



consortium



SPECK ALTO ADIGE IGP

la comunicazione del Consorzio per un prodotto in crescita

BRUNELLO DI MONTALCINO DOP

una grande annata in risposta al Covid

SETTORE ITTICO ITALIANO

valorizzazione a partire dalle DOP IGP



25 & 26 NOVEMBER 2020

OPENING SPEECHES

DAY 1



25 & 26 NOVEMBER 2020

PANEL 2.1 CONTROLS, ENFORCEMENT: DNS & INTERNET

PANEL 2.2 – SUSTAINABILITY: ISSUES



PANEL 2.3—NON-AGRICULTURAL GIS: ISSUES

PANEL 2.4 - INCREASING ATTRACTIVENESS OF GIS: ISSUES



25 & 26 NOVEMBER 2020

PANEL 3.1 CONTROLS, ENFORCEMENT: POLICY ISSUES

PANEL 3.2 - IP PROTECTION OF GIS: CASE LAW DEVELOPMENTS



PANEL 3.3- EMPOWER PRODUCER GROUPS: ISSUES

PANEL 3.4 THE GLOBAL DIMENSION OF GIs



2021 ANNO DI SVOLTA PER LE IG

L'Italia è chiamata a fare la sua parte

Mauro Rosati -  @qualigeo

Direttore Editoriale Consortium



Si è conclusa a fine novembre 2020 la conferenza internazionale sulle Indicazioni Geografiche organizzata dalla DG Agri in collaborazione con la EUIPO della Commissione Europea (a fianco le infografiche riassuntive dell'evento). Esperti, decisori politici, funzionari della PA, operatori ed organizzazioni hanno dato vita ad un confronto di alto livello che ha confermato come oggi il settore agroalimentare di qualità si trovi al centro di un forte dibattito politico e normativo internazionale e in particolare come le Indicazioni Geografiche rappresentino il nucleo di questa discussione.

In questo contesto l'Italia, in quanto leader mondiale dei prodotti DOP e IGP, ha la responsabilità – politica ed economica – di far sentire la propria voce al fine di incidere significativamente sulle riforme in atto che segneranno il decennio a venire. Il momento di fare sistema è arrivato e l'Italia deve farsi trovare preparata.

Sul **piano internazionale** la Commissione Europea, con il prezioso supporto di oriGIn, sta lavorando alla negoziazione e ratifica di numerosi **accordi internazionali** e bilaterali sul riconoscimento reciproco e la tutela delle IG. Intensi negoziati si stanno svolgendo con partner potenzialmente strategici come Australia, Nuova Zelanda, Indonesia e Cile mentre sono in fase di ratifica accordi con partner economici strategici quali la Cina, il Canada, il Messico e il Mercosur. Desti particolare preoccupazione la guerra commerciale dei **dazi** fra Unione Europea verso Stati Uniti e Russia, nonché il destino ancora incerto legato all'esito dei negoziati sulla **Brexit**. Temi internazionali questi molto delicati in quanto i paesi interessati rappresentano i mercati principali dell'export italiano.

Sul **fronte europeo**, se possibile, le sfide e le opportunità sono ancora maggiori. Il complesso impianto architettonico messo in piedi dalla Commissione Europea con il cosiddetto **Green Deal** avrà, infatti, notevoli ricadute anche sulle IG. Si tratta di un programma di rilancio dell'economia europea in chiave sostenibile. Non a caso, il patto mira a raggiungere la neutralità climatica dell'UE entro il 2050. In linea con lo spirito che ispira gli **Obiettivi di Sviluppo Sostenibile** delle Nazioni Unite, il Green Deal traccia la via da seguire per il conseguimento di un'economia circolare, efficiente e sostenibile, senza trascurare il rafforzamento dei meccanismi che garantiscano a tutti i cittadini europei di vivere in una società inclusiva, giusta e prospera.

In questo contesto si inserisce la strategia **"Farm to Fork"** ("Dal produttore al consumatore", F2F) che costituisce, assieme alla Strategia sulla Biodiversità, una delle colonne portanti su cui si regge la "Green Architecture" europea. Il programma ha l'obiettivo di rendere, entro il 2030, il sistema alimentare dell'UE – già all'avanguardia dal punto di vista della sicurezza alimentare e della qualità – uno standard a livello globale anche in termini di sostenibilità. Per far ciò, il piano decennale si servirà di un approccio inclusivo, integrato e olistico che abbracci tutta la filiera alimentare, dall'agricoltore (o pescatore) fino alla tavola dei consumatori. Numerose sono le sfide che la strategia pone all'intero sistema delle IG, a partire dall'etichettatura semplificata del cd. **Nutriscore** per finire ai nuovi standard di sostenibilità ambientale, economica e sociale.

A fungere da collante fra la struttura portante e i due pilastri vi è la **riforma della nuova Politica Agricola Comune** (PAC) per il periodo 2021-2027, presentata dalla CE nel 2018. Seppur con un budget ancora da approvare (ma attualmente inferiore rispetto a quello precedente), la futura PAC si pone come volano per l'implementazione delle misure previste dalla strategia F2F ed il conseguimento degli obiettivi posti dal Green Deal, grazie ai suoi nuovi nove obiettivi che dovranno essere implementati a livello nazionale attraverso i Piani Strategici (cosiddetti Delivery Model) in cui sarà necessario inserire misure strategiche atte a potenziare ed innovare il comparto delle DOP IGP italiane.

Ma non finisce qui. In questo momento a Bruxelles si sta discutendo anche della **riforma sull'intero sistema IG** europeo, abbracciando una nuova frontiera: quella delle **IG non-agroalimentari**. Appare chiaro che le ricadute sull'intero comparto sono enormi. Ma enormi sono anche le possibilità di consolidare ed affermare i prodotti italiani DOP e IGP in nuovi contesti, come, ad esempio, quello della sostenibilità anche ambientale e nutrizionale dei prodotti o di una tutela più incisiva per il commercio online delle Indicazioni Geografiche.

Alla luce di quanto detto, a **livello nazionale** è necessario intraprendere nuove attività, a partire proprio dalla ripartenza postpandemica, per passare dal **Testo Unico** sui Consorzi di tutela, dal **rilancio del made in Italy**, dalla diffusione e la conoscenza dei prodotti DOP IGP, (nonché dei loro pregi e qualità) presso una fetta più ampia di consumatori, senza dimenticare lo sviluppo di **accordi di filiera** che coinvolgano strategicamente la GDO. Servono anche attività di formazione dei produttori e supporto alle IG del Meridione in modo che i Consorzi di tutela possano strutturarsi in un modo più efficace ed ottenere maggiore visibilità e peso specifico nei mercati.

L'orizzonte verso nuove frontiere è già tracciato e costituisce un treno che né l'Italia né il comparto delle eccellenze agroalimentari italiane possono perdere. Insomma, il futuro è già qui. Siamo pronti ad assumercene la responsabilità?



consortium

Tutela e valorizzazione delle Indicazioni Geografiche Italiane

Anno III - N. 9 ottobre - dicembre 2020
ISSN 2611-8440 cartaceo - ISSN 2611-7630 online

Rivista trimestrale a carattere scientifico
Iscritta nel Registro della Stampa del Tribunale di Roma al n. 111 del 27/6/2018

Direttore responsabile: Mauro Rosati

Proprietario ed editore:



Libreria dello Stato
IPZS S.p.A.

Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato S.p.A.
Via Salaria 691, 00138 Roma
www.ipzs.it



Ideazione e progettazione grafica:



Fondazione Qualivita
Via Fontebranda 69 - 53100 Siena
www.qualivita.it - www.qualigeo.eu



Chiuso in redazione Dicembre 2020

Stampa a cura
dell'Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato S.p.A.
Sede legale e operativa: Via Salaria, 691 - 00138 Roma

Vai al sito della rivista - www.qualivita.it/consortium



© 2020 Riproduzione riservata
Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato S.p.A. - Libreria dello Stato
I diritti di traduzione, adattamento, riproduzione con qualsiasi procedimento,
della presente opera o di parti della stessa, sono riservati per tutti i Paesi.

Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato - Libreria dello Stato

L'Editore, ai sensi dell'art. 13 del Regolamento UE 2016/679 (GDPR), in qualità di Titolare del trattamento dati, informa che i dati personali forniti sono necessari e saranno trattati per le finalità connesse agli adempimenti dei rapporti contrattuali. Il cliente gode dei diritti di cui agli artt. 15, 16, 17, 18, 20 e 21 del GDPR e potrà esercitarli inviando raccomandata a.r. al Data Protection Officer (DPO) Via Salaria 691 - 00138 Roma, o e-mail all'indirizzo privacy@ipzs.it o utilizzando il modulo disponibile sul sito www.garanteprivacy.it.

L'informativa completa è disponibile su https://www.ipzs.it/docs/public/informativa_clienti.pdf

Sommario

Speciale - CALABRIA
Intervista a Gianluca Gallo
Assessore Regionale Agricoltura **04**

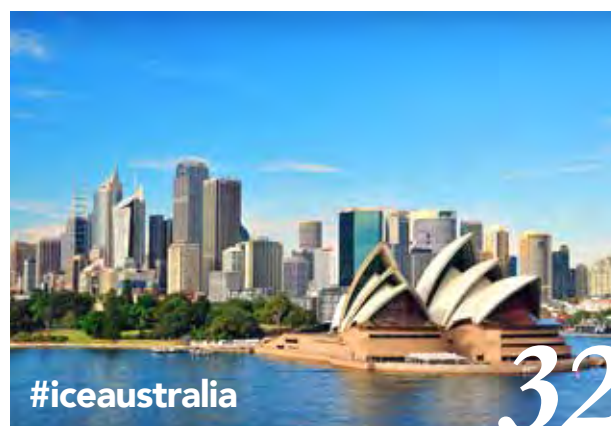
Consorzio Tutela
Speck Alto Adige **06**

Consorzio del Vino
Brunello di Montalcino **10**

Settore ittico
DOP IGP **14**

Comando Carabinieri per
la Tutela Agroalimentare
a supporto delle IG **22**

Barbera d'Asti DOCG
Il valore di un vino
e di un territorio **26**





Origin Italia - Assemblea 2020
Consorzi di tutela e GDO
insieme al tavolo del Mipaaf **29**

Grand Tour d'Italia -
Mozzarella di Bufala Campana DOP
e Pasta di Gragnano IGP **44**

Mercati internazionali
Italia - Australia, la bilancia
commerciale è positiva **32**

"NutriInform Battery",
la risposta italiana al "Nutri-score" **46**

FOCUS - Tutela IG
Canada: la procedura di
registrazione delle IG **35**

Osservatorio Qualivita
Sistema IG **50**

I capolavori DOP IGP -
L'Italia riparte dalla
cultura agroalimentare **38**

Osservatorio Qualivita
Nuove IG **52**

IPZS
Il francobollo dedicato al
Cioccolato di Modica IGP **40**

Osservatorio Qualivita
Normativa IG **54**

Buone Pratiche
Tracciabilità della filiera
suinicola DOP **42**



Il futuro dell'agricoltura calabrese passa dalle IG e dal Bio



REGIONE CALABRIA

Intervista a Gianluca Gallo, Assessore all'Agricoltura e Risorse agroalimentari della Regione Calabria, sull'impegno di un territorio che crede nell'agricoltura di qualità, bio e sostenibile e dice no al glifosato

La Calabria possiede un ricchissimo e prezioso patrimonio di biodiversità e uno straordinario paniere composto da 38 prodotti agroalimentari e vitivinicoli registrati, a cui si sommano le 3 STG nazionali e 2 registrazioni Spirits. Di questi, 19 prodotti appartengono al comparto Food e altrettanti a quello Wine. La particolarità del clima e del terreno, danno vita in Calabria, a una varietà di prodotti, alcuni unici al mondo, che pongono la regione come uno dei grandi simboli del ricco patrimonio agroalimentare nazionale.

Assessore Gallo, come hanno reagito i settori agroalimentare e vitivinicolo calabresi alla pandemia? Quali sono stati i comparti più colpiti? Quali non hanno sofferto?

Su indicazione delle associazioni agricole, abbiamo dichiarato lo stato di crisi per 4 comparti: florovivaistico, agriturismo, vitivinicolo e lattiero caseario. I primi di ottobre abbiamo attivato il bando della Misura 21, detta Misura Covid che dovrà ristorare le perdite di questo settore, aziende e imprenditori. La Calabria, stanziando 21 milioni di euro, è la seconda regione in Italia come impegno di risorse nel settore; è questa la nostra risposta. Abbiamo avuto critiche dai comparti olivicolo e agrumicolo che si sono sentiti esclusi dai provvedimenti, ma durante il fermo del lockdown questi settori non erano in produzione. La risposta della regione ha voluto aiutare chi in quella fase ha subito gli effetti della chiusura.

Il paniere agroalimentare e vitivinicolo DOP IGP calabrese conta 38 prodotti registrati, solo 1700 operatori, è la sedicesima regione per impatto economico a livello nazionale. Quale sarà la sua politica per sviluppare il settore delle Indicazioni Geografiche?

Il Covid è una grande tragedia ancora non quantificabile. Nella prima fase post lockdown, durante la stagione estiva, quando la situazione appariva più tranquilla, la Calabria è stata fra le Regioni preferite come meta turistica degli italiani, siamo saliti al 5°

posto come gradimento; l'enogastonomia, in quel periodo ha avuto

un buon recupero. I prodotti DOP e IGP negli ultimi anni,

hanno avuto un aumento

di gradimento da parte del consumatore. La Calabria, grazie a scelte

fatte da anni, oggi è la terra con maggior

superficie agricola a biologico d'Italia e

la sesta in Europa; questa è una caratteristica importante che

dobbiamo rilanciare. Anche le DOP IGP

possono essere bio, i produttori dicono che le

produzioni bio non sono abbastanza remunerative, i

ricavi non sono pari ai costi e i nostri aiuti non sono sufficienti

a far recuperare gli spazi economici perduti. Ma noi ci crediamo, miglioreremo l'offerta e cercheremo mercati più attenti ai

prodotti biologici.

Quanto è curato l'aspetto della comunicazione dalle produzioni certificate calabresi? Esiste un brand per l'agroalimentare calabrese?

WINE
19 prodotti
24 milioni €
valore alla produzione

38 prodotti
46 mln €
valore alla produzione

FOOD
19 prodotti
22 milioni €
valore alla produzione

Fonte: XVIII Rapporto Ismea-Qualivita



Gianluca Gallo,
Assessore Regionale
all'Agricoltura



C'è chi lavora bene e chi deve ancora fare molto, purtroppo la Calabria non ha ancora un brand che travalichi il nostro confine. Il Consorzio Patata della Sila è un esempio positivo; sono per lo più giovani imprenditori con un approccio moderno, tecnologico e molta attenzione verso la comunicazione. Sono in continua espansione e rappresentano un esempio di buona comunicazione. Partendo dal riconoscimento IGP, hanno sviluppato un percorso che prevede anche la produzione biologica. Un forte marcatore identitario della nostra Regione è la scelta di proibire l'uso del glifosato¹, il dannosissimo diserbante della Bayer, catalogato dalla Iarc – l'Agenzia per la ricerca sul cancro dell'OMS- tra le sostanze potenzialmente cancerogene.

Con 160 mila ettari coltivati, il comparto olivicolo rappresenta la superficie agricola più estesa in Calabria. Un settore non ancora adeguatamente valorizzato.

Assessore, lei recentemente ha partecipato alla presentazione del Consorzio di tutela dei Fichi di Cosenza DOP. Quali saranno le linee guida dei nuovi PSR per costruire una rete solida di consorzi di tutela che abbiano la possibilità concreta di sostenere le imprese del settore?

Nei prossimi anni il PSR andrà semplificato, 20 misure sono troppe. Dovremo puntare su bandi settoriali e sulla cooperazione. I costi di promozione e di studio sono elevati per i singoli, ma possibili per i Consorzi. Vogliamo essere una regione green, diversa dal passato, con attenzione per la tutela del proprio ambiente e accogliente.

Quale sarà la sua politica a sostegno delle denominazioni del vino?

Continueremo a investire. Nei mesi del lockdown abbiamo cercato di tutelare le nostre aziende e le cantine, abbiamo autorizzato la vendemmia verde selettiva². Noi, come la Sicilia, abbiamo scelto di tutelare i vini IGP, più che le DOP. Siamo consapevoli che serva una maggiore organizzazione, anche qui è strategica la

promozione; nei prossimi mesi inizierà una politica di promozione condivisa da tre Consorzi calabresi, che punterà sui nostri rossi, forti e corposi.

In Calabria ci sono prodotti unici e riconosciuti nel mondo che non riescono a trovare una collocazione adeguata sul mercato internazionale come la Liquirizia di Calabria DOP, il Bergamotto di Reggio Calabria - Olio Essenziale DOP e altri come la Nduja che ancora deve essere registrata. Come sviluppare questi prodotti con potenziale inespresso?

Per sostenerli serve un PSR semplificato: siamo convinti che la promozione del territorio passi attraverso la promozione dei prodotti. Per questo, secondo linee guida ben presenti nel programma della compianta Presidente Santelli, proprio alla promozione di marchi e prodotti erano riservati un'attenzione, uno spazio e investimenti rilevanti. Perseguiamo questi obiettivi a partire dalle eccellenze del territorio. Ne cito alcune, solo come esempio: le Clementine di Calabria IGP, il Bergamotto di Reggio Calabria - Olio Essenziale DOP, il Fichi di Cosenza DOP.

1. La Regione Calabria nei Disciplinari di Produzione Integrata delle infestanti e pratiche agronomiche, a partire dal 2016 ha eliminato il "glifosato" e l'agricoltura calabrese si è qualificata sui mercati con produzioni "glyphosate zero" e, confermando alti standard qualitativi, si è resa garante della sicurezza alimentare. Questo ha inciso notevolmente sulla valorizzazione delle produzioni calabresi.

2. Un contributo a sostegno della mancata raccolta, che prevede la distruzione dei grappoli ancora non giunti a maturazione. Un indennizzo inserito nella nuova revisione del bando Ocm 2019 – 2020 per far fronte ai risvolti dettati dall'emergenza Covid-19.



UNIONE EUROPEA
«Fondo Europeo Agricolo per lo sviluppo rurale»
«Fondo Investimenti nelle zone rurali»



MINISTERO DELLE POLITICHE AGRICOLE
ALIMENTARI E FORESTALI



REGIONE CALABRIA



PSR 2014
2020
CALABRIA

Per approfondire

www.regione.calabria.it/website/organizzazione/dipartimento8/
www.calabriapsr.it

Lo Speck Alto Adige IGP sempre più presente sulle tavole italiane

*Obiettivo primario del Consorzio
in Italia è far diventare lo Speck
Alto Adige IGP un prodotto di
consumo quotidiano, adatto a ogni
occasione*



Il presidente del Consorzio Windegger: “La comunicazione è importante, lavoriamo con radio e social”.

a cura della redazione

È dal 1992 che il Consorzio Tutela Speck Alto Adige, riunisce produttori grandi e piccoli, con l'obiettivo di proteggere e promuovere la qualità del prodotto IGP. Nel 1996 lo Speck Alto Adige ottenne dall'UE il riconoscimento della denominazione a “Indicazione Geografica Protetta” e nel 2003, il Consorzio Tutela venne autorizzato ufficialmente dal Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali a rappresentare gli interessi dei produttori di Speck Alto Adige IGP. Tra le attività di competenza del Consorzio rientrano la definizione dei criteri di qualità per l'intero processo produttivo; la salvaguardia del marchio attraverso un attento monitoraggio del mercato; la gestione di tutta l'attività di comunicazione e promozione per raccontare il valore aggiunto e promuovere gli elementi di differenziazione dello Speck Alto Adige IGP. Il Consorzio attualmente riunisce 27 soci selezionati che si sentono una famiglia e si dedicano con grande serietà alla ricerca di continue migliorie negli ingredienti, mantenendo sempre il rispetto per l'antica ricetta, tramandata di generazione in generazione, da oltre cento anni.

Consorzio ha incontrato i nuovi vertici del Consorzio di tutela: il nuovo presidente Günter Windegger - subentrato ad Andrea Moser - e Martin Knoll, membro della direzione del Consorzio.

Martin Knoll, quali sono le principali strategie di comunicazione per promuovere lo Speck Alto Adige IGP?

Per tutto il 2020, lo Speck Alto Adige è stato protagonista della campagna nazionale radiofonica e online “In realtà è Speck Alto Adige IGP”. Obiettivo della campagna era far conoscere questa eccellenza ai consumatori di tutta Italia, posizionando lo Speck Alto Adige IGP come prodotto pregiato di qualità, con tutte le sue caratteristiche distintive. Quest'anno la campagna radiofonica è stata supportata da ampie attività digital per assicurare al prodotto Speck Alto Adige visibilità verso il nostro consumatore.

Quali misure possono sostenere il mondo dei salumi italiani certificati e dello Speck Alto Adige IGP?

Servono delle misure di promozione di tutti prodotti DOP e IGP, sia in Italia che all'estero. Queste misure devono includere la promozione del turismo enogastronomico che rappresenta un pilastro forte del no-



*Martin Knoll,
membro della direzione del Consorzio*



*Günther Windegger,
presidente del Consorzio*

stro sistema. A breve termine ci auguriamo di poter stabilizzare i mercati con misure come il fondo indigenti.

Presidente Windegger, qual è stato l'andamento recente del prodotto in GDO?

Lo Speck Alto Adige IGP è disponibile in vari formati: intero, tranci, affettato, sticks, cubetti, ecc. Questa versatilità è particolarmente apprezzata dal consumatore e dalla GDO perché propone un'ampia scelta di prodotto; è interessante sottolineare il fatto che alcuni formati hanno raggiunto performance più soddisfacenti di altri anche nei tempi del Covid-19. Naturalmente, abbiamo notato un calo drammatico nei canali gastronomia e dettaglio, che abbiamo affrontato e cercato di compensare con la stretta collaborazione della GDO che, tranne il banco taglio, ha lavorato bene con lo Speck Alto Adige IGP. Nel nostro mercato principale per l'export, la Germania, le vendite dell'ultimo periodo sono molto simili a quelle italiane.

In generale, quali sono i piani di sviluppo del Consorzio?

L'obiettivo che ci poniamo è di portare la qualità dello Speck Alto Adige IGP sulle tavole di tutti gli italiani, facendolo diventare un prodotto di consumo quotidiano adatto a ogni occasione: dalla merenda altoatesina all'aperitivo con gli amici, dalle ricette tradizionali a quelle pensate per gli sportivi e per tutte le persone attente alla salute. Proprio in questa direzione si inseriscono i nostri progetti di sviluppo e le prossime attività di comunicazione. Saranno questi interventi ad affiancarsi alla storica mission che da sempre contraddistingue il Consorzio: valorizzare lo Speck Alto Adige IGP mantenendo una crescita sostenibile del prodotto e aumentare la visibilità dell'Indicazione Geografica Protetta riconosciuta dalla UE nel 1996.





