettare nella produzione del prodotto designato da un'indicazione geografica o nello svolgimento di altre attività soggette a uno o più obblighi previsti dal disciplinare. Tali pratiche mirano ad applicare norme di sostenibilità più rigorose di quelle prescritte dal diritto dell'Unione o nazionale in termini di sostenibilità, ambientale, sociale o economica o di benessere degli animali.

- a) mitigazione dei cambiamenti climatici e adattamento agli stessi; uso sostenibile e protezione del paesaggio, delle acque e dei suoli; transizione verso un'economia circolare, compresa la riduzione degli sprechi alimentari; prevenzione e riduzione dell'inquinamento; e protezione e ripristino della biodiversità e degli ecosistemi;
- b) produzione di prodotti agricoli con modalità che riducano l'uso di pesticidi e gestiscano i rischi derivanti da tale uso, o che riducano il pericolo di resistenza antimicrobica nella produzione agricola;
- c) benessere degli animali;
- d) reddito equo per i produttori, diversificazione delle attività, promozione della produzione agricola locale e valorizzazione del tessuto rurale e dello sviluppo locale;
- e) mantenimento dell'occupazione nel settore agricolo attirando e sostenendo i giovani produttori e i nuovi produttori di prodotti che beneficino di un'indicazione geografica protetta;
- f) miglioramento delle condizioni di lavoro e di sicurezza delle attività agricole e di trasformazione.

## Utilizzo delle DOP/IGP e strategie

La richiesta di protezione di un'indicazione geografica (sia come DOP che come IGP) è normalmente l'esito di una discussione a livello locale sulle opportunità (soprattutto economiche) che l'ottenimento della registrazione può offrire sia alle singole imprese che al sistema socio-economico locale.

La decisione di procedere alla presentazione della domanda riflette il desiderio di raggiungere alcuni effetti positivi e sono inseribili nel quadro di strategie precise.

Possiamo distinguere, schematicamente, tra

- ❑ **strategia “difensiva”** (volta cioè soprattutto a proteggere l'uso del nome da usi scorretti e imitazioni)
- ❑ **strategia “offensiva”** (volta a costruire una reputazione tramite il riconoscimento comunitario) che ispira gli attori nella richiesta e gestione delle DOP e IGP

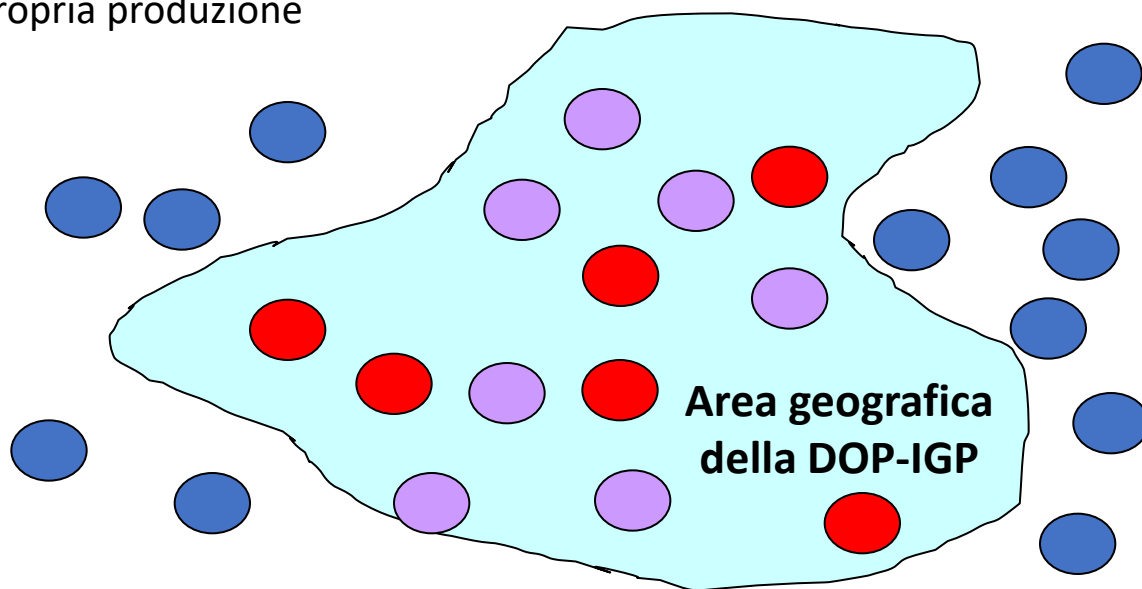
Inoltre possiamo distinguere tra:

- ❑ **strategia “di filiera”** (volta ad ottenere benefici economici per gli attori della filiera)
- ❑ **strategia “territoriale estesa”** (volta ad ottenere benefici anche per altri attori del sistema economico e sociale locale non appartenenti alla filiera)

## I problemi nella costruzione del disciplinare

Le regole del disciplinare generano **effetti di esclusione**

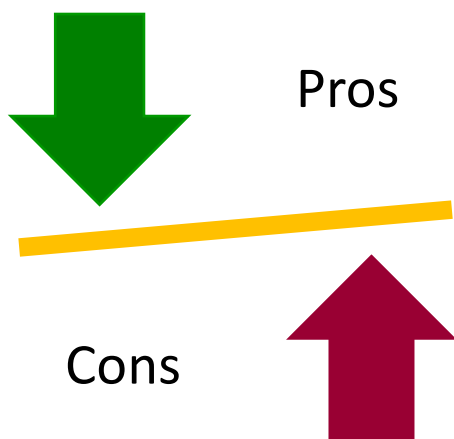
- Alcune imprese saranno escluse perché non localizzate nell'area definita
- Non tutte le imprese localizzate nell'area definita potranno o avranno interesse a utilizzare l'indicazione geografica protetta
- Le imprese che usano l'indicazione geografica protetta possono usarla solo per parte della propria produzione



## Costi e benefici, e altri effetti

Quali sono i costi e i benefici che le imprese e il Sistema locale possono trarre dall'utilizzo di una DOP o IGP?

Normalmente ci sono grandi aspettative al momento di procedere a chiedere la registrazione e protezione come DOP o IGP, che ha anche portato ad una corsa alla registrazione di molte indicazioni geografiche, come abbiamo visto dai dati.



Tuttavia ci sono numerosi casi in cui la registrazione non ha sortito effetti, o ne ha sortiti in misura molto inferior alle attese, addirittura provocando effetti negative sotto alcuni punti di vista.

Nonostante il crescente entusiasmo circa il potenziale della protezione delle indicazioni geografiche, gli effetti concreti raggiunti sembrano spesso deludenti o diversi dalle aspettative

## I costi delle DOP/IGP: una classificazione

### COSTI

- ❑ **Costi preliminari:** costi necessari per presentare la domanda di protezione (esperti per la stesura delle relazioni e del disciplinare, animazione rurale, incontri, etc.)
- ❑ **Costi diretti:** costi necessari per coprire le spese di controllo e certificazione dei prodotti. Variano in funzione dei contenuti del Disciplinare e del piano di controllo, della struttura del sistema produttivo, dell'efficienza dell'eventuale Consorzio di Tutela o associazione dei produttori, etc. Sistemi di tarifficazione diversi a seconda dell'organismo di controllo
- ❑ **Costi indiretti:** costi necessari per adattare le strutture e l'organizzazione dei processi produttivi e delle imprese alle richieste del Disciplinare di produzione. Per es. Nuovi impianti, costi per tenere separate le linee di produzione, prezzi più elevati delle materie prime. Altri costi indiretti possono essere sostenuti per costruire e gestire sistemi di controllo collettivo, come i Consorzi di Tutela
- ❑ **Costi di non conformità:** costi da sostenere per la parte di produzione che non raggiunge gli standard minimi richiesti dal disciplinare e perciò non possono essere venduti come DOP o IGP
- ❑ **Altri costi:** Attività promozionali necessarie per informare e sostenere la reputazione del prodotto (spesso di natura collettiva)