Consorzio Tutela Speck Alto Adige
Via Portici, 71
39100 Bolzano (BZ)
www.speck.it
info@speck.it



L'associazione conosciuta come "Consorzio Tutela Speck Alto Adige", fu costituita nel 1992 da parte di 17 produttori presso la Camera di Commercio di Bolzano. La crescita non si fece attendere. Nel 1996 infatti lo Speck Alto Adige ottenne dall'UE il riconoscimento della denominazione "Indicazione Geografica Protetta". Nel 2003, il Consorzio Tutela Speck Alto Adige venne autorizzato ufficialmente dal Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali a rappresentare gli interessi dei produttori di speck,

ai sensi della legge 526/99. Oggi il Consorzio tutela gli interessi di 27 produttori di speck altoatesini. Tra le attività di competenza del Consorzio Tutela Speck Alto Adige, rivestono un ruolo centrale la politica di qualità, la tutela del marchio e le iniziative promozionali, che sono regolamentate da linee guida dell'UE (Reg. 510/2006), dello Stato (Legge 526/99) e della Provincia Autonoma di Bolzano. L'obiettivo principale del consorzio è tutelare la qualità dello Speck Alto Adige IGP e rafforzare sempre di più la fiducia dei consumatori.

Speck Alto Adige IGP - I principali numeri del Consorzio



2003

Anno costituzione
del Consorzio



27

Numero soci
Consorzio di tutela



2.932.519 baffe

Produzione certificata 2019
equivalenti a ca. 13.200
tonnellate di prodotto



170 mln €

Valore alla
produzione 2019



33%

Quota export 2019
destinato in 10 Paesi

Fonte: Consorzio di tutela

Rafforzare la comunicazione per crescere

Da novembre lo Speck Alto Adige IGP è tornato protagonista in radio con lo spot "In realtà è Speck Alto Adige IGP". La campagna nazionale radiofonica, avviata per la prima

volta l'anno scorso – che ha fatto vincere al Consorzio il premio Salumi & Consumi Award per la categoria miglior spot radio – vuole raggiungere il grande pubblico per far conoscere le caratteristiche semplici e naturali dello Speck Alto Adige IGP. L'obiettivo principale della

strategia di comunicazione è quello di sviluppare il segmento dello Speck Alto Adige IGP attraverso l'aumento degli acquirenti del prodotto e l'incremento della frequenza di acquisto da parte dei consumatori attuali.



Brunello di Montalcino DOP: il Consorzio riparte dal suo vino simbolo



*Sostegno alle imprese, salvaguardia del
valore, piano di promozione le parole
d'ordine del Consorzio per ripartire
dall'emergenza sanitaria*

Il presidente Bindocci: “Piegati ma non sconfitti dal Covid, grazie a una grande annata”

a cura della redazione

Oltre 200 soci, per più di 4.300 ettari di vigneto e un anniversario importante da festeggiare, quello del Brunello di Montalcino, vino icona del made in Italy nel mondo, che quest'anno compie 40 anni dall'approvazione della DOCG. È l'istantanea del Consorzio del Vino Brunello di Montalcino, nato nel 1967 e che oggi tutela quattro dei sette vini DOP del territorio, primo tra tutti il Brunello di Montalcino DOP (di cui il Consorzio rappresenta il 98,2% della produzione), seguito dalle DOP Rosso di Montalcino, Moscadello di Montalcino e Sant'Antimo. Da giugno 2019 la presidenza dell'ente consortile è affidata a Fabrizio

Bindocci, oggi affiancato da Michele Fontana alla direzione e da un Consiglio di Amministrazione composto da 15 membri in rappresentanza di viticoltori, vinificatori e imbottiglieri.

Presidente Bindocci, al suo ultimo mandato si è trovato a fare i conti con una delle situazioni più critiche mai attraversate dal settore dal secondo dopoguerra a oggi. Come avete affrontato il periodo del lockdown?

Con le maniche rimboccate e senza lasciarsi prendere dallo sconforto. Del resto, la campagna non si ferma e le vigne hanno bisogno di continue cure, per cui anche in lockdown abbiamo continuato a lavorare, seppur con le dovute misure di sicurezza, sia nei campi che in cantina. Il blocco dell'Horeca ha messo tutti in difficoltà e a pesare è stato soprattutto quello degli Stati Uniti, nostro principale mercato di sbocco con un'incidenza del 30% sulle esportazioni globali, anche se in parte abbiamo avuto fortuna. Infatti, quando Trump ha iniziato a

minacciare dazi tra dicembre 2019 e gennaio 2020 c'è stato un aumento degli ordini. A favorirlo anche le qualità dell'annata 2015, appena uscita sul mercato con giudizi eccellenti da parte della critica di settore nazionale e internazionale.

Come si è mosso il Consorzio sul fronte della promozione?

Dal punto di vista della promozione abbiamo cercato innanzitutto di mantenere alto il brand del Brunello e di Montalcino e di rimodulare i nostri investimenti in comunicazione e pubblicità in base alla situazione. In particolare ci siamo concentrati sui canali digitali, sia nazionali che internazionali, per arrivare dove non possiamo approdare con gli eventi come di consueto. All'estero poi si sono mossi anche i nostri importatori e distributori con campagne online rivolte ai clienti. È chiaro che nel prossimo futuro ci sarà bisogno di campagne istituzionali forti, legate al brand enologico italiano e toscano, per riprendere il cammino sui mercati internazionali.



Fabrizio Bindocci, presidente del Consorzio Brunello di Montalcino



Contraffazione e reputazione, Bindocci: "necessario valutare azioni legali e infittire le maglie sul web".

"Non possiamo permettere che una goccia di vino contraffatto possa danneggiare la storia, la reputazione e il lavoro espressi in milioni di bottiglie del nostro vino di punta. Valuteremo se costituirci parte civile a tutela della nostra Denominazione, delle imprese del vino e dei consumatori". È il commento di Fabrizio Bindocci, presidente del Consorzio del vino Brunello di Montalcino, contro un traffico di vini toscani pregiati contraffatti, emerso nei primi giorni del novembre 2020 grazie all'operazione risolutiva dei Nas di Firenze. "Queste azioni illegali oggi sono ancora più odiose e vigliache vista la congiuntura che stiamo vivendo; il marchio consortile è registrato in circa 90 Paesi del mondo, ciò al fine di garantire ai consorziati un ulteriore scudo alla protezione già comunque accordata dal riconoscimento della Denominazione di Origine Protetta "Brunello di Montalcino". L'attività di lotta al sounding e alla contraffazione è totale e in costante evoluzione e mai come oggi la battaglia si svolge sui canali online. "Proprio sul web – ha aggiunto – dovremmo infittire le maglie come sistema Paese, opponendo processi di controllo sempre più innovativi a tutela e salvaguardia non solo del nostro vino ma anche di tutti i campioni del made in Italy".

E per quanto riguarda il turismo, com'è andata la stagione estiva?

Quest'anno sono stati tantissimi gli italiani che hanno scelto Montalcino come meta per le loro vacanze mentre, come ci si aspettava, sono mancate la maggior parte delle presenze estere, e questo ha rappresentato indubbiamente una difficoltà in un territorio che ogni anno conta ospiti stranieri nei 2/3 dei casi. Le strutture ricettive si sono così trovate costrette a modificare in breve tempo i propri target e a ridurre i propri numeri, nonostante il boom agostano in uno degli epicentri enoturistici italiani. La leva di un brand globale come il Brunello è fondamentale e, unita al Patrimonio dell'umanità della Val d'Orcia e ai siti di interesse storico, ha determinato nel tempo una crescita esponenziale degli arrivi, che, secondo le rilevazioni della Regione Toscana, è stata del +132% nell'ultimo decennio.

Parliamo di vendemmia, com'è andata quest'anno la stagione?

Quella del 2020 per noi si preannuncia una raccolta di qualità eccellente: le piogge di fine

estate hanno reidratato le vigne e i grappoli di Sangiovese sono maturati nei tempi giusti. In termini di quantità, i volumi sono più contenuti rispetto allo scorso anno, ma questo dipende anche dalla scelta dei viticoltori che, come abitualmente avviene, in luglio hanno fatto la vendemmia verde alleggerendo il carico delle viti. Mentre però il clima ci ha favoriti, sul fronte del lavoro le limitazioni dovute all'emergenza sanitaria ci hanno messo a dura prova, con molti dei nostri collaboratori stranieri che hanno dovuto fare la quarantena prima di iniziare la raccolta.

Con i voucher sarebbe stato più semplice assumere mano d'opera e dare l'opportunità di lavorare anche a giovani e disoccupati. Bisogna tener conto che Montalcino è una comunità agricola tra le più ricche al mondo e tra le più virtuose a livello nazionale. La nostra economia è fondata per la metà delle proprie imprese da aziende agricole e il tasso di disoccupazione non arriva al 2%, con una capacità di assorbire anche gran parte della manodopera dai comuni limitrofi, raggiungendo circa 4.000 addetti nei periodi di punta.



**Consorzio del Vino
Brunello di Montalcino**
Via Boldrini, 10 - 53024 Montalcino (SI)
www.consorziobrunellodimontalcino.it
info@consorziobrunellodimontalcino.it

    #consorziobrunellodimontalcino

Il Consorzio del Vino Brunello di Montalcino è nato nel 1967, all'indomani del riconoscimento della DOC, come libera associazione fra i produttori intenzionati a tutelare il loro vino ed a valorizzarne le caratteristiche. Nel tempo ha favorito la nascita di un tessuto produttivo fatto di aziende vecchie e nuove, piccole e grandi che oggi sono 308 e coprono 3,500 ha di superficie totale dei terreni vitati. Il Consorzio organizza gli eventi in Italia e all'estero e la partecipazione dei produttori

alle fiere. Cura l'immagine delle denominazioni montalcinesi mediante un ufficio stampa, diffonde notizie attraverso un sito web e numerose pubblicazioni in più lingue. Un'attività meno visibile ma molto importante è l'assistenza alla stampa specializzata e agli *opinion makers* per i quali vengono organizzate degustazioni e visite. Altrettanto importante l'assistenza ai soci sulle normative che regolano la produzione del vino.

Consorzio di Tutela Brunello di Montalcino - I principali numeri del Consorzio



1967

Anno costituzione
del Consorzio



208

Numero soci
del Consorzio di tutela



180 mln €

Valore
franco cantina 2019



500 mln €

Valore al
consumo 2019



65%

Quota export 2019
sul fatturato

Fonte: Consorzio di tutela

Le iniziative del Consorzio per la ripresa

Sostegno alle imprese, salvaguardia del valore, piano di promozione. Sono le parole d'ordine del Consorzio in risposta all'emergenza sanitaria.

Un percorso da raggiungere per step – i primi 2 sono già in campo – e che prevede azioni importanti in campo promozionale già dal 2021.

Sul fronte del credito, il Consorzio

ha iniziato fin da subito a dialogare con gli istituti bancari per cercare accordi in favore delle imprese e del territorio. Il primo è stato avviato insieme a Credem a partire dal 1° luglio con un finanziamento fino a 150mila euro ad azienda, rimborsabile in 12 o 18 mesi ad un tasso tra l'1% e il 2%, per gestire l'emergenza immediata e preservare i produttori da eventuali distorsioni del mercato in vista della vendemmia. A distanza

di un mese è arrivata l'intesa con Banca Monte dei Paschi di Siena, attraverso un pacchetto di misure *ad hoc* per supportare gli associati sia nell'immediato momento di tensione finanziaria che nel lungo periodo. Il Consorzio sta continuando a studiare, con altri istituti di credito soluzioni che possano sia nell'immediato che nel medio-lungo periodo sostenere finanziariamente le imprese associate.





FOCUS Filiere IG

Pesci in cerca di un riconoscimento



Tante le eccellenze nazionali che potrebbero essere valorizzate

a cura di Valentina Tepedino

In Italia vengono settimanalmente commercializzate nei banchi peschiera del fresco, del congelato e nei reparti del trasformato, oltre mille-duecento specie ittiche differenti per un numero di referenze che supera le dieci migliaia. Eppure, a differenza di altri settori relativi agli alimenti di origine animale, i prodotti ittici continuano a non avere un loro riconoscimento per quanto riguarda marche o marchi particolari. Anche considerando i prodotti ittici nazionali, che oggi rappresentano circa un terzo rispetto a quelli di importazione, non ci sono ancora specie o produzioni riconosciute e riconoscibili al grande pubblico come “eccellenze” in questo settore. In effetti mancano per il prodotto ittico nazionale, e non solo, esempi come nel campo dei formaggi sono rappresentati dal Parmigiano Reggiano DOP o dal Pecorino Romano DOP o, nel campo dei prodotti a base di carne, il Culatello di Zibello DOP e la Coppa di Parma IGP. Questo non vuole dire che nel pesce manchino DOP e IGP, anche se attualmente sono soltanto sei in tutta Italia, ma significa soprattutto che, a mio parere, non si sta ancora puntando, per i prodotti ittici, a un mercato di “qualità”. E ho indicato il termine qualità tra virgolette per dire che per me quest’ultima dovrebbe rappresentare un valore aggiunto che ha un determinato prodotto rispetto al convenzionale. Questo valore aggiunto chiaramente dovrebbe essere reale e facilmente comunicabile al consumatore. L’ideale sarebbe che fosse conforme a una linea guida o a un disciplinare delineato da un comitato tecnico-scientifico, possibilmente disciplinato da una normativa e comunque controllato e dunque ve-

Un’analisi sul comparto ittico nazionale, un settore che ha grandi potenziali di crescita sul mercato a partire dalla valorizzazione delle produzioni DOP IGP

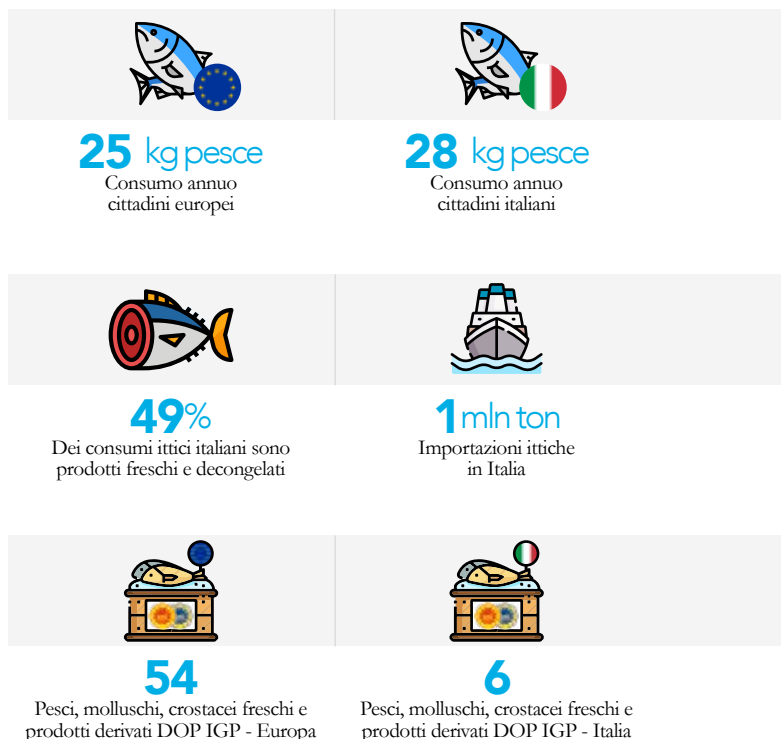
ificabile da organi ufficiali competenti. In pratica sarebbe utile che il prima possibile, nell'interesse della correttezza del mercato e della tutela del consumatore, si cominciasse anche per il settore ittico, a delineare un sistema di norme utili a garantire non soltanto la qualità igienico sanitaria e una corretta tracciabilità come già oggi avviene, ma anche una qualità relativa ad aspetti ulteriori e definita da "capitolati o linee guida istituzionali" che chiariscano in modo più oggettivo il reale valore aggiunto di un determinato prodotto.

Sarebbe auspicabile, a mio parere, che in futuro diventi un modello ciò che si fa in linea di massima per i "Sistemi europei di Qualità", istituiti infatti per identificare con chiarezza, autorevolezza e trasparenza prodotti che contengono qualità specifiche rispetto ad altri prodotti della medesima categoria. Non tutti i prodotti ittici e le rispettive loro produzioni sicuramente possono ambire o ha senso che diventino DOP o IGP ma è anche vero che è alquanto sconcertante nel 2020 avere soltanto sei prodotti ittici riconosciuti come tali in tutta Italia: tre IGP (Acciughe sotto sale del Mar Ligure, Salmerino del Trentino, Trote del Trentino) e tre DOP (Cozza di Scardovari, Tinca Gobba Dorata del Pianalto di Poirino, Colatura di Alici di Cetara DOP).

Una certificazione di questo tipo, se compresa correttamente dal produttore e comunicata altrettanto bene sul mercato, diventa una chiave per creare un enorme valore aggiunto al prodotto in termini di marginalità ma anche di riconoscibilità dentro e fuori i confini italiani, oltre che di tutela rispetto ad eventuali concorrenze sleali da parte di prodotti proposti come simili. Gli aspetti positivi dunque per investire in questa direzione sono numerosi e comunque, anche la recente e non conclusa pandemia determinata dal Covid-19, ha fatto da acceleratore in merito ad una ormai necessaria svolta del settore ittico per quanto riguarda l'importanza di una "qualità" più autorevole e più oggettiva.

Oggi, anche non parlando di Indicazioni Geografiche, se non si fornisce al prodotto ittico italiano un valore aggiunto di qualsiasi tipo, non si riuscirà secondo me a competere in modo importante sul mercato nazionale ed internazionale. Di sicuro l'Italia, sia per l'acquacoltura che per la pesca, dovrà mirare a costruire dei capitolati utili a dare una nuova consistenza alla parola qualità e anche a garantirla meglio e a renderla nazionale al fine che si possa davvero parlare in futuro del "made in Italy" come di qualità comprovata per quanto riguarda determinate produzioni ittiche. L'Italia infatti, non potendo competere né per quantità di prodotti ittici né per costi di produzioni con la maggioranza degli altri Paesi potrà valorizzare il proprio patrimonio ittico e convincere anche le nuove generazioni di imprenditori a scommettere su questo settore, puntando su una produzione di qualità concreta e garantita. Poi sarà dunque possibile promuovere, valorizzare e difendere con maggiore facilità anche il nostro "made in Italy" ittico.

Il settore ittico in Europa e in Italia



Valentina Tepedino

Medico Veterinario specializzato in Ispezione dei Prodotti ittici. Opera dal 2000 nel campo della consulenza, formazione, ricerca e informazione nel comparto ittico. Dal 2004 ha fondato e dirige il periodico Eurofishmarket ed è referente scientifica per l'omonima società specializzata nel settore e per la Società Scientifica di medicina Veterinaria Preventiva. È autrice di libri e di pubblicazioni scientifiche di divulgazione e collabora con numerosi media per il suo settore di competenza. È da anni docente a contratto presso numerose università italiane pubbliche e private e per diversi Organi di Controllo Ufficiale. Collabora con numerose insegne della Grande Distribuzione Organizzata, dell'Horeca, Associazioni di categoria ed aziende connesse al settore ittico dalla produzione alla somministrazione.



Certificare la qualità delle produzioni ittiche italiane

a cura della redazione

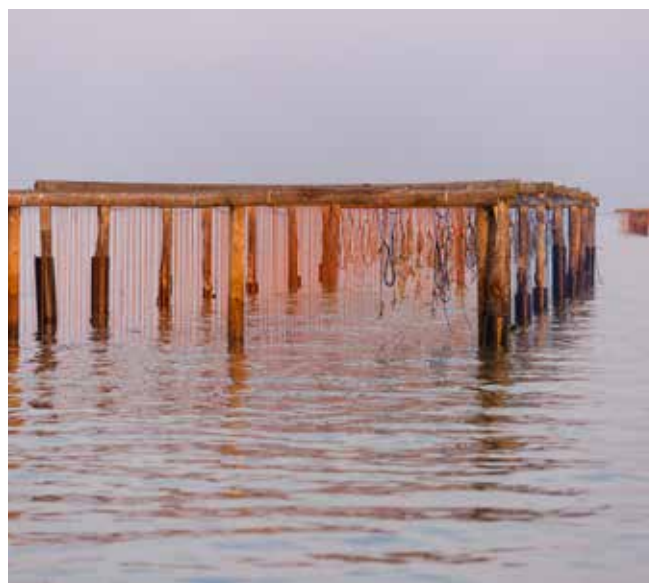
Sono pochi i prodotti ittici certificati, per un Paese come l'Italia, praticamente circondato dal mare, mentre l'IG potrebbe essere la chiave per creare un enorme valore aggiunto al prodotto in termini di riconoscibilità dentro e fuori i confini italiani, e di tutela rispetto a eventuali concorrenze sleali da parte di prodotti proposti come simili. Molto diverse le esperienze e le problematiche delle sei produzioni ittiche certificate in Italia, dalle Acciughe sotto Sale del Mar Ligure IGP che a 13 anni dalla registrazione del marchio europeo, continuano a essere quasi introvabili, una sorta di marchio fantasma nonostante l'entusiasmo e l'impegno iniziale per ottenere la certificazione, alla recentissima registrazione della Colatura di Alici di Cetara DOP, specialità della nota località della Costiera Amalfitana, che nei prossimi mesi, come ha annunciato Lucia Di Mauro, presidente dell'Associazione per valorizzazione della Colatura di Alici di Cetara, avvierà la produzione, che porterà la DOP sugli scaffali già nel 2021. Poi ci sono realtà come la Cozza di Scardovari DOP, il Salmerino del Trentino IGP, la Tinca Gobba Dorata del Pianalto del Poirino DOP e le Trote del Trentino IGP che Consortium ha contattato per fare un'istantanea del comparto ittico certificato italiano.

Cozza di Scardovari DOP



Prodotto pregiato per storia e caratteristiche ma servono interventi urgenti in laguna

La pregiata Cozza di Scardovari DOP è destinata a scomparire se non saranno fatti al più presto degli interventi nella Sacca di Scardovari. Servono urgentemente lavori di vivificazione in Sacca altrimenti il mestiere del vivaista di mitili sparirà con tutto ciò che ne consegue. "Purtroppo se ne parla da anni - afferma **Paolo Mancin** presidente del Consorzio tutela della Cozza di Scardovari DOP - ma non è stata ancora trovata una soluzione adeguata. Stiamo seriamente rischiando di perdere non soltanto la nostra attività ma anche il futuro dei nostri giovani che qui potrebbero trovare uno sbocco lavorativo, grazie a un prodotto pregiato e rinomato per storia e caratteristiche". La Cozza di Scardovari DOP è un mitilo dalla conchiglia liscia e allungata, che può raggiungere i 110 mm di lun-



ghezza. L'allevamento è svolto dal 1970 dalle famiglie del Polesine, con diversi passaggi manuali. Questo, unitamente alle caratteristiche dell'acqua, dà vita a un prodotto diverso dagli altri, con carni particolarmente gustose e apprezzate durante il periodo primaverile-estivo quando l'animale è più grasso.

Presidente Mancin, quest'anno è stato particolarmente difficile per il settore, quasi completamente bloccato dal Coronavirus mentre ancora c'era da lavorare. Come è la situazione adesso?

Quest'anno, nonostante il blocco del Coronavirus, grazie all'apertura estiva del settore turistico e della ristorazione, siamo riusciti a vendere totalmente il nostro prodotto. Abbiamo avuto la fortuna che le temperature dell'acqua all'interno della laguna di inizio estate fossero davvero perfette, pertanto la commercializzazione della Cozza di Scardovari DOP si è prolungata fino a fine luglio. Tuttora stiamo seminando i nostri impianti per la produzione 2021.

La Cozza di Scardovari è il primo mollusco italiano ad aver ottenuto la certificazione DOP nel 2013. Da allora c'è stato un incremento di produzione grazie alla denominazione?

Diciamo che un incremento c'è stato grazie al marchio, ma purtroppo oltre a dover combattere la concorrenza sul mercato, la nostra produzione dipende tantissimo dagli eventi climatici. Sicuramente la qualità e la promozione sono le uniche strade percorribili per competere nel mercato globale.

Secondo voi è sufficientemente promosso, valorizzato e difeso il nostro "made in Italy" ittico?

Qualcosa è stato fatto ma purtroppo i nostri prodotti sono sempre più contraffatti e poco valorizzati, soprattutto all'interno del mercato italiano. Bisogna quindi che gli enti interessati si impegnino a promuovere sempre più i prodotti italiani.



Photo Matteo Giordano

Colatura di Alici di Cetara DOP



**Registrata nell'ottobre 2020,
pronta per essere sugli scaffali nel 2021**

La Colatura di Alici di Cetara DOP è un liquido ambrato ottenuto dal processo di maturazione delle alici (*Engraulis encrasicolus* L.) sotto sale e ha un preciso riferimento geografico a Cetara, piccolo comune della Costiera Amalfitana, una comunità indissolubilmente legata all'attività della pesca. Il 21 ottobre 2020 la Colatura di Alici di Cetara, con la pubblicazione in Gazzetta Ufficiale dell'Unione Europea (L 349/3), è diventato il



primo prodotto DOP trasformato di mare. L'Associazione per la valorizzazione della Colatura di Alici di Cetara è l'organismo promotore che insieme al Comune di Cetara ha seguito l'iter per il riconoscimento DOP, iniziato ufficialmente il 28 ottobre 2015, con la costituzione dell'Associazione alla quale aderiscono 4 produttori, 3 ristoratori e 2 pescatori cetaresi. Fondamentale per il riconoscimento è stato il supporto di un comitato tecnico scientifico, composto dal coordinatore Secondo Squizzato, dall'agronomo Ettore Guertera e dal prof. Vincenzo Peretti del dipartimento di Medicina Veterinaria e Produzione Animale della Federico II. **Lucia Di Mauro** guida questa associazione.

Presidente Di Mauro, come si ottiene questo prezioso e antico condimento noto nel mondo?

Le alici appena pescate, vengono eviscerate a mano e sistemate in un apposito contenitore in legno (terzigno o botte). Completati gli strati, il contenitore viene coperto con un disco in legno (detto tompagno), sul quale si collocano dei pesi. Al termine della maturazione delle alici (minimo 9 mesi), tutto è pronto per la "spillatura". Un apposito foro praticato sul fondo del contenitore, con un attrezzo detto "vriale", permette al liquido di "colare" goccia a goccia. Alla maturazione può seguire la fase di affinamento, che può durare anni.

E dopo questo procedimento cosa si ottiene?

Il risultato finale della maturazione/affinamento è un liquido limpido, di colore ambrato, carico, dal sapore deciso e corposo, un'eccezionale riserva di sapidità, pronto per condire primi piatti, pesce e verdure. Lo spaghetti con la colatura è una delle ricette più buone e semplici che si possano immaginare. Il disciplinare di produzione prevede l'utilizzo esclusivo di alici pescate nel mare antistante la provincia di Salerno.

Di che cifre di produzione e di quale valore stiamo parlando?

Se si ipotizza l'utilizzo di circa il 50% delle quantità di alici pescate in questa zona e in base ai possibili rapporti di produzione, si possono stimare livelli di produzione di colatura di alici di Cetara DOP oscillanti tra 80.000 e 100.000 litri. Il volume di affari, considerando il prezzo minimo di 10 euro per una bottiglia di 100 ml, è stimato tra 8 e gli 10 milioni di euro. Fatturato che può arrivare e superare i 15 milioni di euro annui, nel caso in cui una parte del prodotto venga venduta con un periodo di affinamento superiore ai 9 mesi.

Stiamo parlando di un prodotto di origini antichissime, molto conosciuto a livello locale, ma che recentemente sta riscuotendo un'enorme popolarità. Cosa è cambiato?

Per secoli la Colatura di Alici di Cetara ha trovato una limitata diffusione, esclusivamente nel territorio della Costiera Amalfitana e, soprattutto, a Cetara. Oggi, grazie all'attenzione dei mezzi di comunicazione e la notorietà ottenuta con interventi in numerose trasmissioni televisive, il prodotto è molto apprezzato in tutta Italia e ha varcato i confini nazionali.



Photo Matteo Giordano

Salmerino del Trentino IGP e Trote del Trentino IGP



Il direttore Collier: “La valorizzazione e la difesa dei nostri prodotti ittici è ancora troppo debole”

Dai ghiacciai dolomitici sgorgano sorgenti di acqua purissima che permettono al Trentino di essere uno dei luoghi ideali per la troteicoltura italiana. In un ecosistema pressoché perfetto come questo, le trote impiegano fino a 24 mesi per raggiungere la dimensione stabilita: quasi il doppio della pianura. Una crescita molto lenta che regala alle trote e ai salmerini trentini caratteristiche organolettiche uniche. Le trote e i salmerini allevati in Trentino hanno in più il pregio di svilupparsi consumando acque di scorrimento su fondali rocciosi, per questo hanno un sapore privo del caratteristico retrogusto terroso, dovuto agli allevamenti con fondi fangosi, e arrivano alla maturazione non prima di 18-24 mesi, con netto miglioramento del sapore delle carni. Consortium ha intervistato **Diego Collier** direttore generale ASTRO - Associazione Troteicoltori Trentini - e del Consorzio Trote e Salmerino del Trentino. Le trote Astro sono le uniche trote IGP d'Italia, hanno il marchio Qualità Trentino perché sono allevate e lavorate secondo i più alti standard di qualità e la loro origine è 100% trentina.

Direttore Collier, nel 1988 è nata la cooperativa Astro, nel 2013 si è ottenuta la certificazione IGP per Trote e Salmerino del Trentino, nel 2015 è arrivato anche il Consorzio. C'è stato un aumento di produzione dopo aver ottenuto la certificazione?

Inizialmente con l'applicazione del disciplinare abbiamo avuto una riduzione del prodotto Trote del Trentino IGP, in quanto lo stesso prevede una quantificazione di trote prodotte per metro quadrato in base ai ricambi idrici. Successivamente la produzione delle Trote del Trentino IGP è incrementata grazie all'aumento della domanda del mercato di prodotti a Indicazione Geografica Protetta e alla richiesta dei nostri soci di ottenere la certificazione IGP nei loro impianti. L'Italia non può competere né per quantità di prodotti ittici né per costi di produzioni con la maggioranza degli altri Paesi, ma deve puntare sulla qualità. Questa è la strada da percorrere, soprattutto per il nostro Consorzio visto che in Trentino si pratica un'acquacoltura di montagna dove per ottenere un prodotto di eccellenza come la trota e il salmerino i costi di produzione sono molto più elevati rispetto ad altri areali.





Quanto è importante il prodotto ittico per una dieta sana? Questo aspetto viene comunicato adeguatamente ai consumatori?

Il nostro prodotto ittico è ideale per una dieta sana per il rapporto calorico e per il contenuto di Omega3. Purtroppo negli ultimi anni, anche se c'è stato un miglioramento nella comunicazione, riteniamo che non sia ancora esaustiva sui benefici che la trota può portare a livello salutistico.

Secondo voi è sufficientemente promosso, valorizzato e difeso il nostro "made in Italy" ittico?

A nostro modo di vedere crediamo che la valorizzazione e la difesa dei nostri prodotti ittici sia ancora troppo debole visto che, sia nell'Horeca e sia nella GDO, ci troviamo a concorrere con prodotti che arrivano dall'estero primo fra tutti il salmone che ha una presenza importante in tutte le strutture di vendita, molto più forte rispetto alla nostra trota.

Tinca Gobba Dorata del Pianalto del Poirino DOP

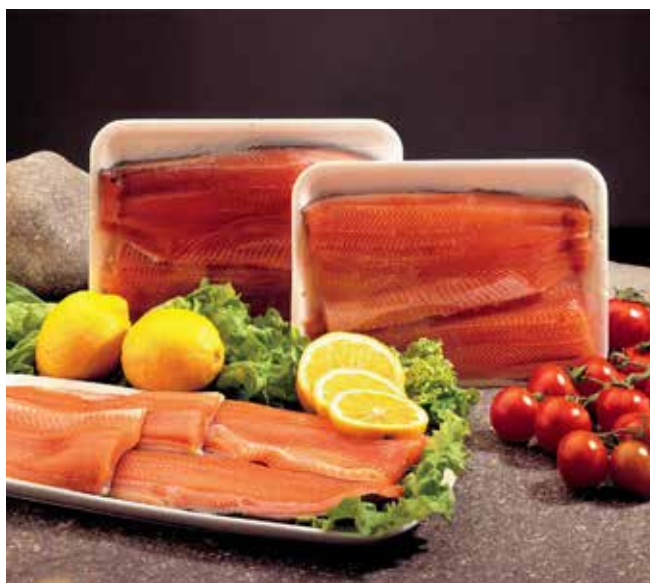


Produzione ridotta drasticamente dalle periodiche invasioni dei cormorani

La Tinca Gobba Dorata del Pianalto del Poirino DOP somiglia al pesce gatto o alla carpa ma le sue carni sono molto più delicate perché non hanno un sapore forte di pesce e possiedono caratteristiche organolettiche particolari senza il tipico odore di fango delle altre tinche che si pescano nei laghi del Nord Italia. La pelle è commestibile e gustosa, la carne è ricca di Omega3 e povera di grassi cattivi con una buona percentuale proteica. L'origine di tutte le tinche europee è la stessa: inizialmente pescate nei torrenti sono poi state introdotte negli stagni dove hanno trovato un ambiente ideale, acque basse e abbondanza di cibo. Questo pesce d'acqua dolce si è sviluppato sull'Altopiano del Poirino in una sorta di isolamento geografico. In queste argille, che risalgono al periodo Pleistocenico, la tinca sopporta sia il freddo invernale che le calure estive. **Leonardo Azzi**, professore di Scienze all'Istituto Norberto Bobbio di Carignano è presidente dell'Associazione produttori della Tinca Gobba Dorata del Pianalto di Poirino, ente che si occupa della DOP in assenza di un Consorzio.

Presidente Azzi, il boom sul mercato per la Tinca Gobba Dorata si è avuto solo nei primi anni della DOP. In seguito una serie di problemi ha compromesso e compromette la sua produzione. Cosa sta succedendo?

Nonostante l'interesse dimostrato dal Comune di Poirino, non c'è stato un supporto da parte delle istituzioni



per cercare di risolvere i problemi principali. Cercando di dare un ordine al quadro, direi che il problema maggiore, che ha funzionato come deterrente per l'attuazione e il proseguimento dell'attività di allevamento, sia la periodica invasione dei cormorani. Questi uccelli ittiofagi distruggono la popolazione ittica delle peschiere, e non solo, stazionando per circa 8 mesi (da settembre ad aprile) nella zona e mangiando circa 0,5 kg di pesce/individuo/giorno; si consideri che in zona il censimento effettuato dall'Associazione dei Produttori della Tinca Gobba Dorata ha stimato la presenza stabile di circa 350/400 individui negli ultimi 10 anni.

Ma non è stato fatto niente?

Deterrenti e ostacoli si sono dimostrati costosi, inefficaci e spesso dannosi (reti di copertura) per il normale svolgimento dell'attività di allevamento. L'abbattimento selettivo avviato alcuni anni addietro dalla provincia di Torino è stato abbandonato dopo 2 anni e si è rivelato inutile. Infatti con l'abbattimento dichiarato, del solo 10% (90 esemplari) del totale censito dai funzionari addetti, rispetto ai circa 900 su tutta la provincia, in ogni comune si sono abbattuti solo pochi esemplari, senza la minima ricaduta sugli effetti predatori.

Quindi non sono state prese in considerazione le segnalazioni dell'Associazione?

No e non solo, in entrambi gli anni l'abbattimento venne programmato in marzo, quando il danno era già stato fatto da 7 mesi. Provvedimenti che paiono una presa in giro. Tutto ciò ha scoraggiato i vecchi allevatori e non ha favorito l'ingresso dei giovani, di conseguenza anche a causa dei precedenti motivi il prezzo/Kg è salito a circa 18 euro, scoraggiando una parte di acquirenti. Inoltre la moda e la cultura gastronomica cambiano con il mutare della popolazione e del substrato sociale: ad esempio il fritto e il carpione sono modalità di preparazione del pesce praticate sempre meno nelle abitazioni domestiche. Il consumo della tinca si è ridotto anche nelle campagne ed è rimasto circoscritto a una clientela di età avanzata (ultracinquantenni) che va naturalmente riducendosi, così come lentamente si riduce il numero di agricoltori e appassionati che allevano la tinca.

Quanti sono attualmente i produttori e che quantità vengono prodotte?

I produttori ancora iscritti all'Associazione sono 8. Attualmente la produttività maggiore è espressa a livello amatoriale, in totale nel 2020 non si sono superati i 30 quintali complessivi nell'areale di Poirino che sommati a quelli delle zone limitrofe potrebbero arrivare a circa 80/100 quintali.

L'acquacoltura è una pratica sostenibile?

Deve essere primaria la consapevolezza che l'acquacoltura si impegni a diventare una pratica sostenibile. Purtroppo il nostro "made in Italy" ittico di qualità non è sufficientemente promosso, valorizzato e difeso, in particolare per quanto concerne le produzioni dulcacquicole, che potrebbero veramente dimostrarsi una valida alternativa ad alcune produzioni agricole o in alternativa con esse.





Comando Carabinieri per la Tutela Agroalimentare, a supporto delle IG

L'azione di tutela dell'agroalimentare dal campo allo scaffale, per garantire sicurezza, genuinità e origine

a cura della redazione

Fondato nel 1982, inizialmente denominato Reparto Carabinieri presso il Ministero dell'Agricoltura e Foreste, successivamente Comando Carabinieri Politiche Agricole e Agroalimentari, con D.L. 12 dicembre 2017 n. 228 ha assunto la nuova denominazione di "Comando Carabinieri per la Tutela Agroalimentare". La riorganizzazione ha determinato l'ampliamento dei Presidi territoriali che da 3 (Parma, Roma e Salerno) sono passati a 5, con l'aggiunta dei neo nati Reparti di Torino e Messina oggi, non più definiti NAC (Nuclei Antifrodi Carabinieri) ma RAC (Reparto Agroalimentare Carabinieri).

È il Reparto dell'Arma specializzato nel contrasto alle frodi nel settore agroalimentare che attua, su tutto il

territorio nazionale, lungo due direttrici:

- in materia di indebito percepimento di fondi comunitari e nazionali erogati a sostegno del comparto agricolo dall'Agenzia per le Erogazioni in Agricoltura (AGEA) del Mipaaf e dagli altri Organismi Pagatori regionali, attraverso controlli straordinari volti ad accertare la corretta erogazione dei finanziamenti della Politica Agricola Comune (P.A.C.);
- in materia di sicurezza agroalimentare, attraverso verifiche sul rispetto, da parte di tutti gli operatori di filiera (di produzione, trasformazione e commercializzazione), della normativa europea e nazionale di settore.

Se nel primo ambito la linea di indirizzo è netta, sebbene complessa, nel secondo la missione istituzionale è di più ampio respiro. Tutelare il patrimonio agroalimentare italiano significa salvaguardare l'economia pubblica e la libera concorrenza del mercato ma anche proteggere il consumatore, affinché acquisti prodotti non solo sicuri per la salute ma anche conformi alle aspettative. In

questo alveo, l'attività operativa è rivolta al comparto agroalimentare nella sua interezza, per garantire che la filiera produttiva, dal campo allo scaffale, sia sicura e genuina quanto a origine, qualità, quantità, tipologia di lavorazione e trasformazione, corrispondenza delle materie prime impiegate con quelle dichiarate. I controlli su etichettatura e tracciabilità sono diretti ad accertare il rispetto dei canoni di legge, dei disciplinari, se trattasi di prodotti a marchi tutelati, delle certificazioni ove siano biologici, la veridicità di attestazioni quali "made in Italy", anche sul piano internazionale, ed a perseguire frodi, contraffazioni, false evocazioni, usurpazioni di DOP IGP STG.

Quello dei marchi di tutela, è un settore di eccellenza del nostro Paese, che vanta il 70% del totale europeo dei prodotti riconosciuti. Le produzioni di qualità sono state il volano che ha trasformato "il tipico" da settore di nicchia a comparto di innovazione dell'agricoltura.

Il Comando, che in ragione delle sue attribuzioni tutela il complesso sistema dell'agricoltura, del territorio, della produzione, rivolge particolare attenzione a questo mondo.





Intervista con il Colonnello Luigi Cortellessa, Comandante del Comando Carabinieri per la Tutela Agroalimentare

Con questa pandemia il cibo ha trovato centralità nel dibattito politico e sociale. Come Comandante del Comando Carabinieri per la Tutela Agroalimentare qual è e quale sarà il ruolo del cibo, in questo contesto, nei prossimi anni?

Ieri al Tg2 ho appreso la notizia che 5 milioni di italiani, in questo drammatico momento storico, hanno difficoltà a mettere insieme il pranzo con la cena, per sé e per la propria famiglia. Viviamo uno stato emergenziale unico dal dopoguerra a oggi, il mondo non era preparato a questa pandemia. La centralità del cibo assume un rilievo oltre che materiale anche etico; attraverso il cibo tutti noi, oggi, abbiamo il dovere di esprimere quella che la Costituzione chiama solidarietà sociale, politica ed economica. Chi ha del cibo deve dare a chi non ne ha. Centralità del cibo è un'interpretazione larga, coinvolge il settore agroalimentare nei tratti di produzione, trasformazione e distribuzione. Nella prima fase dell'emergenza abbiamo visto che le imprese agroalimentari hanno tenuto il passo, garantendo la commercializzazione in tutto

il Paese. A fianco si è sviluppato un amplissimo e nobile fermento solidaristico, che ha fatto giungere cibo nelle latitudini più disagiate. Siamo in un'emergenza che mette in discussione tantissimi posti di lavoro, pensiamo alla ristorazione, agli alberghi, al turismo, ai luoghi della cultura. Nell'intero settore c'è stato un evidente calo che ancora dura.

Il Comando è presidio di un settore strategico per l'economia e la vita nazionale

Dal suo osservatorio territoriale, entrando nei luoghi di produzione, cosa è stato possibile verificare?

Sono andato personalmente a visitare le aziende in crisi del Nord, del Centro e del Sud Italia, per esprimere la mia vicinanza e ho visto un'imprenditoria agroalimentare che ha voglia di riaffermazione. Noi Carabinieri abbiamo rimodulato il nostro ruolo, il Comando si chiama "tutela" agroalimentare non solo per controllo di illeciti, ma anche perché è presidio in favore di un settore così

strategico per l'economia e la vita nazionale, e ho ritenuto importante parlare con tutti i rappresentanti associativi italiani.

Quali sono le principali attività messe in atto su tema sicurezza e controlli?

Noi verifichiamo dove ci siano emergenze e criticità attraverso attività investigative, che seguono il normale flusso, ma le attività di controllo del settore vengono pianificate anche a seconda della stagionalità della produzione. In questo periodo abbiamo eseguito dei controlli del settore avicolo, biologico e della produzione della carne.

In questo periodo si parla spesso delle molte autorità che controllano il sistema alimentare. In questi anni le aziende si sono anche lamentate per l'eccesso di controlli dalle varie autorità; voi collaborate con l'Ispettorato Centrale della tutela della Qualità e della Repressione Frodi (ICQRF), come gestite gli interventi?

La legge di riferimento evoca la parola "in concorso" con ICQRF. È una collaborazione stabile ed

efficace, pur tra organismi diversi. Noi siamo un organo militare e di polizia che svolge attività di indagine a tutto tondo, abbiamo compiti di polizia giudiziaria e di polizia di prevenzione, che hanno una maggiore circolarità rispetto a un organo civile amministrativo. L'ICQRF è un'Autorità sanzionatoria. Duplicazioni di ruolo non ne colgo. L'Arma dei Carabinieri si avvale anche del supporto dell'Arma territoriale, che ha di fronte a sé le realtà locali. Noi non abbiamo mai ricevuto lamentele, questo deriva anche dal fatto che noi Carabinieri siamo abituati a pianificare e quindi i controlli avvengono secondo criteri prestabiliti, che prevedono una fase di analisi; ciò non toglie che in fase esecutiva si possano rivelare delle sovrapposizioni sulle quali noi siamo sempre disponibili a fare un passo indietro. Ma finora non è mai successo.

Quale è il ruolo del Comando verso prodotti DOP IGP e Consorzi di tutela?

I Consorzi di tutela e gli 837 prodotti agroalimentari e vitivinicoli DOP IGP rappresentano un patrimonio nazionale, uno strumento di strategia del Paese, sono un'eccellenza ineguagliabile, che gli altri Paesi non hanno. DOP IGP accompagnano, con l'esportazione, la Bandiera Italiana nel mondo. C'è una battuta che mi diverte molto, che dice che l'Italia è conosciuta "per la Ferrari, per il cibo e per i Carabinieri". Ecco, a me piace dire che sono alla guida di una Ferrari che protegge il cibo!

Comandante, mi sembra che nel suo modo di esprimersi ci sia spesso un'analogia fra beni alimentari e artistici, dovuta anche alla precedente esperienza di Vice Comandante dei Carabinieri della tutela del Patrimonio culturale.

È vero perché sul territorio nazionale, accanto ai campanili, scorgiamo sempre un opificio di prodotti DOP IGP. È questa la realtà del nostro Paese. Posso portare esempi come la Val d'Orcia, dove c'è arte, c'è cibo, con gli affreschi di Ambrogio Lorenzetti del Palazzo Comunale di Siena, che mostrano la campagna, il cibo e il presidio del territorio.