## I benefici delle DOP/IGP: una classificazione

### BENEFICI

- ❑ **Premio di prezzo:** qualità certificata e garantita al consumatore, ripulitura del mercato da falsi e confusioni terminologiche
- ❑ **Aumento delle vendite:** l'aumento della reputazione del nome può stimolare un aumento della domanda
- ❑ **Stabilizzazione delle relazioni commerciali:** il sistema di certificazione può aiutare a consolidare relazioni di filiera e canali di vendita soprattutto con la moderna distribuzione
- ❑ **Nuovi canali di mercato:** la qualificazione del prodotto può dare l'opportunità di aprire nuovi canali commerciali (esportazioni, mercati di nicchia, turismo)
- ❑ **Prodotti derivati:** la DOP/IGP può aiutare la commercializzazione di altri prodotti trasformati a base del prodotto DOP/IGP
- ❑ **Logica della qualità:** l'introduzione di sistemi di certificazione della qualità e di un sistema di controlli può aiutare le imprese a "modernizzare" i metodi di produzione e l'organizzazione del processo produttivo
- ❑ **Effetto "medaglia":** avere un prodotto DOP/IGP in assortimento può qualificare l'intera gamma dei prodotti e servizi offerti dalle imprese

## I problemi nella costruzione del disciplinare

### Disciplinari “leggeri”

Già prima del regolamento UE che ha istituito DOP e IGP la IG Pecorino Toscano e Prosciutto Toscano erano protette in Italia, ed avevano già acquisito una elevata reputazione sui mercati nazionali

Con la normativa UE, il disciplinare di produzione presentato dai produttori toscani aveva l'obiettivo di difendere la reputazione acquisita senza provocare eccessivi cambiamenti nel sistema produttivo.



### CONSEGUENZA

Le regole sono state scritte “descrivendo” il processo produttivo, e sono sufficientemente flessibili per permettere a tutti i caseifici di continuare a produrre come prima





# I problemi nella costruzione del disciplinare

## Disciplinari con differenziazione interna

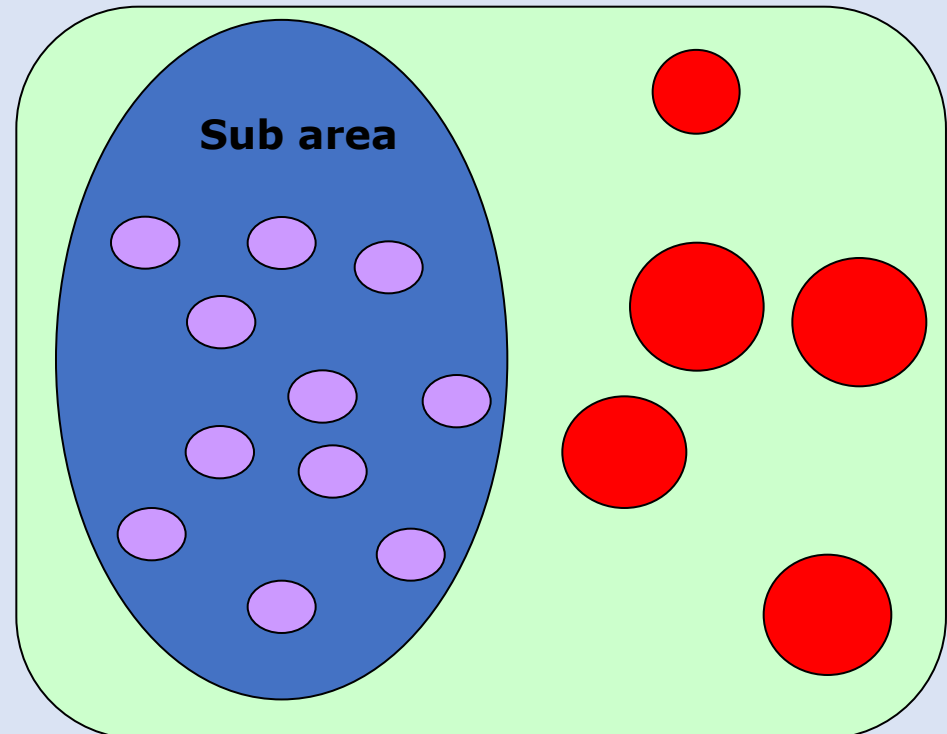
Il Fagiolo di Sorana IGP (Pistoia) è un prodotto di nicchia (< 80 quintali nel 2015) in una piccola valle.