Oggi si parla di scorte alimentari da prevedere per periodi di pandemia, i mercati hanno comportamenti instabili, ci sono reali difficoltà di reperimento di materie prime. Cosa succederà per l'Italia, che dipende molto dalle importazioni?

Parlare di scorte alimentari è difficile perché l'alimento per sua natura ha un periodo di scadenza, ma l'emergenza pandemica ci trasmette delle esperienze che nel futuro dovremo seguire, e mi sono chiesto se possiamo immaginare delle aree di stoccaggio e di riserve alimentari. Credo di sì, ipotizzo la creazione di un tavolo ove si valutino le precauzioni che nel futuro potremmo adottare, ovviamente con prodotti conservabili. Penso ad aree di accumulo di scorte, da rinnovare periodicamente, che potrebbero costituire un fattore di sicurezza in situazioni di crisi.



Dati sui controlli dell'agroalimentare DOP IGP

Dall'inizio del 2020, i 5 Reparti, nel settore delle produzioni DOP e IGP hanno conseguito i seguenti risultati:

- 130 imprese controllate;
- 158.534 Kg di prodotti sequestrati, per un valore di mercato di 365.238 Euro;
- 10 violazioni penali accertate;
- 31 persone denunciate;
- 38 sanzioni amministrative elevate per un importo totale di 123.534 euro;
- sequestrate 25 bobine per etichettatura,

493.912 etichette con diciture richiamanti marchi di tutela, 16.465 confezioni con evocazioni DOP e IGP, 487 cataloghi e 1.431 espositori.

Fra le attività di rilievo, in provincia di Parma, è stato condotto il sequestro di oltre 1.652 vasetti in vetro di confezioni di funghi porcini per complessivi Kg. 520,8, del valore di 60.000 euro, nonché di 2.500 etichette per il confezionamento dei prodotti, evocanti indebitamente l'Indicazione Geografica Protetta "Funghi Borgotaro IGP", con sanzioni pari a 6.000 euro.



Comando Carabinieri per la Tutela Agroalimentare
Via Torino, 44 - 00184 Roma
Telefono: 06487781
Fax: 064818534
e-Mail: ccpadco@carabinieri.it



Effetto Barbera d'Asti DOCG: vino come progetto territoriale

Una ricerca Qualivita fotografa il valore della DOP piemontese, le azioni promotrici del Consorzio e l'impatto sul territorio

a cura di Chiara Fisichella

Da cosa deriva il valore di una Denominazione? Sicuramente dalla qualità del suo prodotto che sfocia in valori produttivi e di mercato. Ma non solo: le azioni attuate dai Consorzi di tutela sono infatti essenziali per la promozione, la tutela e la diffusione di valore sul territorio di una Denominazione.

Per valutare il valore della Barbera d'Asti DOCG e il suo impatto sul territorio, la Fondazione Qualivita – partendo dalla costruzione di un modello che valuta alcune componenti e azioni che permettono la creazione di valore per un Denominazione – ha realizzato uno studio basato su dati primari e secon-

dari. Vi daremo qui un accenno dei principali risultati.

Partiamo dalla fotografia attuale dei valori produttivi ed economici della Barbera d'Asti DOCG, realtà produttiva unica con una storia antichissima che affonda le radici nel mito, che oggi si presenta con una carta d'identità strutturale con numeri importanti e in evoluzione. Come indicatore di crescita di valore della Barbera d'Asti DOCG, citiamo in questa sede il dato relativo al prezzo di vendita: considerando la media dei prezzi 2010-2014 e la media dei prezzi 2015-2019, a fronte di un incremento dei prezzi dei vini DOC-DOCG del +27%, la

focus valori

I numeri della Barbera d'Asti DOCG



167
COMUNI INTERESSATI



oltre 3.000
OPERATORI DELLA
FILIERA



21 mln
BOTTIGLIE CERTIFICATE



21 mln €
VALORE
PRODUZIONE SFUSA



Barbera d'Asti DOCG ha registrato un +44%. I numeri rilevati dalla ricerca mostrano infatti una Barbera d'Asti DOCG con: ranking favorevole su tutti gli aspetti produttivi ed economici considerati, valori stabili e senza oscillazioni preoccupanti, volumi gestibili per un efficiente piano di promozione collettivo e uno storytelling interessante da implementare.

Uno degli attori principali di questo sistema di creazione di valore e capitale sociale è il Consorzio di tutela di una Denominazione d'Origine. Ma qual è stato e qual è il ruolo del Consorzio Barbera d'Asti e Vini del Monferrato ai fini della creazione di questo valore per il vino e per il territorio?

Per valutarlo sono state analizzate in profondità le azioni del Consorzio volte a creare: comunità, cioè capitale sociale produttivo; valore, cioè capitale sociale di mercato; futuro, che è una sintesi prospettica del capitale sociale produttivo e di mercato; identità, attraverso la condivisione di valore, cioè capitale sociale ambientale. Per valutare quest'ultimo aspetto, è stata svolta anche una survey online per mettere in luce il rapporto tra la Barbera d'Asti DOCG, il Consorzio di tutela e i Comuni del territorio.

Rispetto alla costruzione di comunità, in oltre 70 anni di attività il Consorzio ha sviluppato attorno a sé una rete di oltre 360 aziende. Ciò a livello strategico, combinando risorse e competenze, permette di raggiungere in maniera più efficace e efficiente: co-produzione di valore, vantaggio competitivo sostenibile, percorso di sviluppo comune tra le imprese, conoscenza condivisa (Fait, 2012).

Considerando le azioni svolte per creare valore di mercato, le azioni del Consorzio di tutela sono state analizzate rispetto a quattro tipologie: investimenti sul brand, sulla promozione, sulla comunicazione online e sulla ricerca scientifica. In questa sede riteniamo interessante sintetizzare alcuni punti.

Il primo riguarda gli investimenti sul brand. Il 2015 è stato un anno molto importante in quanto si è

definito il nuovo Brand System del Consorzio di tutela: nuovo nome, scelto per dare risalto alla Barbera d'Asti DOCG, e nuovo logo raffigurante un'impronta digitale a forma di calice.

focus

valori produttivi ed economici

I numeri della Barbera d'Asti DOCG



VARIAZIONE % TRA VALORE MEDIO ANNI 2010-2014 E 2015-2019

Il secondo riguarda, la comunicazione online: è infatti da citare l'utilizzo del Brand Journalism, strumento di comunicazione sempre più importante, da parte del Consorzio rispetto alla creazione del blog "mynameisbarbera", in lingua italiana e inglese.

Nella costruzione del modello, la Fondazione Qualivita ha deciso di inserire in questo pilastro della creazione di valore economico anche la ricerca scientifica che permette di garantire e di ampliare gli standard qualitativi del prodotto stesso, ma non solo. Tra le varie attività di ricerca a cui ha partecipato il Consorzio Barbera d'Asti e Vini del Monferrato, è interessante citare il progetto Barbera 2.0, condotto con l'Università degli Studi di Torino, Dipartimento di Scienze Agrarie, Forestali e Alimentari. Il progetto ha creato una mappa sensoriale della Barbera d'Asti DOCG attraverso uno studio approfondito delle aree di produzione e delle caratteristiche chimico-fisiche e sensoriali della Barbera d'Asti DOCG, al fine di rendere più mirata l'azione commerciale in base ai target di consumatori.



Chiara Fisichella

PhD, Ricercatrice
Area socioeconomica

LA RICERCA QUALIVITA

Lo studio qui presentato sul valore della Barbera d'Asti DOCG e il suo impatto sul territorio è frutto di una ricerca su dati primari e secondari realizzata dalla Fondazione Qualivita, che da anni si occupa di promuovere e valorizzare il settore agroalimentare italiano di qualità favorendo la comunicazione delle caratteristiche distintive delle DOP e IGP. La ricerca analizza e mette in evidenza il valore di una denominazione, non solo rispetto alle sue dinamiche produttive e di mercato, ma anche considerando i numerosi aspetti e gli attori coinvolti nel territorio di cui essa è espressione e nel quale induce dinamiche di sviluppo, promozione e innovazione.





E ancora: come costruire il futuro di un vino e della sua comunità? Attraverso azioni che tutelino il prodotto e il consumatore, tengano conto dell'ambiente e consentano la crescita formativa. In tutti questi campi il Consorzio Barbera d'Asti e Vini del Monferrato si è molto impegnato. Per esempio, nel 2017 è stato promotore di un'iniziativa conclusasi in maniera positiva verso la Cina per la registrazione di una Barbera d'Asti nel loro mercato. Vogliamo però soffermarci, sul tema ambientale, aspetto molto importante sia se si guarda il futuro della produzione vitivinicola sia se si guarda alle generazioni future. Anche su questo fronte il Consorzio Barbera d'Asti e Vini del Monferrato è impegnato attraverso azioni per il miglioramento della sostenibilità ambientale in tutte le fasi della filiera di prodotto. Ma non solo, il Consorzio è anche promotore di dibattito tra tutti gli stakeholder interessati al legame tra ambiente, cambiamenti climatici e produzione: lo dimostrano i diversi convegni organizzati su questi argomenti.

Ultimo pilastro di attività – solo da un punto di vista dell'ordine di analisi – che svolge un Consorzio di tutela è quello di costruire un'identità e condividere valore all'interno del territorio, creando così capitale sociale ambientale. La Fondazione Qualivita ha definito un sistema che attraverso 11 tipi di attività di un Consorzio di tutela valuta il valore, appunto non solo economico, indotto da una Denominazione sul territorio. Oltre ad applicare questo modello, la Fondazione Qualivita ha voluto misurare quanto di questo valore viene percepito dagli stakeholder del territorio. Lo ha fatto attraverso una survey online ai referenti dei Comuni dell'areale considerato. I rispondenti sono stati 105. Il primo risultato è la conferma della Barbera d'Asti DOCG come simbolo del territorio: infatti ben il 46% dei rispondenti trova che vi sia una relazione molto forte tra la Barbera d'Asti DOCG e il territorio riconosciuta anche dal turista (58%).

Un dato su cui riflettere per le azioni future è quello relativo alle azioni promozionali dei Comuni che, per il 38% dei rispondenti, valorizzano poco o niente la Barbera d'Asti DOCG nell'ambito delle attività del Comune stesso. Un rapporto forte quindi ma che potrebbe essere maggiormente sinergico.

Ciò risulta ancora più vero se si considera che il 58% dei rispondenti, potendo selezionare due alternative di risposta tra cinque, ha scelto come impatto della Barbera d'Asti DOCG l'aumento dei flussi turistici. Seguono come impatti prevalenti: la crescita delle attività legate al settore enologico (41%), l'aumento del valore dei terreni o degli immobili (20%), l'incremento delle opportunità lavorative (17%) e la crescita delle attività di servizi (16%).

“ Il comparto vitivinicolo piemontese è una vetrina di prima importanza per quanto riguarda il made in Italy nel mondo. Il vino rappresenta un prodotto iconico di queste terre, ma anche una preziosa risorsa economica e occupazionale. Da qui la necessità di elaborare un rapporto per descrivere la condizione del comparto in generale e di quello del Monferrato in particolare, anche attraverso un focus sulla Barbera d'Asti DOCG, una denominazione che rappresenta il fiore all'occhiello, in termini di numeri e di immagine, di tutto il Monferrato del vino.

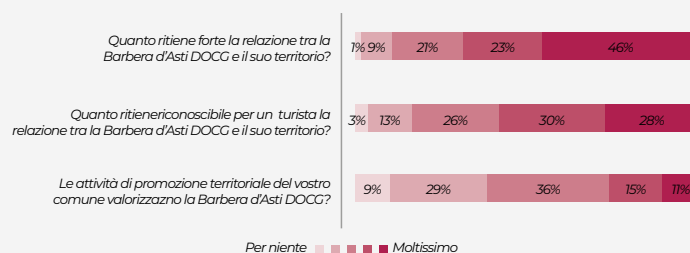
Filippo Mobrici

Presidente Consorzio Barbera d'Asti e dei Vini del Monferrato

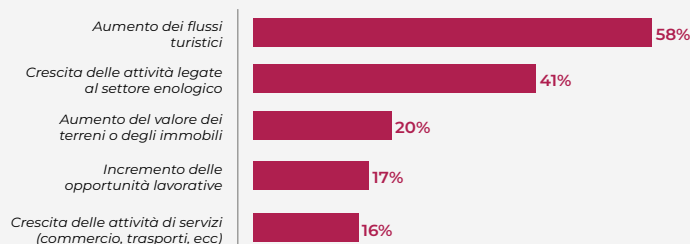
Le linee di azione del Consorzio di tutela



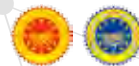
La Barbera d'Asti DOCG e il legame con il territorio



La Barbera d'Asti DOCG e l'impatto sul territorio



Fonte: elaborazione Fondazione Qualivita



ASSEMBLEA 2020

#ITALIADOP: RIPARTIRE DALL'ORIGINE

I Consorzi di tutela dei prodotti agroalimentari DOP IGP per il rilancio del Paese



Consorzi di tutela e GDO insieme al tavolo del Mipaaf

“Patti di filiera per valorizzazione prodotti di eccellenza”, la proposta della Ministra Bellanova all’assemblea Origin Italia

a cura di Lorenzo Benocci

Un potenziamento dell’organico del Ministero delle politiche agricole, alimentari e forestali e una revisione della normativa sui Consorzi di tutela delle produzioni agroalimentari. Un messaggio importante quello della Ministra delle politiche agricole Teresa Bellanova, che è intervenuta all’assemblea 2020 di Origin Italia, e contemporaneamente un riconoscimento importante per le Indicazioni Geografiche italiane e per Origin Italia.

Assemblea che ha visto la partecipazione di 70 Consorzi di tutela in rappresentanza di 80mila imprese del comparto DOP IGP, e gli interventi dei decisori politici, istituzioni e stakeholder nazionali, per confrontarsi e parlare di strategie e di politiche di rilancio del settore agroalimentare.

“Per valorizzare i prodotti agroalimentari di qualità – ha sottolineato la Ministra **Teresa Bellanova** – è nostra intenzione promuovere tavoli di confronto tra i Consorzi di tutela e la GDO per favorire il potenziamento della comunicazione ai cittadini in merito al valore aggiunto che hanno i prodotti a Denominazione di Origine. Dovranno essere trovati punti di equilibrio con la grande distribuzione, dovranno essere introdotti patti di filiera per la crescita e la valorizzazione dei nostri prodotti di eccellenza. Origin Italia, quale organizzazione dei Consorzi italiani, sarà chiamata ai tavoli in cui saranno assunte decisioni operative per la crescita del sistema delle Indicazioni Geografiche”. Un intervento molto apprezzato che consolida ancora una volta il ruolo di Origin Italia.

“La riorganizzazione che noi stiamo affrontando – ha sottolineato **Cesare Baldrigi**, presidente di Origin Italia – va esattamente nella direzione di offrire a tutti i Consorzi gli strumenti che ci consentono di poter garantire l’assistenza che si può dare alle organizzazioni consortili, un’attività di



Teresa Bellanova, Ministra politiche agricole



Cesare Baldrigi, Presidente Origin Italia



Paolo De Castro, Comm. Agricoltura Parlamento Europeo



tutela e la comunicazione dei prodotti sui canali sui quali quotidianamente operiamo. Quello della ristorazione, che è in grande difficoltà perché ha dovuto subire più di ogni altro i provvedimenti che ci servono per gestire l'emergenza sanitaria. È comunque un settore dove abbiamo grandi margini di sviluppo e compagni di viaggio come McDonald's molto attivi. Su questo canale abbiamo però anche grandi criticità e dovremo avere tutti gli strumenti per accompagnare i nostri prodotti nel mondo della ristorazione che non è solo un'occasione di consumo, ma anche di promozione importante nazionale ed internazionale. Il secondo canale riguarda la GDO che in questo momento può continuare a lavorare meglio di altri settori e quindi, i prodotti che meglio si adattano a questa distribuzione traggono un beneficio, ma questo non vale per tutti; ecco perché dobbiamo pensare, come ha detto la Ministra, a delle interlocuzioni che abbiamo già avviato anche per contrastare le pratiche commerciali svalORIZZANTI”.

Ha ricordato il grande valore delle Indicazioni Geografiche, l'europarlamentare **Paolo De Castro**: il *Food&Wine* europeo vale 75 miliardi di euro, ed il 20% è realizzato fuori UE; mentre il prezzo pagato per i prodotti certificati è il doppio degli equivalenti prodotti non certificati. “Non ci potrà essere competitività sui mercati internazionali se non si è capaci di essere organizzati e di fare offerta insieme – ha detto De Castro –. In Europa abbiamo costruito strumenti per dare più forza ai Consorzi per una gestione efficace dell'offerta”.

Coesione e unità di intenti da parte dei Consorzi di tutela e della filiera agricola: fra gli interventi quello di **Ettore Prandini**, presidente Coldiretti; **Massimiliano Giansanti**, presidente Confagricoltura; **Dino Scanavino**, presidente CIA Agricoltori Italiani e **Franco Verrascina**, presidente Copagri. Da parte delle organizzazioni di categoria è stata ribadita l'importanza di una valorizzazione delle DOP e IGP, per creare reddito alle imprese e dare forza sui mercati al made in Italy, e con la piena disponibilità a collaborare con i Consorzi di tutela.

“Crediamo in un forte piano che accompagni i nostri prodotti DOP e IGP per trasformare l'Italian sounding in opportunità – ha detto **Ettore Prandini**, presidente Coldiretti –, perché i nostri prodotti siano presenti su tutti gli scaffali del mondo. Piena disponibilità a creare rapporto di collaborazione per creare contesto in cui le nostre DOP possano crescere significativamente nei numeri. Partendo dalle imprese agricole”.

“Legare il sistema produttivo alle caratteristiche territoriali – ha affermato **Dino Scanavino**, presidente CIA Agricoltori Italiani – e alla capacità di coltivare, di trasformare e cucinare, per fare dell'agroalimentare italiano, rappresenta un elemento di forza che dobbiamo potenziare per essere ancora protagonisti in un mondo in cui va di moda etichettare tutto per non etichettare nulla. Il sistema delle Denominazioni può diventare protagonista di un nuovo percorso. Sono certo che i produttori e i Consorzi saranno in grado di non stare sulla difensiva, ma di attaccare attraverso una strategia per diventare esempio europeo di portatori di grande qualità”.



Ettore Prandini, Presidente Coldiretti



Massimiliano Giansanti, Presidente Confagricoltura



Dino Scanavino, Presidente CIA Agricoltori



Stefano Fanti, Dir. Generale Consorzio del Prosciutto di Parma



Filippo Gallinella, Presidente Comm. Agricoltura Camera Deputati



Assemblea 2020
#Originitalia

Per **Massimiliano Giansanti**, presidente Confagricoltura, “I nostri produttori devono essere sempre più protagonisti nel mercato interno soprattutto nella fase che stiamo vivendo, andando a occupare quello spazio di mercato. Raccolgo la sfida: credo che la grande fortuna in Italia sia legata alla strategicità dei Consorzi che devono essere sempre più legati al territorio della produzione primaria. Dobbiamo rafforzare il legame con la terra, ricordando che siamo sotto attacco in Europa da parte di grandi lobby. La grande capacità deve essere quella di fare gruppo per rafforzare l’immagine dell’agricoltura italiana che ha bisogno di sostenibilità” ha concluso Giansanti.

“Serve più filiera, serve fare sistema – ha ricordato **Franco Verrascina**, presidente Copagri –, per questo è necessario ripartire dall’origine, come richiamo alla terra e ai suoi prodotti, che oggi più che mai hanno contribuito in maniera concreta alla tenuta socioeconomica del nostro Paese. Ed in questa partita un ruolo fondamentale ed imprescindibile è stato svolto indubbiamente dalle produzioni a Indicazione Geografica”.

Molto importanti poi gli interventi dei presidenti delle Commissioni agricoltura della Camera, **Filippo Gallinella**, e del Senato, **Gianpaolo Vallardi**; e dell’on. **Alessia Morani**. “Dobbiamo presidiare il fronte europeo nelle partite decisive che ci stiamo giocando per il sistema Italia – ha detto l’on. **Maurizio Martina** –. Abbiamo bisogno di costruire e rafforzare un’azione di convergenza del Paese per cercare di strappare condizioni di maggior valore. Su questo dobbiamo lavorare, così come dobbiamo farlo in chiave interna”.

Nel suo intervento **Tommaso Valle**, McDonald’s Italia, ha ricordato le difficoltà che il settore ristorazione si trova a vivere: “Un settore – ha detto – che troppo spesso viene accostato al momento del consumo, come momento voluttuario, come se i cittadini potessero anche farne a meno. Invece è un settore che genera milioni, che offre occupazione, ha addetti e rappresenta un terzo dei consumi alimentari degli italiani. Invito quindi a considerare la ristorazione come punto finale di una filiera lunga che parte da tutta l’attività agricola, interessa il settore agroalimentare e si conclude con il consumo”.

“Come Origin Italia vogliamo stimolare un vero e proprio tavolo di filiera, e sarebbe molto positivo ed importante riuscire a farlo insieme alle organizzazioni professionali” – la proposta di **Riccardo Deserti**, vicepresidente Origin Italia. “Ci vogliamo far carico di questa responsabilità, dando un contributo all’organizzazione delle imprese per una migliore attività di filiera. Essere coesi e fare proposte, insomma: la vera filiera è quella che deve partire dai singoli Consorzi, che in Origin Italia devono non solo ricevere servizi ma anche partecipare, perché solo così riusciremo ad essere interlocutori verso il mondo della politica e delle organizzazioni”.



Gianpaolo Vallardi, Presidente Comm. Agricoltura Senato



Alessia Morani, Sottosegretario Ministero Sviluppo Economico



Maurizio Martina, Comm. Agricoltura Camera Deputati



Tommaso Valle, McDonald's Italia



Riccardo Deserti, Vicepresidente Origin Italia





Italia-Australia, la bilancia commerciale è positiva

Nel 2019 importazioni agroalimentari in aumento del +8,7 %. Per il 2020 incognita Covid

a cura di Agenzia ICE Sydney

Nel 2019 l'Australia ha rappresentato per l'Italia il quinto mercato di esportazione nell'area Asia/Oceania (dopo Cina, Giappone, Hong Kong e Corea del Sud). Il valore totale delle importazioni dall'Italia è ammontato a 4,4 mld di euro (-0,7% rispetto al 2018) posizionando il nostro paese all'undicesimo posto nel rank mondiale e al terzo posto tra i Paesi europei, dopo la Germania e il Regno Unito. La bilancia commerciale Italia-Australia è positiva per 4 miliardi di euro a favore dell'Italia ed è in crescita del +2,5% rispetto al 2018.

Le importazioni australiane di prodotti agroalimentari (incluse le bevande) sono ammontate nel 2019 a circa 12,2 mld di euro, in aumento rispetto al 2018 (+8,7%). La Nuova Zelanda

si conferma quale principale partner con una quota del 17%, seguita da Stati Uniti, Cina e Thailandia. L'Italia mantiene la 5° posizione tra i principali Paesi fornitori con un valore pari a circa 584 mln di euro, una quota di mercato del 4,8% e anche come primo paese europeo.