### Elevata eterogeneità dei produttori:

- ❑ pochi grandi (relativamente) professionali, fagiolo di Sorana IGP rappresenta un'elevata percentuale del reddito totale (2000-3000 kg, 20-22 euro/kg)
- ❑ Piccoli produttori, spesso non professionali, che continuano a produrre il fagiolo per integrazione di reddito o per passione (200-400 kg).

Il disciplinare gestito dai piccoli produttori ubicati nell'area più reputata: "ostacoli" per prevenire fallimenti di mercato e riduzioni della qualità del prodotto

- ❑ Divieto di erbicidi chimici
- ❑ Bassa resa massima
- ❑ Sottozona per differenziare la qualità del prodotto (alta-media)





# I problemi nella costruzione del disciplinare

## Disciplinari con differenziazione interna

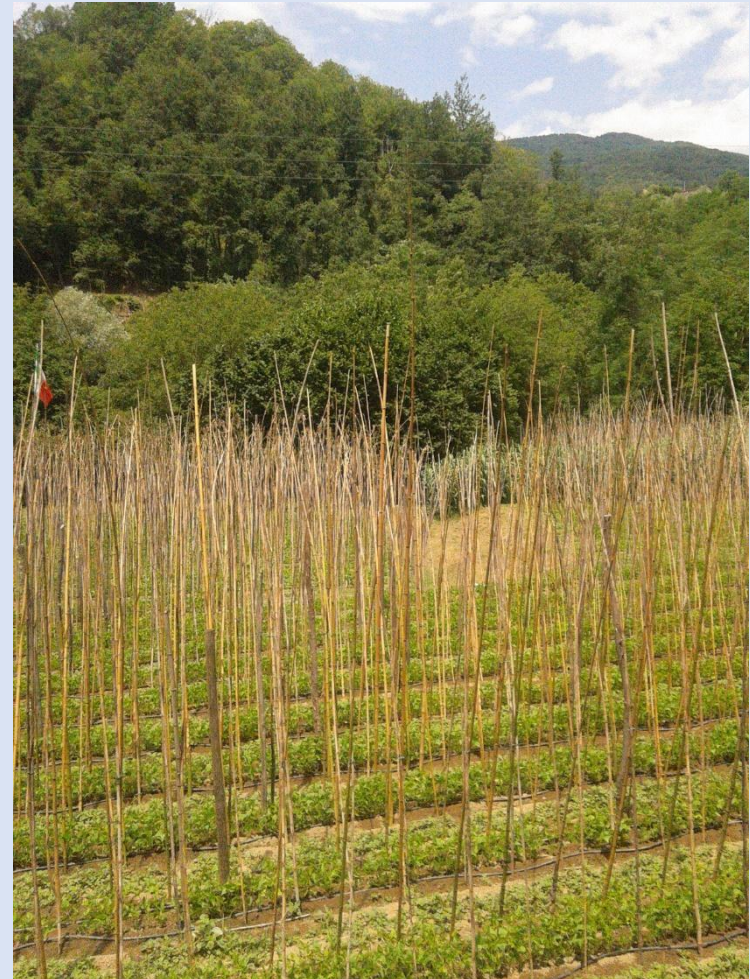
**Il livello di utilizzo dell'IGP da parte dei produttori agricoli è vicino al top del potenziale**

**I piccoli agricoltori** possono competere con i più grandi e usare l'IGP al suo massimo livello come numero di agricoltori.

Allo stesso tempo però il potenziale produttivo dell'intera area non è completamente utilizzato, e le aziende più grandi si lamentano delle regole del disciplinare

Questa situazione ha generato alcune reazioni da parte dei **grandi agricoltori**:

- ☐ Pressioni per aumentare la resa massima nel disciplinare
- ☐ Vendite del prodotto IGP a prezzi più bassi ai supermercati (conflitto sui prezzi)
- ☐ Attivazione di un presidio Slow Food per sottolineare la qualità elevata anche del proprio prodotto