IMPORTAZIONI AGROALIMENTARI IN AUSTRALIA

Nel 2019, l'Italia mantiene posizioni di rilievo nelle seguenti categorie: pomodori lavorati (primo paese fornitore con quota 75% e valore 55,9 mln di euro in crescita del +4%); vino (terzo posto con 61,8 mln di euro e quota di mercato dell'11,9%); pasta, sia cotta o ripiena o altrimenti

AUSTRALIA
agroalimentare e bevande

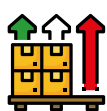
€ 12,2 Mld
Import totale Canada 2019

€ 584 Mln
Import da Italia 2019

5° fornitore
Ranking Italia Paesi fornitori

preparata (primo paese con quota 19,8% e valore 44 mln di euro, in crescita del +25%); vegetali lavorati (secondo paese, con aumento del +3,5% e valore 31,7 mln di euro); cioccolato e preparazioni alimentari contenenti cacao (seconda posizione dopo la Germania, anche se in flessione del -5%, con un valore pari a 51,2 mln di euro); formaggio (terzo Paese, in crescita del +14,6% e con valore di poco superiore a 42 mln di euro). Da evidenziare anche il secondo posto dell'Italia come Paese fornitore in Australia per l'olio di oliva dietro la Spagna che è leader con una quota del 54% sul valore totale delle importazioni per questo prodotto. Il nostro Paese ha una quota del 28% pari a 18,8 mln di euro.

Nel primo semestre del 2020 l'Italia ha registrato una flessione del -19,8% rispetto allo stesso periodo nel 2019 per l'Olio d'oliva e sue frazioni (raffinati o no, ma non modificati chimicamente), per un valore pari a 8,2 mln di euro, ma mantiene il 2° posto dietro la Spagna, che invece registra una crescita del +47,4%.



OPPORTUNITÀ PER LE IMPRESE ITALIANE NEL COMPARTO AGROALIMENTARE

I consumatori australiani sono sempre più interessati a conoscere la provenienza degli alimenti che acquistano: i marchi di alimenti confezionati tendono a fornire una narrazione del prodotto per stabilire un legame con i consumatori. In effetti, creare una storia per un marchio sta diventando una componente essenziale per posizionarsi e sostenere la fedeltà dei consumatori. Per attirare l'interesse dei consumatori adulti più giovani, i marchi si stanno concentrando su autenticità, freschezza e alta qualità. In particolare, ci si può aspettare che i prodotti in linea con salute, benessere e convenienza registreranno i maggiori incrementi, e che il profilo nutrizionale e la provenienza diventeranno attributi prioritari per un numero crescente di consumatori. I consumatori richiedono sempre più confezioni monouso, soluzioni *on-the-go*, che offrano un controllo sull'apporto calorico.



TENDENZE NELLE VENDITE DI PRODOTTI ALIMENTARI CONFEZIONATI

Le vendite di alimenti confezionati hanno continuato ad aumentare nel 2019. I marchi che si concentrano su provenienza, salubrità e convenienza, hanno catturato una quota maggiore di vendite a valore. Ciò è particolarmente evidente in tutti i prodotti lattiero-caseari, con marchi in grado di raccontare una storia. I fattori chiave possono quindi essere riassunti in:

- Mangiare sano: la qualità è preferita alla quantità. È sempre più di tendenza la volontà dei consumatori australiani di scegliere cibi e bevande più sani
- Snack ancora molto popolari: il consumo di snack rimane elevato, ma si preferisce consumare quelli con un tasso salutare (*health rate*) più alto.

- **Biologico:** in aumento le vendite di prodotti biologici, ostacolate però dalle difficoltà nelle fasi di accreditamento ufficiale dei prodotti, processo che può richiedere fino ai tre anni.
- **Packaging:** l'acquirente sceglie involucri riciclabili e a basso impatto ambientale. Nel 2018, in seguito alle pressanti richieste dei propri clienti, i maggiori supermercati australiani hanno rimosso il maggior numero possibile di buste in plastica dai propri reparti di alimenti freschi.



IMPATTO COVID-19 SUGLI ACQUISTI DI PRODOTTI ALIMENTARI

Nei mesi di marzo e aprile, in prospettiva di una prolungata quarantena domestica, molti consumatori australiani si sono affrettati a fare scorta di generi di prima necessità quali riso, pasta e altri articoli da scaffale o alimenti congelati. Nel quadro di una situazione di incertezza prolungata, i rivenditori dovranno essere preparati a cambiamenti duraturi nelle scelte di acquisto e nel comportamento dei consumatori. È probabile che le priorità cambino in linea con l'incertezza dell'attività economica e un elevato tasso di disoccupazione che ormai incombe nel Paese. Ciò probabilmente spingerà i consumatori a ridurre gli acquisti di articoli di fascia alta verso quelli a prezzi più bassi. Si prevede inoltre che la preferenza per lo shopping online resterà un comportamento duraturo che porterà alla conversione degli acquirenti abituati a recarsi nei negozi fisici ad acquirenti online.



IMPATTO COVID-19 SUGLI ACQUISTI DI BEVANDE ALCOLICHE

I produttori e i distributori di alcolici dichiarano di aver venduto il -61% di alcol in aprile in termini di volume rispetto allo stesso periodo del 2019. Il vino è stata la scelta più popolare a casa e molte persone hanno rifornito le proprie scorte a marzo e aprile, spinte dal timore di una chiusura dei negozi, che in seguito non è stata attuata. Tuttavia, le vendite di vino in volume sono diminuite del -7% in aprile e del -16% nella prima metà di maggio. Gli *Spirits* hanno avuto un leggero rimbalzo a maggio, quando i consumatori si sono cimentati nella preparazione di cocktail a casa.

Eventi di interesse del settore in Australia - "Fine Food Australia"

"Fine Food" è l'unica manifestazione fieristica in Australia specializzata nel settore agroalimentare e rivolta unicamente al trade. Ha una cadenza annuale e si alterna tra Melbourne e Sydney, dove avrà luogo l'edizione 2021. L'Agenzia ICE organizza presso Fine Food Australia, già da diversi anni, il Padiglione Italia, cui partecipano ogni anno dalle 20 alle 30 aziende italiane del settore Food & Wine. All'edizione del 2019, che si è svolta a Sydney su una superficie espositiva di 216 mq, hanno preso parte 20 aziende italiane. La fiera è stata visitata da più di 24.000 operatori nazionali e internazionali provenienti da 55 diversi Paesi. La partecipazione a Fine Food rappresenta un'ottima occasione di business per le aziende italiane che sono ancora relativamente poco rappresentate nel mercato e vessate dal fenomeno particolarmente significativo dell'Italian Sounding. Vi sono buone possibilità di sviluppare accordi di collaborazione con distributori locali per attuare sinergie in ambito logistico. Ottime opportunità sono anche offerte dai prodotti private label della Grande Distribuzione Organizzata alimentare, che comprendono prodotti di fascia premium. Per la prossima edizione di Fine Food 2021, che si svolgerà presso il polo fieristico di Sydney dal 6 al 9 settembre, l'Ufficio ICE di Sydney rinnoverà l'organizzazione del Padiglione Italia per sostenere le aziende italiane interessate al mercato. Oltre all'obiettivo di ospitare un numero maggiore di aziende e quindi di rappresentare un più ampio spettro di prodotti made in Italy, è in programma l'allestimento di una "cooking station", presso la quale uno chef locale realizzerà dimostrazioni culinarie con l'impiego dei prodotti offerti in degustazione dalle aziende italiane partecipanti.





CRITICITÀ DI ACCESSO AL MERCATO

Conseguenza dell'insufficiente protezione delle Indicazioni Geografiche nel sistema normativo australiano è la diffusione del fenomeno dell'Italian Sounding, che causa danni a molte aziende italiane, costringendole a fronteggiare la concorrenza sleale causata dalla produzione australiana di prodotti evocanti nomi, colori e simboli del nostro Paese. Le autorità australiane sostengono che essendo l'Australia un Paese multiculturale, gli immigrati di origine italiana hanno diritto di preservare il loro retaggio culturale, consentendo di utilizzare termini italiani per la denominazione dei marchi a condizione che il consumatore non venga esplicitamente ingannato sull'effettiva provenienza del prodotto. La riproduzione dei colori della bandiera italiana accanto all'utilizzo di nomi italiani non rappresenta, secondo l'Australian Competition and Consumer Commission (ACCC), una prova sufficiente per determinare che il consumatore sia stato ingannato.



ACCORDO FTA (FREE TRADE AGREEMENT) UE - AUSTRALIA

L'Unione Europea è il secondo partner commerciale dell'Australia, la terza destinazione per l'esportazione di merci, il secondo mercato di esportazione di servizi e la principale fonte di investimenti esteri assieme a UK ed USA.

In trattativa da giugno 2018 è l'Accordo di libero scambio tra Australia ed Unione Europea, che in termini di interscambio commerciale vale AUD\$ 101 miliardi. Quando ratificato, l'accordo offrirà alle imprese europee e australiane opportunità commerciali significative per una vasta gamma di settori, con vantaggi che includono: l'eliminazione e/o la riduzione di tariffe all'esportazione di merci e servizi; la facilitazione degli investimenti; la trasparenza delle transazioni; gli standard normativi per una concorrenza leale; regole a supporto di settori emergenti quali l'e-commerce.

L'UE ha identificato tra le priorità nei negoziati il riconoscimento dell'origine geografica dei prodotti alimentari e dei marchi che identificano la qualità dei prodotti (DOP IGP):

si intende proteggere non tanto le denominazioni generiche ("prosciutto") bensì quelle collegate alle Indicazioni Geografiche tutelate dall'Unione europea con il regolamento (UE) 1151/2012 (Es: Pecorino Toscano DOP).

Una criticità del mercato è rappresentata dalla diversa percezione del tema delle IG in Australia, a differenza dei marchi, non ricevono particolare tutela normativa, in quanto non si riconosce al territorio di origine dei prodotti un peculiare valore storico e geografico tale da renderlo irripetibile altrove (come nel caso Prosecco DOP, che è prodotto anche in Australia con la stessa denominazione). La posizione australiana è al momento quella di equiparare le IG agli altri diritti di proprietà intellettuale, che come tali sono privati e che è responsabilità del titolare difendere contro i trasgressori. Per lo stesso motivo, nel packaging ed etichettatura (disciplinate dal Food Standards Code) l'Indicazione Geografica corrisponde meramente al Paese di provenienza, non rivestendo l'accezione più ampia nel senso comunitario di Denominazione di Origine di un prodotto, la cui specificità è il legame con una terra o con una lavorazione esclusiva.

Le negoziazioni hanno portato ad agosto 2019 alla pubblicazione della lista delle circa 400 Indicazioni Geografiche dei prodotti che l'Unione Europea intende proteggere (List of EU FTA Geographical Indications) e all'avvio di un periodo di consultazione pubblica durante il quale l'industria australiana poteva esprimere commenti e opposizioni. Tale fase si è chiusa il 13 novembre 2019 ed è stata gestita dal Department of Foreign Affairs and Trade (DFAT) e dal Department of Agriculture e del Department of Industry, Innovation and Science.

Le IG collegate ai vini non sono parte del Free Trade Agreement perché già protette sotto l'"Australia-EC Agreement on Trade in Wine", e quindi sono state escluse dalla consultazione pubblica. L'Italia spinge tuttavia per svincolare almeno il Prosecco dall'Accordo sui vini e inserirlo nel Free Trade Agreement tra UE ed Australia. La protezione del termine Prosecco vede tuttavia una forte opposizione da parte dell'industria vinicola australiana: la vendita di prosecco genera circa AUD\$ 100 milioni all'anno ed è destinata a crescere fino a AUD\$ 200 milioni entro il 2020. Le trattative saranno portate avanti nel corso del 2020 e del 2021.





FOCUS Tutela IG

Canada: la procedura di registrazione delle IG

Un sistema di autorizzazione per le IG aperto e agile, un'occasione già colta da due Consorzi italiani

a cura di Avv. Alberto Improda - Studio legale Improda Roma

La tutela delle Indicazioni Geografiche nel mondo, come noto, rappresenta una questione tanto economicamente importante quanto giuridicamente complessa. A livello internazionale, infatti, non esiste una procedura standard e universalmente armonizzata per il loro riconoscimento. Si può operare una distinzione di massima, sotto il profilo legale, tra sistemi che inquadrano le Indicazioni Geografiche nella normativa riguardante i marchi e sistemi che invece riconoscono ad esse lo status di istituti sui generis.

Il Canada rappresenta senz'altro, dal punto di vista commerciale, un mercato di straordinaria importanza per le produzioni di qualità italiane.

Il CETA (Comprehensive Economic and Trade Agreement), vale a dire il trattato di libero scambio tra il Canada e l'Unione Europea, è oggetto di valutazioni particolarmente discordanti: alcuni ne enfatizzano gli aspetti positivi per le nostre esportazioni, altri sottolineano in senso critico i considerevoli effetti in favore

delle aziende canadesi, altri ancora esprimono preoccupazione per i potenziali effetti negativi in termini di sicurezza alimentare e ambientale.

Certamente, dal punto di vista giuridico e operativo, il CETA rappresenta uno strumento estremamente interessante, in quanto scaturito da un accordo negoziale tra due realtà che inquadrano le Indicazioni Geografiche in modo molto diverso.

Mentre il Canada le inserisce nell'ambito della disciplina sui marchi, infatti, l'Unione Europea le ritiene portatrici di diritti ad hoc.

Il risultato scaturito dall'intesa tra le parti ha dato vita ad una normativa all'insegna di un sano pragmatismo, tale da superare le difficoltà scaturenti dalle diverse posizioni concettuali di partenza.

Di sicuro rilievo è la definizione di cui all'articolo 20.16 del trattato: "... si intende per Indicazione Geografica, le indicazioni che identificano un prodotto agricolo o alimentare come originario del territorio di una parte, o di una regione o località di detto

territorio, qualora una determinata qualità, la notorietà o altre caratteristiche del prodotto siano essenzialmente attribuibili alla sua origine geografica...".

Il CETA, come nella consueta logica degli accordi bilaterali dell'Unione Europea con i Paesi terzi, prevede un sistema di tutela basato sul meccanismo della protezione di lista, con l'impegno reciproco dei contraenti a proteggere le denominazioni indicate da ciascun Paese in appositi elenchi.



Alberto Improda

Avvocato e Docente in Proprietà Intellettuale. Managing Partner di Studio Legale Improda Avvocati Associati. Autore di saggi, articoli e interventi sulla materia.



Il CETA prevede che nuove denominazioni possano essere aggiunte alla lista delle DOP IGP tramite un negoziato tra le parti, cioè Unione Europea e Canada, ma il regolamento sui marchi introduce un sistema di autorizzazione aperto che offre una procedura “privatistica”, più agile e veloce, con cui i Consorzi possono iscrivere le loro produzioni in un apposito registro di Indicazioni Geografiche da tutelare.

Per la registrazione delle Indicazioni Geografiche, il CIPO (Canadian Intellectual Property Office), all’insegna di questa concreta operatività, prevede una procedura logica e snella, sostanzialmente riassumibile in cinque passaggi.

1. In primo luogo, naturalmente, occorre procedere alla presentazione della domanda. Sul sito del CIPO sono presenti due moduli standard, relativi a “wines or spirits” e a “agricultural products or food”. L’utilizzo di questi modelli, peraltro, non è obbli-

gatorio, ben potendo la richiesta essere presentata in una diversa forma scritta, purché proveniente dalla “responsible authority”. Contestuale alla domanda, che può riguardare una sola Indicazione Geografica, deve essere il pagamento delle tasse amministrative.

2. In secondo luogo, è previsto l’esame della richiesta ad opera del CIPO. L’esaminatore incaricato ha facoltà di chiedere al Ministero dell’agricoltura e dell’industria agroalimentare del Canada informazioni aggiuntive sulla qualità o sulla notorietà dell’Indicazione Geografica in esame.

3. In terzo luogo, in caso di conclusione in senso positivo del suddetto esame, avviene la pubblicazione sul sito del CIPO dello “Statement of the Minister”. Detto avviso riporta i dettagli, le caratteristiche ed i riferimenti dell’Indicazione Geografica proposta. La procedura di oppo-

sizione alla registrazione dell’Indicazione Geografica può essere attivata con apposita dichiarazione da qualsiasi soggetto interessato, nel termine di due mesi dalla data di pubblicazione dello Statement.

4. In quarto luogo, può appunto svolgersi, se del caso, questa “Objection Proceeding”. La procedura di opposizione presuppone il pagamento delle tasse amministrative e prevede la presentazione, a cura del soggetto richiedente, di una memoria difensiva. Sia la parte opponente sia l’autorità competente hanno la facoltà di svolgere attività probatoria, presentare osservazioni scritte e partecipare a un’audizione orale.

5. In quinto luogo, ove non venga presentata alcuna opposizione, ovvero questa venga ritirata o respinta, l’Indicazione Geografica in esame viene iscritta nell’elenco curato dal CIPO.



Il Prosciutto di Carpegna DOP ottiene la protezione con una procedura “privatistica”. Un esempio del CETA che funziona

A cura della redazione

Gli accordi bilaterali come il CETA rappresentano uno strumento estremamente interessante, frutto di un accordo negoziale tra realtà che inquadrano le Indicazioni Geografiche in modo molto diverso.

Questi accordi finiscono spesso sotto accusa perché inizialmente inseriscono solo le denominazioni di maggiore reputazione, ma nel caso del CETA è stata offerta da subito la possibilità di riconoscimento per

tutte le IG. Fin dal 2018, infatti, con l’entrata in vigore provvisoria del CETA, è stato possibile utilizzare la procedura introdotta dal Canada del nuovo sistema di riconoscimento legale per le Indicazioni

Geografiche che offre ai Consorzi di tutela la possibilità di depositare direttamente una domanda di protezione in Canada per alimenti o vini e alcolici, un'opzione che prima del CETA non esisteva. Una piccola ma agguerrita denominazione italiana, il Prosciutto di Carpegna DOP, ha saputo cogliere questa opportunità ed è diventata un esempio.

“Una DOP italiana, il Prosciutto di Carpegna DOP, mostra che il

CETA funziona” la dichiarazione del commissario europeo all'agricoltura Phil Hogan, nel 2019, portando ad esempio il prosciutto marchigiano di fronte al Consiglio dei ministri agricoli.

Il Prosciutto di Carpegna DOP ha ottenuto fin dal 2018 la protezione in Canada, semplicemente utilizzando la procedura del nuovo sistema di riconoscimento legale per le Indicazioni Geografiche.

Il costo dell'operazione nel 2018

per il Consorzio del Prosciutto di Carpegna è stato di 500 dollari canadesi (poco più di 330 euro) più le spese legali.



**Consorzio Prosciutto di Carpegna
c/o Carpegna Prosciutti**

Via Petricci, 6 - 61021 Carpegna (PU)
www.carpegna.com - info@carpegna.com
#prosciuttocarpegnadop

Anche i Salumi Piacentini DOP protetti dal marchio consortile sul mercato canadese

Nel mese di ottobre 2020 l'Istituzione Federale Canadese “Innovation, Science and Economic Development Canada” attraverso il Cancelliere incaricato dei marchi del CIPO (Canadian Intellectual Property Office), ha firmato il certificato di registrazione del logo “Piacentino – Piacentina” che accompagnerà i Salumi Piacentini DOP nel mercato canadese, difendendoli da qualunque imitazione. Un ottimo risultato del Consorzio di Tutela Salumi DOP Piacentini, che dopo la registrazione del marchio negli Stati Uniti, ottiene la registrazione anche

in Canada, mettendo a disposizione dei suoi associati un importante strumento per favorire l'esportazione del Salame Piacentino DOP, della Coppa Piacentina DOP e della Pancetta Piacentina DOP in un mercato strategico.

I benefici si apprezzeranno sia relativamente alla promozione, poiché attraverso il marchio si certificherà ai consumatori canadesi che i salumi contrassegnati sono espressione di una storica tradizione produttiva legata alla cultura locale che è garantita dal rigoroso rispetto dei disciplinari di produzione, sia in relazione

alla tutela poiché oggi si dispone di un titolo che consentirà di prevenire o reprimere abusi o usi illegali delle DOP pregiudizievoli per la filiera.



**Consorzio di Tutela Salumi DOP
Piacentini**

Piacenza Expo - Via Tirotti, 11
29122 Piacenza
www.salumidoppiacentini.com
info@salumidoppiacentini.it

#salumipiacentidop





L'Italia riparte dalla cultura agroalimentare

Eataly, Federdoc, Qualivita, Origin Italia e Treccani insieme per promuovere l'immagine delle eccellenze italiane nel mondo

a cura della redazione

Promuovere l'Italia enogastronomica attraverso un progetto nuovo per raggiungere i consumatori globali con percorsi di documentazione delle produzioni e dei territori, è il motivo per cui è stato siglato un accordo fra il grande patrimonio culturale di Treccani, il sistema di conoscenza sulle IG di Qualivita, la capacità di Eataly di creare un dialogo con i consumatori su scala globale e il mondo istituzionale dei Consorzi di tutela rappresentato da Federdoc e Origin Italia.

Queste cinque realtà molto diverse – ma da sempre impegnate nel promuovere l'immagine "Italia" – hanno siglato un accordo strategico per la valorizzazione del sistema agroalimentare di qualità, simbolo del patrimonio economico e culturale nazionale. Questa nuova alleanza ha l'obiettivo di organizzare in un ecosistema crossmediale, rendendo il mondo rurale italiano un patrimonio culturale accessibile al nostro Paese e al resto del mondo.

"I capolavori a Denominazione di Origine" è la prima iniziativa nata dall'accordo tra Eataly, Federdoc, Qualivita, Origin Italia, e Treccani, che propone ai consumatori un modello di informazione completo sulle oltre 830 denominazioni italiane del settore agroalimentare e vitivinicolo DOP IGP.

Bellanova: "Patto importante per promuovere e valorizzare le nostre eccellenze"

All'interno degli store italiani di Eataly, l'eredità culturale dei singoli prodotti viene raccontata attraverso grandi pannelli illustrati, un "manuale" con l'elenco aggiornato delle Denominazioni italiane, una brochure dedicata all'approfondimento sulle produzioni di qualità europee e etichette QR-code presenti sugli scaffali che accolgono i prodotti DOP IGP. Attraverso la galleria esposta tra gli scaffali di Eataly,

i consumatori sono accompagnati con immagini e testi, alla scoperta del "DNA culturale" delle Indicazioni Geografiche italiane. Attraverso l'utilizzo di QR-code sulle etichette dei prodotti a scaffale, l'iniziativa apre percorsi di conoscenza sulle produzioni e sui territori e rende accessibili approfondite "schede prodotto" multimediali, pubblicate sulla piattaforma qualigeo.eu, con le principali informazioni sulle denominazioni come metodo di lavorazione, storia, normative, caratteristiche nutrizionali e organolettiche. "I capolavori a Denominazione di Origine" offrono una possibilità di approfondimento a trecentosessanta gradi che, in linea con la nuova strategia europea del "Farm to Fork" si rivolge a un consumatore consapevole, interessato a etichette intelligenti e materiali informativi di qualità. Un'iniziativa che parte dall'Italia per coinvolgere progressivamente gli altri store di Eataly presenti in oltre 15 Paesi nel mondo.

Nicola Farinetti, *Amministratore Delegato Eataly*

Il racconto del made in Italy di qualità è il presupposto su cui si basa il modello di Eataly. Abbiamo creato punti vendita in grado di ospitare percorsi di approfondimento con l'obiettivo di dare ai nostri clienti occasioni per diventare più consapevoli attraverso ogni esperienza vissuta insieme a noi. Accogliamo questo progetto con grande soddisfazione avendo la possibilità di collaborare con i maggiori rappresentanti delle DOP e IGP italiane.

Riccardo Ricci Curbastro, *Presidente Federdoc*

Con l'iniziativa "I capolavori a Denominazione di Origine", Eataly, Federdoc, Origin Italia, Fondazione Qualivita e Treccani, sanciscono un'alleanza strategica che si propone di rilanciare l'immagine del made in Italy agroalimentare e vitivinicolo di qualità in Italia e all'estero, attraverso una suggestiva e innovativa narrazione dei prodotti DOP IGP e dei rispettivi territori d'origine. Un progetto ambizioso, frutto di una collaborazione sinergica quanto mai necessaria nel comparto eno-agroalimentare.

Cesare Mazzetti, *Presidente Qualivita*

Questa iniziativa rappresenta un grande valore per la Fondazione Qualivita che celebra proprio in questi giorni l'anniversario dei 20 anni di attività a sostegno del settore DOP IGP. Abbiamo sempre creduto che le IG del Paese rappresentino sia la tradizione che l'identità culturale dei territori; per questo motivo è importante accompagnare la valorizzazione dei prodotti agroalimentari e vitivinicoli DOP IGP con un'informazione approfondita.

Cesare Baldrighi, *Presidente Origin Italia*

Oggi che le sfide sono più che mai planetarie, è necessario che il sistema agroalimentare delle eccellenze italiane, con particolare riferimento a quelle DOP IGP, faccia sinergia e parli a una sola voce in termini di promozione e valorizzazione di un patrimonio che non è solo agricolo ma anche e soprattutto culturale. Come rappresentanti istituzionali del mondo dei Consorzi, abbiamo una forte responsabilità nei confronti delle imprese del comparto, dei cittadini e dei consumatori.

Massimo Bray, *Direttore Generale Treccani*

"I capolavori a Denominazione di Origine" vuole stimolare un pubblico sempre più numeroso alla scoperta e all'apprezzamento di sinergie tra il comparto agroalimentare e vitivinicolo italiano e il mondo della cultura. Sono convinto che questo comparto produttivo, che è impegnato in grandi sfide internazionali, necessiti, soprattutto in questo momento, di risposte e idee nuove, sia sul piano della tutela che della valorizzazione dell'identità culturale di cui è straordinario portavoce nel mondo.

Paolo De Castro, *Parlamentare Europeo e presidente del Comitato scientifico di Qualivita*

Il crescente peso specifico del binomio gastronomia-cultura, in un'Italia che è patria e culla di tradizioni alimentari riconosciute nel mondo, è oggi parte integrante del nostro Paese. E questa identità è una distintività che si traduce in un vantaggio commerciale e di mercato. La partnership fra Eataly, Federdoc, Fondazione Qualivita, Origin Italia e Treccani, rappresenta un'ulteriore occasione per promuovere in senso lato la cultura italiana.

Manlio Di Stefano, *Sottosegretario Ministero degli Esteri*

L'agroalimentare rappresenta la prima filiera dell'economia italiana, con 538 miliardi di euro di fatturato, pari al 25% del Pil nazionale, e il secondo comparto per volumi di export, con 44,6 miliardi di euro. Questi risultati sono raggiunti anche grazie a una produzione che mette l'accento sulle specificità del nostro territorio e fa della qualità la propria bandiera: la qualità e la comunicazione della qualità.

Teresa Bellanova, *Ministra delle Politiche agricole alimentari e forestali*

Il sistema delle Indicazioni Geografiche è uno snodo strategico delle politiche di sviluppo agroalimentare del Paese. Conferma il legame indissolubile tra cibo e territorio e mette in campo un'economia straordinaria. L'alleanza di cinque realtà importanti, unite per promuovere questo sistema all'estero, è un'ottima notizia. Il made in Italy parla al mondo così: cibo di eccellenza, territori di grande bellezza, cultura enogastronomica, distribuzione di qualità.



vai alla pagina del progetto



Il francobollo dedicato al Cioccolato di Modica IGP

Primo e unico cioccolato ad ottenere l'IGP protagonista di un francobollo commemorativo emesso dal MISE

a cura di Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato

È stato recentemente emesso da parte del Ministero dello Sviluppo Economico un francobollo ordinario appartenente alla serie tematica “Eccellenze del sistema produttivo ed economico” dedicato al Cioccolato di Modica IGP. Su esplicita richiesta del Direttore Generale del Consorzio Nino Scivoletto, accolta dal Presidente della Commissione per lo studio e l'elaborazione delle carte-valori postali, il Poligrafico ha realizzato un francobollo commemorativo del riconoscimento del Cioccolato di Modica come Indicazione Geografica Protetta.

Il 15 ottobre si è svolto l'evento celebrativo dell'emissione del francobollo dedicato al pregiato cioccolato presso il complesso di Via Principe Umberto a Roma, un patrimonio di inestima-

bile valore storico e culturale, inaugurato nel 1911 come sede della prima Zecca d'Italia. Dopo la dismissione avvenuta nel 2005, l'edificio è stato recentemente coinvolto in un progetto di recupero e valorizzazione con l'obiettivo di restituire ai cittadini un luogo di aggregazione e di confronto culturale e sociale.

Riportati gli elementi distintivi della città, dell'IGP e del Passaporto Digitale

Il francobollo commemorativo riporta gli elementi distintivi della città di Modica e del cioccolato modicano, oltre al marchio che contraddistingue i prodotti IGP nell'Unione Europea e un codice QR per l'attivazione del

video “Il Passaporto Digitale del Cioccolato di Modica IGP – Nuovi traguardi per la tracciabilità agroalimentare”.

Il francobollo, infatti, è frutto di una preziosa collaborazione tra il Consorzio del Cioccolato di Modica e il Poligrafico nata nel 2018, in concomitanza con il riconoscimento IGP, e mirata alla valorizzazione e alla tutela del cioccolato modicano. Con l'obiettivo di proteggerne l'identità e la qualità dalle più disparate forme di contraffazione, il Poligrafico come garante della fede e della salute pubblica e in qualità di ente terzo indipendente rispetto alle dinamiche e agli interessi di mercato, ha realizzato una soluzione per la tracciabilità e l'anticontraffazione denominata Passaporto Digitale.

Con l'adesione del Consorzio insieme all'Organismo di controllo CSQA Certificazioni e a tutta la filiera, la soluzione prevede un contrassegno identificativo del prodotto unitamente all'App Trust Your Food® ad esso collegata. Il contrassegno è realizzato dal Poligrafico con tecnologie di stampa assimilabili a quelle impiegate per la produzione di banconote e riporta una codifica univoca per assicurare l'identificazione e la tracciabilità di ciascuna barretta di cioccolato lungo tutta la catena distributiva fino al consumatore finale. Il contrassegno rappresenta anche un elemento distintivo del prodotto, in grado di conferirgli valore grazie ad una grafica personalizzata che riprende i colori e le immagini legati alla secolare tradizione artigianale della produzione del cioccolato, come l'immagine stilizzata dello spianatoio utilizzato dagli artigiani di Modica per lavorare la pasta di cacao. La stessa grafica è ripresa dal francobollo unita all'introduzione di due simboli della città, la celebre torre dell'orologio adiacente al castello dei conti di Modica, e di una riproduzione della barretta del pregiato cioccolato. Secondo il Direttore del Consorzio

Nino Scivoletto: "L'emissione del francobollo dedicato al nostro cioccolato è un altro importante risultato che segue il riconoscimento della Indicazione Geografica Protetta nel 2018 e il Passaporto Digitale nel 2019. La collaborazione con il Poligrafico dello Stato e la Fondazione Qualivita, il rapporto con CSQA Certificazioni, Organo di controllo, e l'assistenza fin dal primo momento della CNA, sono stati i pilastri sui quali si è fondato questo successo. Tutto è stato facilitato e reso possibile dalla rete di relazioni attivate dalla Direzione del Consorzio, con le istituzioni a tutti i livelli: dal Comune di Modica alla Regione Siciliana, dal Ministero delle politiche agricole alla Commissione Europea. Il rapporto di collaborazione, quotidiana tra il Consorzio e il Comune di Modica, negli ultimi sette anni può certamente definirsi, la carta in più, quella 'vincente' – prosegue il Direttore del Consorzio, in merito alla storia secolare della famosa produzione del cioccolato –. Dal 1746, per dirla con Grazia Dormiente, Direttore Culturale del Consorzio, le mani di operosi artigiani, maestri cioccolatieri, hanno tramandato una preziosa tecnica di

lavorazione che continua, a distanza di secoli, a regalare ai palati sempre più esigenti, un prodotto eccellente, dalle tante qualità note e di tante altre, di natura salutistica, alla cui 'scoperta' stanno lavorando insigni studiosi di tutto il mondo. Il futuro ci vedrà impegnati a tutelare il prodotto dalla contraffazione dilagante, sorretti dalla geniale innovazione posta dall'IPZS, a sostegno del Passaporto Digitale e che, grazie all'applicazione di un contrassegno, rende unica ogni barretta di cioccolato di Modica IGP".

In un momento storico di ritrovata sensibilità ai temi di autenticità, qualità e genuinità dei prodotti, soprattutto del settore alimentare, valorizzare le eccellenze nazionali e favorire la diffusione di informazioni chiare, complete e sicure sulle filiere di qualità rappresenta una soluzione strategica per attirare il consumatore ma soprattutto contribuire a tutelarne la salute e la sicurezza. A questo scopo, l'App Trust Your Food® – collegata al contrassegno per l'agrifood – semplifica la comunicazione tra cittadino e filiera attivando la rintracciabilità di prodotto e favorendo il contatto diretto di tutti i soggetti coinvolti, dal produttore al consumatore.



AGROQUALITÀ E POLIGRAFICO, IN CAMPO PER VALORIZZARE LA QUALITÀ CERTIFICATA NEL SETTORE WINE

Nel settore vitivinicolo, il Passaporto Digitale tutela le produzioni di eccellenza italiane grazie ad un contrassegno specifico per vini a DOCG e DOC e all'attivazione dell'App Trust Your Wine® tramite scansione, digitazione o dettatura del codice identificativo del contrassegno. Il prezioso patrimonio informativo sulla provenienza e la qualità certificata dei vini a denominazione, veicolato attraverso l'interazione tra contrassegno di Stato e App, si è di recente ampliato grazie alla collaborazione virtuosa e fattiva con l'Organismo di Certificazione Agroqualità.

"Agroqualità SpA crede molto nel Passaporto Digitale e alla tutela delle eccellenze italiane" dichiara il dott. Manzo, Responsabile Nazionale Schema Vino di Agroqualità SpA, e prosegue "pertanto ha deciso di aderire al progetto Trust Your Wine® per tutte le DOC e DOCG di propria competenza. Ad oggi, contiamo 27 denominazioni che utilizzano i contrassegni di Stato. Credere nella digitalizzazione è oramai un

obbligo che non possiamo trascurare visti i tempi di forte evoluzione. Far fronte comune con le istituzioni e con tutte le associazioni è l'unico obiettivo che dobbiamo avere per tutelare i consumatori e i produttori dalle eventuali frodi. Trust Your Wine® corona l'ultima fase della certificazione e della tracciabilità e molti fruitori ad oggi non conoscono i processi, le leggi e i controlli che si celano dietro ogni singola bottiglia di vino; grazie a quest'App speriamo di raggiungere più utenze possibili al fine di spiegare, in modo semplice, un processo lungo e di gran valore."

Per le denominazioni vinicole di eccellenza legate ai territori di Abruzzo, Campania e Piemonte, quindi, tutte le principali informazioni di rintracciabilità della singola bottiglia fornite da Agroqualità sono immediatamente fruibili al cittadino tramite l'App Trust Your Wine®. E non solo. L'App valorizza ulteriormente il prodotto offrendo la possibilità di verificare i dati in etichetta (evidenziando i tentativi di frode) e di consultare approfondimenti sul prodotto stesso e sul territorio grazie al collegamento con la banca dati Qualigeo. Trust Your Wine® è un servizio gratuito e utilizzabile tramite dispositivi mobile Android/iOS.



buone pratiche



Tracciabilità assoluta per la filiera suinicola DOP

Forte passo avanti con il sistema dei controlli voluto dai Consorzi del Prosciutto di Parma DOP e del Prosciutto di San Daniele DOP

a cura della redazione

Trasparenza, identificazione e tracciabilità lungo tutto il sistema produttivo delle denominazioni Prosciutto di San Daniele DOP e Prosciutto di Parma DOP grazie all'adozione di un sistema di rintracciabilità completamente informatizzato (Registro Italiano Filiera Tutelata) che rappresenta la struttura portante dei nuovi piani dei controlli attivi dal 1 gennaio 2020. È questo l'importante punto di arrivo raggiunto grazie al Report Filiera Suinicola, il primo resoconto, pubblicato a cadenza mensile, con i dati fondamentali della filiera a Denominazione di Origine, realizzato attraverso la condivisione di informazioni controllate, certe e affidabili dalla fase di nascita dei suini fino alla omologazione delle cosce.

Un progetto concretizzato grazie alla volontà dei Consorzi di tutela, alla collaborazione di tutti gli operatori e

delle associazioni che li rappresentano e alla cooperazione e condivisione delle informazioni fra gli enti di certificazione CSQA (per il Prosciutto di Parma DOP) e IFCQ (per il Prosciutto di San Daniele DOP).

Resoconto mensile dei dati della filiera DOP dalla nascita dei suini alle cosce omologate

Un risultato sostanziale che rende pubbliche per la prima volta, le informazioni complete della filiera suinicola a Indicazione Geografica. Un atto di trasparenza totale verso il consumatore e gli altri stakeholder, frutto di un importante percorso di evoluzione iniziato il 1 gennaio 2020 con l'approvazione del nuovo piano dei controlli approvato dal Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali.

Un sistema frutto di un rigoroso processo di selezione e controllo che coinvolge oltre 3.913 operatori riconosciuti (allevamenti e macelli) ed è riassumibile in questi numeri che riguardano i primi sei mesi del 2020: 5.238.631 suini tatuati, 3.636.825 suini macellati conformi, per 5.326.060 cosce omologate per la produzione di prodotti a base di carne delle filiere a Indicazione Geografica. Dati che rappresentano le dimensioni della filiera, l'andamento produttivo, le fluttuazioni nel corso dell'anno, la disponibilità di materia prima. Numeri di grande importanza e rilievo per due grandi prodotti a Denominazione di Origine del made in Italy agroalimentare che si racconta anche attraverso un'operazione di tracciabilità e trasparenza di dati mai resi disponibili al mercato fino ad oggi.

Vittorio Capanna, *Presidente del Consorzio Prosciutto di Parma*

La buona salute di una filiera deriva anche dalla fiducia tra gli operatori che la costituiscono e dalla consapevolezza reciproca di lavorare correttamente per un bene comune. Il nuovo Registro Italiano Filiera Tutelata è infatti in grado di assicurare una maggiore trasparenza e chiarezza nei rapporti di filiera. È per noi un altro importante tassello del piano di rilancio del nostro comparto iniziato un anno fa che, unitamente alle modifiche del Disciplinare e al nuovo Piano di controllo, punta a caratterizzare ulteriormente il Prosciutto di Parma DOP e a rafforzare il sistema di prevenzione delle frodi per garantire al consumatore un prodotto più sicuro.



Giuseppe Villani, *Presidente del Consorzio del Prosciutto di San Daniele*

Per il Prosciutto di San Daniele DOP assumono sempre maggiore importanza i dati resi oggi ancora più oggettivi e trasparenti grazie all'adozione del portale RIFT - Registro Italiano Filiera Tutelata per la tenuta e registrazione di tutti i numeri della filiera DOP, consentendo agli operatori di conoscere in tempo reale anche i risultati dell'attività di controllo. Tutto ciò per una nuova consapevolezza sull'andamento della filiera DOP ed in prospettiva del mercato.



Pietro Bonato, *AD e Direttore Generale di CSQA Certificazioni*

La trasparenza dei dati è una scelta importante volta a creare fiducia tra le parti e verso il mercato. Abbiamo operato molto e in modo sinergico per raggiungere questo risultato con l'impegno profuso dei collaboratori e gli operatori della filiera che hanno applicato rigorosamente i nuovi piani di controllo e le nuove modalità operative. Questo risultato rappresenta un eccellente modus operandi a dimostrazione che il lavoro di squadra funziona e produce benefici all'intero settore aumentando la credibilità e la garanzia del made in Italy.



Ludovico Picotti, *Amministratore unico di IFCQ*

L'informatizzazione della filiera suinicola tutelata è stata alla base della riforma del sistema dei controlli del Prosciutto di San Daniele DOP. Il portale RIFT è strumento innovativo di garanzia di tracciabilità, trasparenza e immediatezza nella acquisizione a sistema dei dati degli operatori delle DOP, oltre che essere di supporto alla attività ispettiva. Il RIFT consente il rapido monitoraggio delle produzioni DOP di filiera, a maggior tutela del consumatore finale.



REPORT FILIERA SUINICOLA CERTIFICATA

PRINCIPALI DATI DEL I SEMESTRE 2020 RELATIVI AI PRODOTTI ITALIANI DOP IGP A BASE DI CARNE





buone pratiche



Nuova partnership tra le due grandi IG del Centro-Sud Italia

Grand Tour d'Italia: Mozzarella di Bufala Campana DOP e Pasta di Gragnano IGP in viaggio tra le diversità regionali

a cura della redazione

Due delle più grandi Indicazioni Geografiche agroalimentari del Centro-Sud Italia hanno siglato un accordo di collaborazione per dar vita a un polo di tutela e valorizzazione della Mozzarella di Bufala Campana DOP e della Pasta di Gragnano IGP. Una sinergia tra due denominazioni di prestigio del made in Italy tra le più conosciute e apprezzate in tutto il mondo che fanno da traino non solo al settore agroalimentare, ma anche a quello turistico del nostro Paese. L'accordo prevede la collaborazione ufficiale tra il Consorzio per la Tutela della Mozzarella di Bufala Campana DOP e il Consorzio per la Tutela della Pasta di Gragnano IGP per l'esecuzione delle attività di vigilanza, tutela, promozione e valorizza-

zione delle rispettive DOP e IGP e per creare sinergie in merito alle principali attività istituzionali di cui sono incaricati.

Una sinergia per una realtà che vale circa 1 miliardo di euro

Nell'ambito della promozione e comunicazione le due realtà hanno già attivato collaborazioni di successo. Il "Grand Tour d'Italia" ne è un esempio, un viaggio tra la cultura e l'enogastronomia della penisola, per capire come vengono utilizzate dagli chef di vari ristoranti italiani la Mozzarella di Bufala Campana DOP e la Pasta di Gragnano IGP. La nuova web-serie a puntate, è uno dei progetti frutto dell'accordo di

collaborazione tra i due principali Consorzi per la tutela di DOP e IGP agroalimentari del Centro-Sud Italia che vale circa un miliardo di euro. Il "Grand Tour d'Italia" è un videoracconto con gli chef di nove regioni italiane e si traduce in un viaggio che attraversa l'Italia da Nord a Sud alla scoperta di luoghi, cucine e abbinamenti originali. Il risultato è un tour della bellezza, in cui i due tesori del Sud si contaminano con le tradizioni dei vari territori del Paese, ammodernando piatti e ricette, grazie all'utilizzo della Mozzarella di Bufala Campana DOP e della Pasta di Gragnano IGP. Un'occasione inoltre per ammirare paesaggi e luoghi di fascino dal punto di vista storico-artistico, ma anche turistico e paesaggistico.

Le due eccellenze sono state cucinate a oltre 2 mila metri di altitudine, al rifugio Boch sulle Dolomiti del Brenta e sono diventate un gelato a Firenze e tutto si concluderà con l'interpretazione del maestro Alfonso Iaccarino. Le varie tappe, in continuo aggiornamento, si possono guardare online sul sito www.bufalacampanaepastadigragnano.it. Questo format potrà essere sviluppato anche all'estero, facendo incontrare i due prodotti italiani con la gastronomia di altre culture.

Domenico Raimondo, Mozzarella di Bufala Campana DOP: "Un progetto che testimonia come il cibo sia cultura"

"Questo nuovo progetto – commenta Domenico Raimondo, presidente del Consorzio di tutela Mozzarella di Bufala Campana DOP – testimonia ancora una volta che il cibo è cultura e che Mozzarella di Bufala Campana DOP e Pasta di Gragnano IGP sono elementi iconici per tutta l'Italia e ben oltre i confini nazionali. Una conferma importante in un momento difficile per tutti, che ci spinge a insistere ancora di più sulla strada delle sinergie istituzionali, anche per intercettare le nuove esigenze dei consumatori emerse dall'emergenza Coronavirus".

Giuseppe Di Martino, Pasta di Gragnano IGP: "L'importanza di sapersi muovere in sinergia"

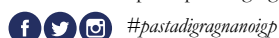
"Il nostro è un Paese straordinariamente biodiverso – aggiunge Giuseppe Di Martino, presidente del Consorzio di tutela della Pasta di Gragnano IGP – questo viaggio gastronomico guidato dalla Pasta di Gragnano IGP e dalla Mozzarella di Bufala Campana DOP racconta e valorizza l'Italia nelle sue specificità territoriali e geografiche. Un'operazione che assume un'ulteriore valenza in questo particolare periodo storico, operando su base collettiva a beneficio delle nostre eccellenze alimentari, del territorio e del consumatore".



I presidenti dei due Consorzi,
Giuseppe Di Martino e Domenico Raimondo



Consorzio di tutela della Pasta di Gragnano IGP
Via T. Sorrentino, 26
80054 Gragnano (NA)
www.consorziogragnanocittadellapasta.it
www.bufalacampanaepastadigragnano.it



Consorzio per la tutela della Mozzarella di Bufala Campana
c/o Reggia di Caserta - Regie Cavallerizze
Via Gasparri, 1- Caserta (CE)
www.mozzarelladop.it
www.bufalacampanaepastadigragnano.it



Un Consorzio che valorizza i giovani e le donne. Un esempio di "cervelli" che tornano.