## Effetti sul sistema produttivo locale

### ALTRI EFFETTI

- ✚ **Effetti di esclusione:** aspetto molto importante in tutti i sistemi DOP-IGP. Le imprese fuori dall'area di produzione identificata nel disciplinare, le imprese non in grado o non interessate a rispettare il disciplinare per motivi strutturali o di mercato, possono essere non in grado o non interessate a usare la DOP/IGP, e subire una dequalificazione della loro produzione
- ✚ **Coesione e azione collettiva:** : lo stesso processo di attivazione della procedura di registrazione può aiutare a unire e rendere più coeso il sistema produttivo e attivare azioni collettive a vari livelli. Dopo la registrazione, la DOP/IGP normalmente richiede la realizzazione di una qualche azione collettiva (in particolare azioni di promozione e tutela).
- ✚ DOP e IGP possono beneficiare di **interventi pubblici di sostegno** (promozione, costituzione di associazioni, sostegno ai costi di certificazione) disponibili attraverso la politica di sviluppo rurale e altre linee di intervento pubblico a livello locale
- ✚ **standardizzazione:** il disciplinare agisce come uno standard (eterodiretto) di qualità. E' fornita una informazione più precisa. Effetti sulla tradizionalità e sulla varietà dei prodotti/processi? Quali rapporti con la tutela della biodiversità animale e vegetale? Rischio di snaturare il prodotto per seguire le richieste dei mercati
- ✚ **Innovazione:** come tener conto delle innovazioni? Chi sono gli attori legittimati a cambiare il disciplinare? Fino a che punto è possibile cambiare il disciplinare?

## Mercato: canali commerciali

Data:  
domenica 07.07.2013

Modena  
Qui

Estratto da Pagina:  
15

VIGNOLA, TERRE DI CASTELLIE VALLE DEL PANARO

### Luci e ombre sulla ciliegia Igp: «Troppe varietà rimaste escluse»

*Le tipologie non protette restano le più vendute*

VIGNOLA - È ancora presto per tracciare un bilancio definitivo, ma già emergono le prime impressioni sul tema della ciliegia Igp, non solo a livello istituzionale visto che giovedì 4 luglio si è tenuto a Palazzo Madama un evento organizzato dal Consorzio della ciliegia della susina e del-



SUL MERCATO





## Effetti sul sistema produttivo locale

### ALTRI EFFETTI

- ✚ **Eterogeneità della reputazione delle imprese:** Quali sono gli effetti della DOP/IGP sulle strategie delle imprese quando i marchi di impresa sono molto noti e reputati?
- ✚ **Multifunzionalità:** fino a che punto il disciplinare tiene in considerazione le externalità positive o negative? Biodiversità, paesaggio, cultura...
- ✚ **Effetti di spillover** (al di fuori del sistema produttivo locale): la più elevata reputazione del nome geografico del prodotto può essere utilizzata da altri attori del sistema agro-alimentare e non solo per sostenere le proprie strategie di impresa e altre attività sociali, culturali etc. (agriturismo, ristoranti, ONG locali, pro-loco, etc.)
- ✚ **Espropriazione dei benefici:** pressioni per estendere l'areale di produzione o per un disciplinare più "inclusivo" e meno rigido, e potere delle grandi imprese del SAA di catturare l'extra-prezzo ottenibile dalle DOP/IGP (es. Strategie della GDO)

# MARCHI COLLETTIVI GEOGRAFICI

## Marchi collettivi geografici

Il Marchio Collettivo è un segno distintivo che serve a **contraddistinguere prodotti o servizi di più imprese per la loro specifica provenienza, natura o qualità, svolgendo una funzione di garanzia del prodotto o del servizio secondo un regolamento d'uso**, che deve essere depositato insieme alla domanda di registrazione.

I marchi collettivi sono marchi destinati ad essere **utilizzati da una pluralità di imprenditori diversi dal titolare che, generalmente, non lo utilizza**.

Il titolare può essere qualunque soggetto svolga la funzione di garantire l'origine, la natura o la qualità di determinati prodotti o servizi, e **nel regolamento d'uso devono essere previsti gli standard qualitativi previsti ed i relativi controlli**, nonché l'indicazione del soggetto deputato al controllo stesso.

Un marchio collettivo **può consistere in segni o indicazioni che nel commercio possono servire per designare la provenienza geografica dei prodotti o servizi**. Tuttavia, chiunque operi nella zona di riferimento potrà utilizzare la stessa denominazione geografica purché la utilizzi in modo conforme alla correttezza professionale.