Silvia Mandara

Vicepresidente del Consorzio per la tutela della Mozzarella di Bufala Campana DOP

Dal trasferimento della sede consortile nelle prestigiose Regie Cavallerizze del Palazzo Reale di Caserta, alla collaborazione con il Consorzio Pasta di Gragnano IGP, il Consorzio di tutela della Mozzarella di Bufala Campana DOP si conferma particolarmente attivo e in evoluzione, grazie anche alla grande attenzione rivolta ai giovani. Nel nuovo Cda composto da 11 consiglieri, 7 sono under 35; 2 le donne tra cui la vicepresidente del Consorzio. Consortium ha

sentito la giovanissima vicepresidente Silvia Mandara. "Sono particolarmente onorata di essere stata nominata vice presidente – afferma Mandara – e mi impegnerò al massimo; nel nuovo Cda del Consorzio c'è anche Carmen Iemma, siamo un esempio di giovani andati all'estero per studi e formazione, che hanno però scelto di tornare in Italia per seguire le aziende di famiglia. Il Consorzio sta puntando molto sui giovani. La nostra filiera è composta per il 39% di addetti under 32 (dati 2019, +2% rispetto al 2018); il 30% sono donne, anche in ruoli apicali nelle aziende e comunque, nel totale della filiera, il 41% ha tra i 32 e i 50 anni. Anche la nostra scuola di formazione per casari segue questo trend, i primi diplomati alla Scuola di Formazione del Consorzio di tutela, sono due 'casare', di 20 e 30 anni".



"NutriInform Battery", la risposta italiana al "Nutri-Score"

La proposta per un sistema di etichettatura più completo e veritiero, per evitare messaggi semplicistici e fuorvianti e fornire informazioni utili sugli alimenti

di Oreste Gerini - Direzione generale della prevenzione e del contrasto alle frodi agro-alimentari del Mipaaf

A livello di Unione Europea si sta discutendo con crescente interesse in merito all'adozione di un sistema armonizzato di etichettatura nutrizionale fronte pacco dei prodotti alimentari (FOPNL – Front of Pack Nutrition Labelling).

Un sondaggio realizzato dalla Presidenza tedesca ha evidenziato che una larga maggioranza della popolazione dell'Unione sarebbe favorevole a un sistema di etichettatura nutrizionale armonizzato a livello europeo, pur con molti distinguo tra i diversi Paesi, anche se la maggioranza di questi si sono espressi a favore di regole uniformi piuttosto che di regole nazionali.

Diversi sono i sistemi di FOPNL all'esame, sia a livello comunitario che a livello nazionale: proviamo ad affrontare lati positivi e negativi dei sistemi "Nutri-Score", "NutriInform" e "Keyhole".

Partiamo dal "Nutri-Score": cosa significa e come funziona il sistema.

Il **Nutri-Score** è un sistema informativo, sviluppato da ricercatori dell'università di Parigi (ma appoggiato anche da Germania ed altri Stati europei), ideato con lo scopo di aiutare il consumatore a seguire abitudini alimentari più salutari. Prevede che, posto sul lato frontale della confezione di un prodotto, sia indicato il valore nutrizionale con una scala di cinque colori che vanno dal rosso



Ecco il logo del Nutrinform, l'etichetta fronte-pacco facoltativa italiana



al verde e a cui corrispondono le prime cinque lettere dell'alfabeto, A-B-C-D-E.

La valutazione Nutri-Score di un alimento viene calcolata (al momento senza precisazioni sulla sua obbligatorietà o meno, e neppure sulla esclusione del sistema dei prodotti DOP e IGP) sulla base del contenuto di sostanze benefiche per la salute (es. frutta e verdure), e di quelle invece che devono essere limitate (es. acidi grassi saturi, zuccheri, sale) in 100 grammi dell'alimento stesso. Sulla base del punteggio calcolato viene attribuito all'alimento sia un colore che una lettera. Per esempio, l'olio d'oliva viene classificato con il miglior punteggio possibile tra gli oli vegetali (ma comunque nella categoria C o D), ed è quindi migliore dell'olio di soia, girasole e mais, classificati in D, e dell'olio di cocco e di palma e del burro, classificati nella categoria E.

Alcuni ricercatori italiani, come pubblicato da "Cittadino oggi - Corriere nazionale", hanno deciso di rendere pubblico il loro punto di vista sull'etichetta Nutri-Score: "Confidiamo che i consumatori, i politici e le autorità sanitarie italiane comprendano il reale significato del sistema Nutri-Score al di là delle strumentali polemiche politiche di questi giorni". Sono Paolo Vineis, Imperial College, Londra; Elio Riboli, Humanitas University, Milano; Walter Ricciardi, Uni-

versità Cattolica del Sacro Cuore, Roma; Mauro Serafini, Università degli Studi di Teramo; Silvio Garrattini, Istituto di Ricerche Farmacologiche Mario Negri, Milano.

Il punteggio Nutri-Score discriminerebbe la qualità nutrizionale dei prodotti

Il punteggio Nutri-Score, secondo gli stessi ricercatori, avrebbe una base scientifica molto solida. "Il suo formato a 5 colori (dal verde al rosso) abbinato a 5 lettere (dalla A alla E) lo rende uno strumento semplice, intuitivo e comprensibile". Nutri-Score, si legge ancora nell'articolo, non è quindi un "complotto dell'Unione Europea" né un'arma contro la Dieta Mediterranea che, nella sua versione originale, è un modello alimentare condiviso dai nutrizionisti di tutto il mondo.

Come si legge su "Il fatto alimentare" il Nutri-Score apparirebbe efficace nel discriminare la qualità nutrizionale dei prodotti, sia all'interno delle varie categorie, sia tra un gruppo e l'altro. "I bollini si distribuiscono nelle varie categorie in maniera coerente con le raccomandazioni delle linee guida alimentari nazionali e internazionali. In generale, oltre il 96% dei prodotti del gruppo "verdura e derivati" e il 91% di quelli del gruppo "frutta e derivati" ottengono una A o B. Per i legumi e i derivati la

percentuale sale al 100%. Quasi la totalità del pesce sarebbe al 90%. Invece, quasi nove prodotti su 10 della categoria "zucchero e dolci" otterrebbe giudizi dalla C alla E. Nella sezione "grassi e oli", oltre l'80% dei prodotti si classifica tra la D e la E, con un migliore posizionamento degli oli vegetali rispetto ai grassi animali. Solo un quarto degli oli vegetali ottiene una C gialla, il miglior giudizio possibile per un prodotto di questa categoria.

Evidentemente non si è pensato che molti prodotti italiani, che costituiscono la punta di diamante del nostro agroalimentare nel mondo, con la valutazione Nutri-Score, avrebbero una valutazione negativa. Molti prodotti a Indicazione Geografica come Prosciutto di Parma DOP o Prosciutto di San



Oreste Gerini

Laureato in Scienze Agrarie, ha lavorato nell'attuale ICQRF dall'11 luglio 1988. Attualmente è a capo della Direzione generale per la promozione della qualità agroalimentare e dell'ippica del Mipaaf.



Daniele DOP, Grana Padano DOP, Parmigiano Reggiano DOP, Gorgonzola DOP, Mozzarella di Bufala Campana DOP, gli oli di Oliva anche a DOP o IGP, sarebbero tra i prodotti collocati nella zona tra l'arancio e il rosso, quindi preferibilmente da non consumare in una dieta sana.

Il sistema è giustificato, dai suoi promotori, come un modo per portare informazioni immediatamente percepibili agli strati della popolazione con scarsa educazione alimentare, classificando la salubrità di un alimento per mezzo di sfumature di colore che, ricordo, vanno dal verde (sicuro) al rosso (pericoloso), colorazioni determinate attraverso algoritmi di calcolo applicati al contenuto di alcuni componenti (grasso, sale, energia, zuccheri) in 100 grammi di uno specifico alimento.

La posizione italiana, e anche la mia, è assolutamente contraria a questo sistema, come la Ministra Bellanova ha recentemente dichiarato alla Commissione europea alla Salute in un confronto bilaterale. Penso che, pur nella condivisione del principio di portare a conoscenza dei consumatori le caratteristiche nutrizionali del prodotto che stanno acquistando, non è Nutri-Score il sistema che raggiunge lo scopo. Pensiamo all'olio extravergine di oliva. Un cittadino ha dal medico il suggerimento di consumare, nella propria alimentazione quotidiana, olio extra vergine di oliva. Va ad acquistare l'olio e trova una etichetta con il sistema Nutri-Score che lo definisce alimento "negativo" se non, addirittura, pericoloso. Perché? Perché il sistema Nutri-Score lo valuta in base al contenuto in grassi di 100 g di prodotto e non, come in realtà andrebbe fatto sul quantitativo mediamente consumato, cioè su due o 3 cucchiaini giornalieri.

Nell'immagine a fianco qualche esempio, tratto da internet, dei prodotti promossi o bocciati secondo il metodo Nutri-Score. Tra pericolosi e molto pericolosi salumi e formaggi, ottimi Pepsi Cola light, Coca Cola zero e Red Bull sugar free. Le considerazioni le lascio tutte al lettore...

La risposta italiana a questo semplicistico e pericoloso sistema (ciò che nessuno scrive in questi termini, ma che così può essere tradotto "pensato per i cittadini europei più disinformati") è il sistema **NutrInform** basato su informazioni volontariamente fornite dall'Operatore del settore Alimentare al consumatore attraverso un sistema "a batterie": è in corso di emanazione il decreto interministeriale (Ministro dello sviluppo economico, Ministro della salute, Ministro delle politiche agricole, alimentari e forestali) che introdurrà nel nostro regolamento la possibilità di informare, volontariamente, il consumatore in merito al contenuto di energia, grassi, zuccheri e sale con una "porzione", e non con 100 grammi, dell'alimento in questione.

Il sistema "a batterie" previste nel decreto che è in corso di pubblicazione, è rappresentato nel modo raffigurato nella pagina precedente.



Oreste Gerini, Mipaaf

Cosa significa?

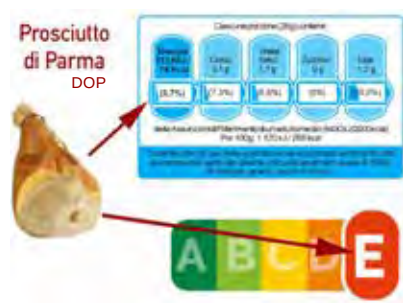
L'operatore del settore che ha messo in commercio il prodotto che ho intenzione di acquistare, mi informa sulle caratteristiche e proprietà dell'alimento stesso dando indicazioni sul quantitativo di energia, grassi, grassi saturi, zuccheri e sale che assumerò con una porzione (e, ripeto, non con 100 grammi dello stesso come da sistema Nutri-Score; 100 g sono un'esagerazione, ad esempio, per l'olio, una sottostima per una pizza) dell'alimento in questione rispetto alla dose giornaliera raccomandata. Verrà fornita l'informazione sia in forma numerica, con indicazione della percentuale della dose raccomandata di assunzione giornaliera dei singoli componenti, sia in forma grafica con il grado di "carica" della batteria.

Vediamo un esempio, trovato anche in questo caso sulla rete, della valutazione secondo i sistemi Nutri-Score e NutrInform delle proprietà nutrizionali e salutistiche di una delle eccellenze dell'agroalimentare italiano, il Prosciutto di Parma DOP.

focus

sistemi a confronto

valutazione Nutri-Score e NutrInform del Prosciutto di Parma DOP



Secondo il sistema Nutri-Score si tratta di un prodotto assolutamente "negativo" per la salute, perché valutato secondo le sostanze apportate da 100 g di prodotto. E secondo il sistema NutrInform? La valutazione è fatta su un quantitativo ipotetico di prosciutto consumato pari a 28 grammi. 28 grammi di prosciutto (2-3 fette) apportano, nella dieta complessiva di un

adulto medio, il 3,7% dell'energia necessaria giornalmente, il 7,3% di grassi, l'8,6% di grassi saturi, 0% di zuccheri e il 20,5% di sale. Quindi, tutto meno che un alimento pericoloso.

Il consumatore dovrà costruire la sua "dieta equilibrata" tenendo conto della composizione dei diversi alimenti che consuma durante la giornata, stando attento a quando la batteria dei 5 indicatori, con i diversi apporti dei vari prodotti ingeriti, si avvicina alla "carica completa". Certo non è un indicatore immediato, ma è un indicatore preciso e reale. Se nella dieta, in generale, troppo sale fa male, consumarne il giusto quantitativo non avrà certamente effetti negativi sulla salute, fatti salvi, naturalmente, i casi in cui un consumatore è affetto da patologie che ne sconsigliano completamente l'ingestione.

Questo esempio è esemplificativo del perché l'Italia sia assolutamente contraria all'utilizzo, anche in forma facoltativa, del sistema Nutri-Score sui prodotti DOP e IGP, le eccellenze della nostra produzione agroalimentare, i prodotti più contraffatti e imitati nel mondo, che devono, per espressa previsione normativa, avere una specifica composizione quanti-qualitativa e non un'altra, più o meno light. Su questo tema i nostri rappresentanti nelle istituzioni comunitarie dovranno essere intransigenti e non dovranno permettere lo svilimento di prodotti con la loro classificazione come pericolosi sulla base di un calcolo matematico studiato a tavolino.

Recentemente è stato proposto ai servizi della Commissione (dall'Islanda) un ulteriore sistema volontario di etichettatura degli alimenti che, secondo i proponenti, aiuterebbe i consumatori a fare migliori scelte dietetiche basate sul contenuto in di grasso, zucchero, sale e fibre negli alimenti stessi. Il sistema è chiamato "Keyhole", e si basa sulle abitudini alimentari di alcuni paesi nordici (Svezia, Norvegia, Danimarca e Islanda) ed ha le sue basi scientifiche nelle "Nordic Nutrition Recommendations".



Keyhole

Il simbolo grafico, come dice il nome, è il buco di una serratura.

Nell'allegato alla proposta di regolamento sono elencati i gruppi di prodotti alimentari che possono essere etichettati con il "Keyhole" e le condizioni applicabili ai singoli gruppi. Il sistema non mi convince al pari del Nutri-Score.

Perché?

Qualche esempio estremo di cibi che, per riportare in etichetta il Keyhole, debbono rispettare le condizioni di seguito illustrate: latte e prodotti lattiero caseari devono avere un contenuto in grasso inferiore a 0,7 g/100g (mai più latte intero o parzialmente scremato?), i formaggi devono essere con contenuto in grassi inferiori a 17 g/100g (tutti i nostri formaggi a Indicazione Geografica non sarebbero quindi salutari). In questo caso non ci sarebbe in etichetta l'immagine di un Keyhole rosso (non previsto, sembra dalla lettura della proposta) ma neppure il Keyhole verde.

Difendiamo il nostro NutrInform a batteria, l'unico modo per informare il consumatore che vuole veramente conoscere le proprietà di cosa sta mangiando. E poi campagne di promozione e informazione verso tutti. Anziché definire semplicisticamente la qualità di un alimento con sfumature di colore, immediatamente comprensibili a tutti, anche ai consumatori meno attenti, sarebbe meglio investire sulla comunicazione e sulla informazione, per la crescita culturale ed educativa di tutti.

Se lo scopo del sistema a "semaforo" è quello di facilitare, attraverso le informazioni in etichetta, la scelta di diete sane, mi piace ricordare, in conclusione, che le diete non si scelgono, si costruiscono con conoscenza e cultura alimentare.

sistema IG

Dati e novità del sistema italiano DOP IGP



CONSORZI FOOD



Gianni Maoddi (1) è il nuovo presidente del Consorzio per la Tutela del Formaggio Pecorino Romano; il Consorzio di Tutela della Coppa di Parma IGP nomina per la seconda volta presidente **Fabrizio Aschieri** (2). **Domenico Raimondo** (3) rieletto presidente del Consorzio Mozzarella di Bufala Campana DOP per il quarto mandato consecutivo; il Consorzio di Tutela del Salame Felino IGP conferma alla Presidenza **Umberto Boschi** (4); alla Guida del Consorzio di tutela Caciocavallo Silano è stato riconfermato presidente **Vito Pace** (5); **Giovanni Selvaggi** (6) confermato presidente del Consorzio di tutela Arancia Rossa di Sicilia IGP.

CONSORZI WINE



Valoritalia porta a 14 il numero dei Consiglieri e riconferma Presidente **Francesco Liantonio** (7), i Consiglieri di Amministrazione di Valoritalia nominati dall'Assemblea sono: Francesco Liantonio (Presidente), Giangiacomo Bonaldi Gallarati Scotti, Pietro Bonato, Antonio Centocanti, Davide Frascari, Renato Grottola, Massimo Marasso, Filippo Mobrici, Innocente Nardi, Carlo Perini, Riccardo Ricci Curbastro, Andrea Rossi, Ruenza Santandrea, Leone Massimo Zandotti; il Cda del Consorzio Gioia del Colle DOP, nomina nuovo presidente **Vito Donato Giuliani** (8). **Felice Assenza** (9) nominato Capo dipartimento ICQRF.

Nomine nel mondo DOP IGP

In questa sezione si segnalano i Consorzi di tutela e le associazioni di riferimento del settore che nel periodo da settembre 2020 a novembre 2020 hanno rinnovato i propri organismi.

15.10.2020

Ricostituito il Consiglio Nazionale per la Lotta alla Contraffazione e all'Italian Sounding

Il Ministro dello Sviluppo Economico Stefano Patuanelli ha firmato il decreto che ricostituisce il Consiglio Nazionale per la Lotta alla Contraffazione e all'Italian Sounding (CNALCIS), delegandone la Presidenza alla Sottosegretaria Alessia Morani. Il CNALCIS, già Consiglio Nazionale Anticontraffazione (CNAC), è l'organismo interministeriale con funzioni di "impulso e coordinamento delle azioni strategiche intraprese da ogni amministrazione, al fine di migliorare l'insieme dell'azione di contrasto della contraffazione a livello nazionale e della falsa evocazione dell'origine italiana", ai sensi dell'Art.145 del Codice di Proprietà Industriale (CPI). Punto sinergico di incontro e potenziamento delle azioni di tutela e valorizzazione della Proprietà Industriale e di contrasto al fenomeno della contraffazione, il Consiglio, che ha sede presso il MISE, con il Segretariato generale affidato alla DGTPI-UIBM, viene rinnovato ogni due anni, comprende i rappresentanti dei vertici politici di dodici Ministeri e dell'Associazione Nazionale dei Comuni Italiani (ANCI) e di due Commissioni Consultive Permanenti delle Forze dell'Ordine e delle Forze Produttive.



20.10.2020

Federdoc con Valoritalia puntano all'internazionalizzazione

Federdoc apre alla norvegese DNV GLE e con Valoritalia punta sempre più all'internazionalizzazione. Federdoc, che mantiene la maggioranza delle quote di Valoritalia, cede il 2% alla società di certificazione nordeuropea DNV GLE. Così Valoritalia investe nella Cooperazione per la gestione dei controlli fuori dai confini nazionali. Un'operazione determinante e di alto profilo per promuovere e rinforzare il sistema delle IG in altri Paesi considerati strategici. Questo l'obiettivo di Valoritalia, società leader nelle attività di Controllo sui vini DOCG, DOC e IGT, controllata da Federdoc.



29.10.2020

Brasile, riconosciuta la prima Indicazione Geografica di un popolo indigeno

Riconosciuto il Warana, guaranà nativo della terra indigena brasiliana Andirá-Marau. È un riconoscimento storico nell'ambito delle IG mondiali. L'Istituto Nazionale della Proprietà Industriale (INPI) brasiliano ha infatti riconosciuto la terra indigena Andirá-Marau come territorio di origine delle IG Warana (guaranà nativo) e Pane Warana (bastoncino di guaranà). Si tratta delle prime IG utilizzate da un popolo Indigeno, il Sateré-Mawé, per tutelare e valorizzare una produzione agroalimentare legata a fattori naturali e metodi di produzione unici, arrivata grazie all'impegno del Consorzio dei Produttori Sateré-Mawé. Qualivita: "Le Indicazioni Geografiche si confermano un potente strumento per i diritti e per lo sviluppo sostenibile in tutto il mondo".

23.11.2020

Accordo ICE Alibaba per e-commerce italiano sul portale cinese

Alibaba Group e Agenzia ICE hanno rafforzato la propria collaborazione siglando un Memorandum of Understanding (MoU) per la creazione del "Made in Italy Pavilion" all'interno del marketplace b2b Alibaba.com. È il primo progetto in Europa che Alibaba lancia insieme a un partner governativo, creando uno spazio ad hoc per e-commerce italiano sul portale Alibaba.com, la più grande piattaforma di scambio online. La firma durante una cerimonia virtuale alla presenza del Ministro degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, Luigi Di Maio e del Sottosegretario di Stato agli Affari Esteri, Manlio Di Stefano. Nello specifico, il "Made in Italy Pavilion" sarà come "una vera e propria esibizione online permanente". L'accordo darà inizialmente a 300 aziende italiane la possibilità di attivare in maniera gratuita una *membership premium* sulla piattaforma e di essere inserite all'interno del "Made in Italy Pavilion" per 24 mesi. Obiettivo di Alibaba è quello di attrarre sempre più aziende italiane attive in settori chiave per l'economia come tessile e abbigliamento, meccanica e componentistica, agroalimentare e cosmesi.

nuove IG

I prodotti iscritti nel registro europeo delle DOP IGP STG



Al 30 novembre 2020 si contano complessivamente 3.091 prodotti Food e Wine DOP IGP STG nei Paesi UE, che raggiungono quota 3.111 considerando anche le 30 registrazioni nei Paesi Extra-UE. In Europa vi sono 1.476 prodotti Food e 1.615 Wine a cui si aggiungono 237 prodotti Spirits IG, mentre nei Paesi Extra-UE si contano 28 prodotti Food e 2 prodotti Wine a cui si aggiungono 5 Spirits IG. Nel periodo settembre-novembre 2020 sono stati registrati 21 nuovi prodotti DOP IGP (18 Food e 3 Wine) nei seguenti Paesi: Italia (7 di cui 6 Food e 1 Wine), Ungheria (4), Spagna e Croazia (3), Grecia, Germania, Cipro e Turchia (1).

Nuovi prodotti Food

Nel periodo settembre-novembre 2020 sono stati registrati 18 prodotti, 8 DOP e 10 IGP. A fine novembre 2020 le categorie per numero di denominazioni in Europa sono Ortofrutticoli e cereali (391), seguita dai Formaggi (255), Prodotti a base di carne (198), Carni fresche (168), Oli e grassi (143), Prodotti di panetteria, pasticceria, confetteria o biscotteria (99), Altri prodotti dell'allegato I del trattato (60), Altri Prodotti di origine animale (54), Pesci, molluschi, crostacei (54) e Altre categorie (57).