## Marchi collettivi geografici



## **Marchi collettivi geografici**

### **I marchi di garanzia o certificazione**

I marchi di garanzia o certificazione sono un nuovo tipo di marchi, il cui scopo è **certificare** determinate caratteristiche dei prodotti e dei servizi (ad esempio la qualità), secondo un regolamento d'uso che deve essere depositato insieme alla domanda di registrazione.

Il titolare del marchio di certificazione può essere una persona fisica o giuridica, un'istituzione o autorità e organismi di diritto pubblico, ma non può gestire un'attività che comporti la fornitura di prodotti e servizi del tipo certificato.

Ha l'obbligo di **neutralità** in relazione agli interessi dei fabbricanti dei prodotti o dei fornitori dei servizi che certifica; può certificare i prodotti e i servizi che altri usano nelle rispettive attività, ma non può certificare i propri prodotti e servizi e utilizzare la certificazione egli stesso.

**Un marchio di garanzia o certificazione italiano può essere usato anche per certificare l'origine geografica di prodotti e servizi; tuttavia il Marchio di Certificazione Europeo non lo consente e il divieto riguarda sia il segno sia il regolamento d'uso.**

---

PAT  
PRODOTTI  
AGROALIMENTARI  
TRADIZIONALI

## I prodotti tradizionali (in Italia...)

Il Ministero dell'Agricoltura (MIPAF) ha previsto la possibilità di concedere alcune deroghe circa il rispetto delle norme igienico-sanitarie per i prodotti agro-alimentari *tradizionali*. Per tali prodotti infatti l'applicazione "alla lettera" della normativa igienico-sanitaria avrebbe comportato la perdita di attributi di qualità decisivi sia sotto il profilo gustativo/nutrizionale che sotto quello della presentazione, minacciando tra l'altro la sopravvivenza di numerose piccole imprese ubicate in aree rurali spesso marginali o svantaggiate.



I prodotti *tradizionali* sono definiti dal Decreto legislativo 173/98 del 30 aprile 1998, art.8 "Valorizzazione del patrimonio gastronomico" come "*quelli le cui metodiche di lavorazione, conservazione e stagionatura risultano consolidate nel tempo*".

Le Regioni sono state delegate a compilare elenchi regionali dei prodotti che rispondono ai requisiti di tradizionalità (escludendo dall'elenco i prodotti che hanno ottenuto una DOP o IGP ai sensi del Reg.CEE 2081/92), e in particolare sono state chiamate ad accertare che le metodiche di preparazione e di trasformazione siano praticate sul territorio in modo omogeneo, secondo regole tradizionali, protratte nel tempo per un periodo non inferiore ai 25 anni. Per ciascun prodotto per cui è stata presentata domanda di *tradizionalità* la Regione ha compilato un'apposita scheda.

## Prodotti «fuori legge»

Non sono tracciabili, ma tutti sanno da dove vengono. Non hanno una lista di ingredienti, ma tutti sanno che per farle basta acqua e farina. Bisogna trovare una soluzione, non una sanzione, per salvare una tradizione secolare

# The New York Times

INTERNATIONAL EDITION | TUESDAY, DECEMBER 10, 2019



ads  
igital  
on

Africa was in  
and Rwanda  
due to the  
on Trade  
an advocate  
sustainable  
rotating en-  
to economic

out Africa  
of what I  
I expected to  
— to feel a  
place very

could not

eting young  
is my pri-  
age of African  
ing their  
and dreams, I  
off 20 years  
and I was just  
of Africa  
ve found that  
relationship is  
easable ca-  
as it is in the  
States of

increasingly in  
China. The prudent  
thing for most Afri-  
cans to do is to get a  
stable, salaried job in the banking,  
energy or mining sectors. En-  
trepreneurship is for the hustlers—  
those who can't build down a traditional  
job and have to get creative and  
scrappy to make a living.

And yet I believe that Africa's future  
will be built by its entrepreneurs—by  
the hungry dreamers who view prob-  
lems as opportunities. Looking into the  
eyes of the young people I met in 2017,  
I saw the future heroes of Africa. And I



Angela Latorre, left, selling her homemade orecchiette pasta outside her home in Bari, Italy. Before pasta, many of the city's older women sold contraband cigarettes.