Szilvásváradi Pisztráng IGP – Ungheria
Reg. Ue 2020/1299 del 11/09/2020 - GUUE L 302 del 18/09/2020

Provola dei Nebrodi DOP – Italia
Reg. Ue 2020/1319 del 22/09/2020 - GUUE L 309 del 23/09/2020

Aydın Kestanesi DOP – Turchia
Reg. Ue 2020/1321 del 17/09/2020 - GUUE L 310 del 24/09/2020

Akasztói Szikloponty DOP – Ungheria
Reg. Ue 2020/1327 del 11/09/2020 - GUUE L 312 del 25/09/2020

Brački Varenik IGP – Croazia
Reg. Ue 2020/1340 del 22/09/2020 - GUUE L 314 del 29/09/2020

Olio Lucano IGP – Italia
Reg. Ue 2020/1389 del 28/09/2020 - GUUE L 321 del 05/10/2020

Pebre Bord de Mallorca DOP – Spagna
Reg. Ue 2020/1393 del 29/09/2020 - GUUE L 324 del 06/10/2020

Varaždinski Klipč IGP – Croazia
Reg. Ue 2020/1394 del 29/09/2020 - GUUE L 324 del 06/10/2020

Hiomeri Pitsilias IGP – Cipro
Reg. Ue 2020/1414 del 01/10/2020 - GUUE L 326 del 08/10/2020

Rodi Ermionis DOP – Grecia
Reg. Ue 2020/1416 del 01/10/2020 - GUUE L 326 del 08/10/2020

Malostonska Kamenica DOP – Croazia
Reg. Ue 2020/1469 del 06/10/2020 - GUUE L 334 del 13/10/2020

Aceite de Ibiza / Oli d'Eivissa IGP – Spagna
Reg. Ue 2020/1527 del 21/10/2020 - GUUE L 349 del 21/10/2020

Colatura di Alici di Cetara DOP – Italia
Reg. Ue 2020/1529 del 14/10/2020 - GUUE L 349 del 21/10/2020

Limone dell'Etna IGP – Italia
Reg. Ue 2020/1533 del 15/10/2020 - GUUE L 351 del 22/10/2020

Pampepato di Terni/Panpepato di Terni IGP – Italia
Reg. Ue 2020/1538 del 16/10/2020 - GUUE L 353 del 23/10/2020

Mollete de Antequera IGP – Spagna
Reg. Ue 2020/1710 del 10/11/2020 - GUUE L 384 del 17/10/2020

Szomolyai Rövidszárú Fekete Cseresznye DOP – Ungheria
Reg. Ue 2020/1711 del 10/11/2020 - GUUE L 384 del 17/10/2020

Rucola della Piana del Sele IGP – Italia
Reg. (UE) 2020/1767 del 20/11/2020 - GUUE L 398 del 27/11/2020



Provola dei Nebrodi DOP



Olio Lucano IGP



Colatura di Alici di Cetara DOP



Limone dell'Etna IGP



Pampepato di Terni IGP

Nuovi prodotti Wine

Per quanto riguarda il comparto Wine nel periodo settembre-novembre 2020 sono state registrate 3 DOP, una in Germania, una Ungheria e una in Italia: il Friuli DOP, finora autorizzato solo a livello nazionale all'etichettatura transitoria (ai sensi dell'Art. 72 del Reg. 607/2009) e inserito a novembre 2020 fra i prodotti registrati a livello europeo.

Soltvadkert DOP – Ungheria
Reg. Ue 2020/1679 del 06/11/2020 - GUUE L 379 del 13/11/2020

Friuli DOP – Italia
Reg. Ue 2020/1680 del 06/11/2020 - GUUE L 379 del 13/11/2020

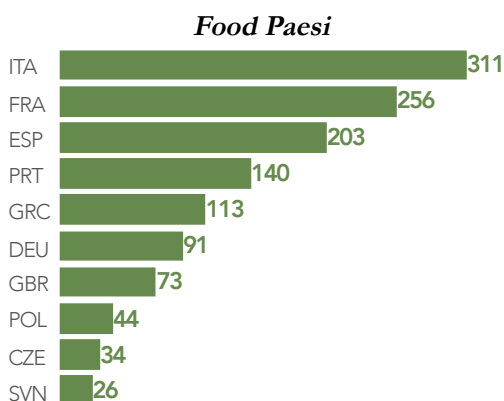
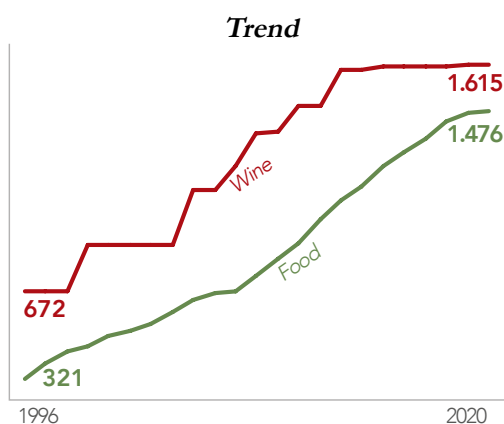
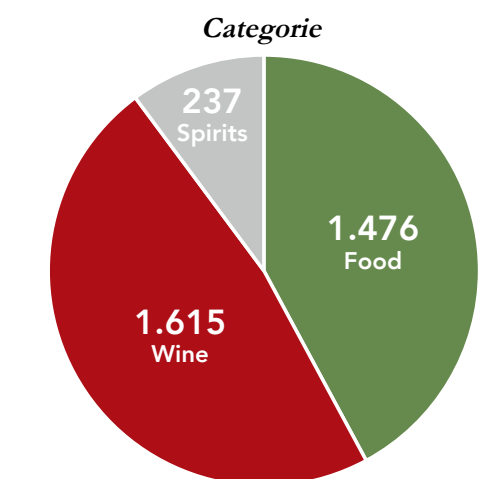
Würzburger Stein-Berg DOP – Germania
Reg. Ue 2020/1751 del 06/11/2020 - GUUE L 394 del 24/11/2020



Friuli DOP – Italia

focus

DOP IGP STG in Europa - 30.11.2020



Italia

Grazie alla registrazione di 6 denominazioni nel periodo settembre-novembre 2020, l'Italia con 837 prodotti è il Paese con il maggior numero di filiere DOP IGP STG al mondo, un primato che la vede superare Francia (691), Spagna (342), Grecia (260) e Portogallo (180). A livello territoriale la Toscana e il Veneto si confermano le regioni con il maggior numero di prodotti DOP IGP STG Food e Wine (92), seguite da Piemonte (85), Lombardia (78) e Emilia-Romagna (76, oppure 77 se si considera anche il Pignoletto DOP ancora autorizzato solo a livello nazionale all'etichettatura transitoria – ai sensi dell'Art. 72 del Reg. 607/2009).

Food

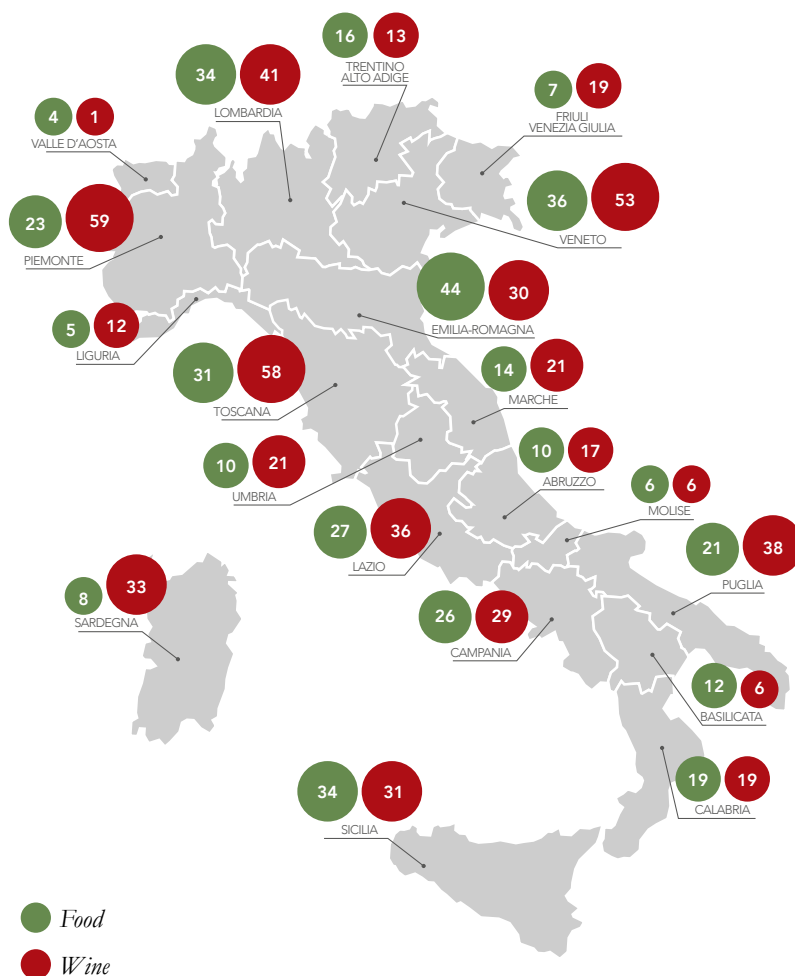
L'Italia conta 311 prodotti agroalimentari suddivisi in 171 DOP, 137 IGP e 3 STG e appartenenti alle seguenti categorie: Ortofrutticoli e cereali (116), Formaggi (55), Oli e grassi (48), Prodotti a base di carne (43), Prodotti di panetteria, pasticceria, confetteria o biscotteria (17), Altri prodotti dell'allegato I (8), Carni fresche (6) e Altre categorie (291).

Wine

Sono 526 i prodotti del comparto vinicolo, di cui 408 DOP e 118 IGP. Il dato si riferisce alle denominazioni riconosciute a livello europeo, e non varia a livello complessivo se si considera per l'Italia anche la denominazione autorizzata a livello nazionale all'etichettatura transitoria (ai sensi dell'Art. 72 del Reg. 607/2009) Pignoletto DOP (Emilia-Romagna) e la cancellazione a livello italiano della Denominazione Valtènesi DOP (Lombardia).

focus

DOP IGP per regione - 30.11.2020



normativa IG

Le principali novità normative comunitarie e nazionali da settembre a novembre 2020



Legislazione europea – prodotti italiani



DOMANDE DI REGISTRAZIONE

Pistacchio di Raffadali DOP - Pubblicazione di una domanda di registrazione di una denominazione ai sensi dell'articolo 50, paragrafo 2, lettera a), del regolamento (UE) n. 1151/2012 del Parlamento europeo e del Consiglio sui regimi di qualità dei prodotti agricoli e alimentari Pistacchio di Raffadali DOP – Classe 1.6. Ortofrutticoli e cereali, freschi o trasformati - GUUE C 395 del 20/11/2020



APPROVAZIONE MODIFICHE DEI DISCIPLINARI DI PRODUZIONE

Asparago Verde di Altedo IGP – Approvazione di una modifica non minore del disciplinare di un nome registrato nel registro delle Denominazioni di Origine Protette e delle Indicazioni Geografiche Protette Asparago Verde di Altedo IGP – Classe 1.6. Ortofrutticoli e cereali, freschi o trasformati - GUUE L 392 del 23/11/2020

Casciotta d'Urbino DOP – Approvazione di una modifica non minore del disciplinare di un nome iscritto nel registro delle Denominazioni di Origine Protette e delle Indicazioni Geografiche Protette Casciotta d'Urbino DOP – Classe 1.3 Formaggi - GUUE L 386 del 18/11/2020



Peperone di Senise IGP – Approvazione di una modifica non minore del disciplinare di un nome registrato nel registro delle Denominazioni di Origine Protette e delle Indicazioni Geografiche Protette peperone di Senise IGP – Classe: 1.6: ortofrutticoli e cereali freschi o trasformati - GUUE L 386 del 18/11/2020

Pecorino Siciliano DOP – Approvazione di una modifica non minore del disciplinare di un nome iscritto nel registro delle Denominazioni di Origine Protette e delle Indicazioni Geografiche Protette Pecorino Siciliano DOP – Classe 1.3 Formaggi - GUUE L 313 del 28/09/2020

Casatella Trevigiana DOP – Approvazione di una modifica non minore del disciplinare di una denominazione iscritta nel registro delle Denominazioni di Origine Protette e delle Indicazioni Geografiche Protette Casatella Trevigiana DOP – Classe 1.3 Formaggi - GUUE L 313 del 28/09/2020

Asiago DOP – Approvazione di una modifica non minore del disciplinare di una denominazione registrata nel registro delle Denominazioni di Origine Protette e delle Indicazioni Geografiche Protette Asiago DOP – Classe 1.3 Formaggi - GUUE L 304 del 18/09/2020

DOMANDE DI MODIFICA DISCIPLINARE DI PRODUZIONE

Burrata di Andria IGP - Pubblicazione di una domanda di approvazione di una modifica non minore del disciplinare di produzione ai sensi dell'articolo 50, paragrafo 2, lettera a), del regolamento (UE) n. 1151/2012 del Parlamento europeo e del Consiglio sui regimi di qualità dei prodotti agricoli e alimentari Burrata di Andria IGP – Classe 1.3. Formaggi - GUUE C 408 del 27/11/2020

Prosecco DOP - Pubblicazione della comunicazione di approvazione di una modifica ordinaria al disciplinare di



produzione di un nome nel settore vitivinicolo di cui all'articolo 17, paragrafi 2 e 3, del regolamento delegato (UE) 2019/33 della Commissione Prosecco DOP – Categorie di prodotti vitivinicoli 1. Vino 4. Vino spumante 5. Vino spumante di qualità 6. Vino spumante di qualità del tipo aromatico 8. Vino frizzante - GUUE C 362 del 28/10/2020

Venezia DOP – Pubblicazione della comunicazione di approvazione di una modifica dell'Unione al disciplinare di produzione di un nome nel settore vitivinicolo di cui all'articolo 97, paragrafo 3, del regolamento delegato (UE) n. 1308/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio del vino Venezia DOP – Categorie di prodotti vitivinicoli 1. Vino 4. Vino spumante 5. Vino spumante di qualità 6. Vino spumante di qualità del tipo aromatico 8. Vino frizzante - GUUE C 351 del 21/10/2020

Asolo Montello DOP - Pubblicazione della comunicazione di approvazione di una modifica dell'Unione al disciplinare di produzione di un nome nel settore vitivinicolo di cui all'articolo 97, paragrafo 3, del regolamento delegato (UE) 1308/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio Asolo Montello DOP, Montello Asolo DOP – Categorie di prodotti vitivinicoli 1. Vino 5. Vino spumante di qualità - GUUE C 325 del 02/10/2020

Stelvio DOP – Pubblicazione di una domanda di approvazione di una modifica non minore del disciplinare di produzione ai sensi dell'articolo 50, paragrafo 2, lettera a), del regolamento (UE) n. 1151/2012 del Parlamento europeo e del Consiglio sui regimi di qualità dei prodotti agricoli e alimentari Stelvio DOP – Classe 1.3 Formaggi - GUUE C 317 del 25/09/2020

Sistema IG e Paesi Extra-UE



NORMATIVA UE: Basmati IGP, domanda registrazione
INDIA – Pubblicazione di una domanda di registrazione di una denominazione ai sensi dell'articolo 50, paragrafo 2, lettera a), del regolamento (UE) n. 1151/2012 del Parlamento europeo e del Consiglio sui regimi di qualità dei prodotti agricoli e alimentari Basmati IGP – Classe 1.6. Ortofrutticoli e cereali, freschi o trasformati - GUUE C 301 del 11/09/2020

ACCORDO: UE - Cina sulle IG.

L'UE e la Cina hanno concluso i negoziati relativi ad un accordo bilaterale per proteggere da imitazioni e usurpazioni 100 Indicazioni Geografiche europee in Cina e 100 IG cinesi nell'UE. Questo accordo storico dovrebbe determinare vantaggi commerciali reciproci e una domanda di prodotti di elevata qualità da entrambe le parti. Quattro anni dopo l'entrata in vigore, l'ambito di applicazione dell'accordo sarà esteso ad altre 175 Indicazioni Geografiche per parte. Per queste denominazioni si dovrà seguire la stessa procedura usata per le 100 già comprese nell'accordo.



ACCORDO: UE - Mercosur.

Respinto dal Parlamento Europeo l'accordo interregionale UE-Mercosur prevedeva l'abolizione della maggioranza dei dazi sulle esportazioni UE verso il Mercosur (Argentina, Brasile, Paraguay e Uruguay) e l'aumento della competitività delle imprese europee, consentendogli di risparmiare 4 miliardi di euro di dazi all'anno. Per quanto riguarda le Indicazioni Geografiche, i Paesi del Mercosur stabilivano delle garanzie giuridiche per proteggere dalle imitazioni 357 prodotti alimentari e bevande europee di alta qualità, fra cui 57 italiane.

COMMISSIONE EUROPEA

Inizio processo di riforma delle Indicazioni Geografiche

Il 28 ottobre è iniziato il percorso di revisione della Commissione Europea dei regolamenti relativi al sistema delle Indicazioni Geografiche che dovrebbe concludersi nel terzo trimestre del 2021. L'iniziativa ha l'obiettivo di migliorare la produzione sostenibile nell'ambito dei regimi di qualità, migliorare l'utilizzo, responsabilizzare i gruppi di produttori, ridurre la contraffazione nel web e accelerare le procedure di registrazione. Il 25 novembre sono state presentate le valutazioni da parte dei portatori di interesse e dai cittadini. Il processo di revisione rappresenta una svolta importante per tutte le produzioni agroalimentari e vitivinicole italiane.



Legislazione italiana



RICHIESTA REGISTRAZIONE

Lenticchia di Onano IGP – Richiesta di riconoscimento della Lenticchia di Onano IGP – Classe 1.6. Ortofrutticoli e cereali, freschi o trasformati - GURI n. 242 del 30/09/2020



RICONOSCIMENTI CONSORZI

Fichi di Cosenza DOP – Riconoscimento del Consorzio di tutela dei Fichi di Cosenza DOP e attribuzione dell'incarico di svolgere le funzioni di cui all'articolo 53 della legge 24 aprile 1998, n. 128, come modificato dall'articolo 14, comma 15, della legge 21 dicembre 1999, n. 526 per i Fichi di Cosenza DOP – Classe 1.6. Ortofrutticoli e cereali, freschi o trasformati - GURI n. 295 del 27/11/2020

Terre Aurunche DOP – Olio EVO – Riconoscimento del Consorzio di tutela e valorizzazione dell'olio extravergine di oliva a Denominazione di Origine Protetta Terre Aurunche e attribuzione dell'incarico di svolgere le funzioni di cui all'articolo 53 della legge 24 aprile 1998, n. 128, come modificato dall'articolo 14, comma 15, della legge 21 dicembre 1999, n. 526, per il Terre Aurunche DOP - Olio EVO - GURI n. 278 del 07/11/2020

Culurgionis d'Ogliastra IGP – Riconoscimento del Consorzio per la tutela dei Culurgionis d'Ogliastra IGP e attribuzione dell'incarico di svolgere le funzioni di cui all'articolo 53 della legge 24 aprile 1998, n. 128, come modificato dall'articolo 14, comma 15, della legge 21 dicembre 1999, n. 526, per i Culurgionis d'Ogliastra IGP. - GURI n. 233 del 19/09/2020

CONFERMA INCARICO AL CONSORZIO

FOOD

Consorzio di tutela della Pesca e Nettare di Romagna IGP - GURI n. 295 del 27/11/2020
Consorzio tutela Prosciutto di Norcia IGP – GURI n. 281 del 11/11/2020
Consorzio tutela Limone Costa d'Amalfi IGP – GURI n. 275 del 04/11/2020
Consorzio tutela Castelmagno DOP – GURI n. 243 del 01/10/2020
Consorzio tutela Coppa di Parma IGP – GURI n. 232 del 18/09/2020
Consorzio tutela Casciotta d'Urbino DOP – GURI n. 224 del 09/09/2020



WINE

Consorzio tutela vini Emilia - GURI n. 295 del 27/11/2020
Consorzio tutela Vini d'Irpinia - GURI n. 294 del 26/11/2020
Consorzio tutela Vini Piceni - GURI n. 281 del 11/11/2020
Consorzio tutela Alghero DOP – GURI n. 280 del 10/11/2020



MODIFICHE DISCIPLINARI

FOOD

Casatella Trevigiana DOP – GURI n. 248 del 07/10/2020
Garda DOP – Olio EVO – GURI n. 268 del 28/10/2020
Nostrano Valtrompia DOP – GURI n. 255 del 15/10/2020
Murazzano DOP – GURI n. 251 del 10/10/2020
Colline di Romagna – Olio EVO DOP – GURI n. 248 del 07/10/2020
Pecorino Siciliano DOP – GURI n. 248 del 07/10/2020
Toscana IGP – Olio EVO – GURI n. 246 del 05/10/2020
Asiago DOP – GURI n. 244 del 02/10/2020
Nostrano Valtrompia DOP – GURI n. 233 del 19/09/2020
Carota dell'Altopiano del Fucino IGP – GURI n. 228 del 14/09/2020
Piave DOP – GURI n. 225 del 10/09/2020
Riso Nano Vialone Veronese IGP – GURI n. 225 del 10/09/2020
Casciotta d'Urbino DOP - GURI n. 296 del 28/11/2020
Peperoni di Senise IGP - GURI n. 296 del 28/11/2020
Scalogni di Romagna IGP - GURI n. 295 del 27/11/2020
Prosciutto di Norcia IGP - GURI n. 294 del 26/11/2020



WINE

Prosecco DOP – GURI n. 285 del 16/11/2020
Moscadello di Montalcino DOP – GURI n. 271 del 30/10/2020
Frascati DOP – GURI n. 268 del 28/10/2020
Frascati Superiore DOP – GURI n. 268 del 28/10/2020
Veneto Valpolicella, Veneto Euganei e Berici, Veneto del Grappa DOP – GURI n. 268 del 28/10/2020
Greco di Tufo DOP – GURI n. 266 del 26/10/2020
Taurasi DOP – GURI n. 266 del 26/10/2020
Fiano di Avellino DOP – GURI n. 264 del 24/10/2020
Asti DOP – GURI n. 262 del 22/10/2020
Terre Alfieri DOP – GURI n. 261 del 21/10/2020
Trevenezie IGP – GURI n. 225 del 10/09/2020
Colli di Rimini DOP – GURI n. 244 del 02/10/2020
Taurasi DOP - GURI n. 223 del 08/09/2020
Fiano di Avellino DOP – GURI n. 222 del 07/09/2020
Greco di Tufo DOP – GURI n. 222 del 07/09/2020
Asti DOP – GURI n. 220 del 04/09/2020
Terre Alfieri DOP - GURI n. 219 del 03/09/2020
Moscadello di Montalcino DOP – GURI n. 218 del 02/09/2020







www.qualivita.it - www.qualigeo.eu