## U.S. cripples trade panel as disputes range widely

WASHINGTON

Vacancies at W.T.O. unit would hamstring a global referee at a disruptive time

BY ANA SWANSON

The United States has spent two years chipping away at the World Trade Organization, criticizing it as unfair, starving it of personnel and disregarding its authority as President Trump seeks to upend the global trade system.

This week, the Trump administration is expected to go one step further and effectively cripple the organization's system for enforcing its rules—even as Mr. Trump's widening trade war has thrown global commerce into disarray and another tariff increase on Chinese goods set for next weekend could send markets reeling.

Over the past two years, Washington has blocked the W.T.O. from appointing new members to a crucial panel that hears appeals in trade disputes. Only three members are left on the seven-member body, the minimum needed to hear a case, and two members' terms expire on Tuesday. With the administration blocking any new replacements, there will be no official resolution for many international trade disputes.

The loss of the world's primary scale referee could turn the typically deliberative process of resolving international disputes into a free-for-all, opening the door to an outbreak of tit-for-tat tariff wars.

It could also signal the demise of the 24-year-old World Trade Organization itself, since the system for settling disputes has long been its most effective part.

"The W.T.O. is facing its deepest crisis since its creation," Phil Hogan, the European trade commissioner, told members a year if all trade I'd have

## In Italy, a crime of pasta

ITALY DISPATCH  
BARI, ITALY

Somebody rattled out  
grandmothers who sell  
contraband orecchiette

They also inspired Dolce & Gabbana to film a cosmetics ad ("Pasta, Amore e Emotivener") in which Sylvester Stallone's adult daughters strut down the street in black negligees, dance with the grandmas and silt orecchiette through their fingers.

But local officials suspect that the pasta street, in the historical part of



[https://www.open.online/2019/12/10/sulla-prima-del-new-york-times-le-donne-di-bari-vecchia-il-crimine-della-pasta-il-caso-delle-orecchiette-illegali/?fbclid=IwAR1ISTJ5Mec\\_JjJdBgeuN3183-PvHydoTgPBXxAZvVMt0m4E8qiz8JZwGZM](https://www.open.online/2019/12/10/sulla-prima-del-new-york-times-le-donne-di-bari-vecchia-il-crimine-della-pasta-il-caso-delle-orecchiette-illegali/?fbclid=IwAR1ISTJ5Mec_JjJdBgeuN3183-PvHydoTgPBXxAZvVMt0m4E8qiz8JZwGZM)

---

PRESIDI SLOW FOOD



## Presidi Slow Food

Sono comunità di Slow Food che lavorano ogni giorno per salvare dall'estinzione razze autoctone, varietà di ortaggi e di frutta, pani, formaggi, salumi, dolci tradizionali... Si impegnano per tramandare tecniche di produzione e mestieri. Si prendono cura dell'ambiente. Valorizzano paesaggi, territori, culture.

Circa 600 Presidi coinvolgono contadini, artigiani, pastori, pescatori e viticoltori di 70 Paesi.

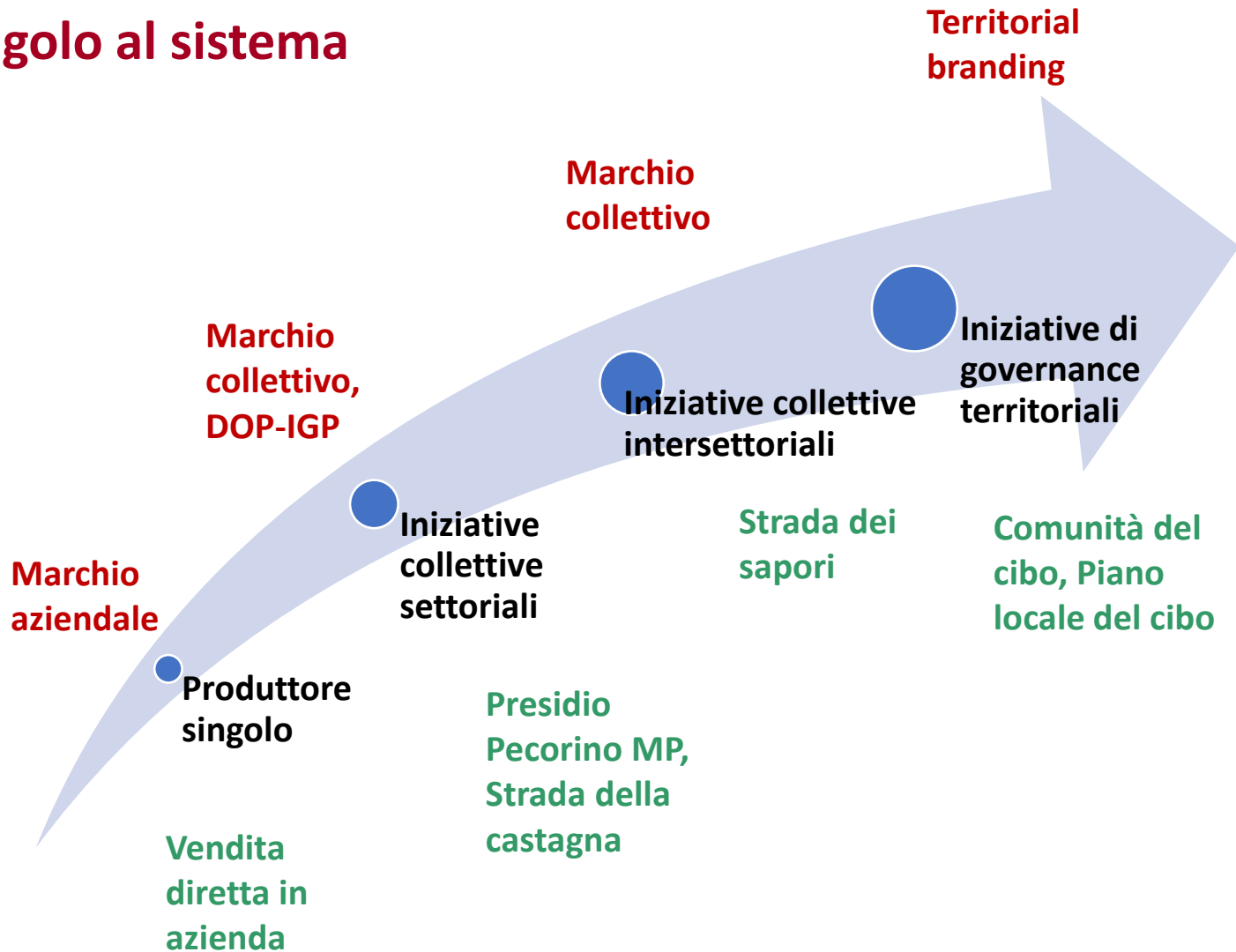
I Presidi intervengono per salvaguardare:

1. un prodotto tradizionale a rischio di estinzione (un trasformato, una varietà vegetale o una razza animale locale già segnalati sull'Arca del Gusto);
2. una tecnica o una pratica tradizionale in pericolo (di pesca, allevamento, trasformazione, coltivazione);
3. un paesaggio rurale o un ecosistema in pericolo.

Il disciplinare definisce con precisione l'area di produzione, documenta la storicità del prodotto e descrive in modo dettagliato tutte le fasi di coltivazione (o allevamento) e lavorazione. Rafforza la consapevolezza dei produttori che, spesso per la prima volta, si confrontano sulle tecniche di lavorazione e mettono per iscritto il proprio sapere e il proprio progetto.

# Messa a sistema

## Dal singolo al sistema



**Per iniziare...**

## Alcuni messaggi chiave

- ❑ Rafforzare l'approccio dal basso e coinvolgere gli stakeholder locali (animazione, informazione, partecipazione...)
- ❑ Supporto alle imprese locali per il rispetto delle regole comuni e l'inclusione di una diversità di stakeholders
- ❑ Sviluppare reti verticali e orizzontali, anche con attori esterni al territorio
- ❑ Reperire risorse per lo sviluppo di attività comuni
- ❑ Allineare gli strumenti di politica pubblica e creare sinergie tra i diversi programmi pubblici
- ❑ Importanza della governance (governance privata e pubblico/privata)
- ❑ ...

Eterogeneità vs omogeneità degli stakeholders

Importanza della valutazione (anche e forse soprattutto PRIMA di iniziare!)

Importanza della qualità delle persone