

L'USO DELLE
INDICAZIONI
GEOGRAFICHE
DELL'UE COME
INGREDIENTI

UN'ANALISI BASATA
SULLE REGIONI
SOCIE E LE
ASSOCIAZIONI DI
PRODUTTORI DI
AREPO

CONTENUTO

TABELLA DELLE FIGURE	2
Figure	2
Tabelle	3
RINGRAZIAMENTI	4
INTRODUZIONE	5
PRIMA PARTE: ANALISI DELLA LEGISLAZIONE E DELLA GIURISPRUDENZA EUROPEA E NAZIONALE	6
1.1 Analisi della legislazione e della giurisprudenza europea	7
1.1.1 Contesto.....	7
1.1.2 Il quadro legislativo dell'UE.....	8
1.1.3 Le linee guida dell'UE	10
1.1.4 La giurisprudenza dell'UE: Il caso Champagner Sorbet.....	12
1.1.5 Marchi e IG dell'UE utilizzati come ingredienti	13
1.2. La legislazione nazionale	16
1.2.1 Italia	16
1.2.2 Francia	19
SECONDA PARTE: ANALISI DEL QUESTIONARIO	23
2. Analisi del questionario	24
2.1 Metodologia e analisi del profilo degli intervistati	24
2.2 Analisi del questionario	27
PARTE TERZA: RACCOMANDAZIONI	49
3. Raccomandazioni	50
BIBLIOGRAFIA	53

TABELLA DELLE FIGURE

FIGURE

Figura 1 Quadro legislativo dell'UE.....	9
Figura 2 Linee guida CE sull'etichettatura.	11
Figura 3 Etichetta del sorbetto di Champagner.....	12
Figura 4 Partecipanti al sondaggio divisi per DOP/IGP/STG (parte 2 e 3).....	24
Figura 5 Partecipanti al sondaggio divisi per categoria di prodotto.....	26
Figura 6 Partecipanti al sondaggio divisi per categoria di prodotto e paese (parte 2).....	26
Figura 7 Gruppi di produttori che hanno adottato regole o linee guida specifiche e/o una procedura di autorizzazione.....	27
Figura 8 Sigillo per prodotti composti, lavorati o trasformati non contenuti in lattine.....	33
Figura 9 Sigillo per prodotti composti, elaborati o trasformati in lattine.....	33
Figura 10 Sigillo per prosciutti.....	33
Figura 11 Logo del marchio registrato dall'associazione dei produttori di lait de foin.....	36
Figura 12 Prodotti trasformati con il logo del marchio "Lait de foin".....	36
Figura 13 Lasagne alla bolognese con Grana Padano DOP.....	37
Figura 14 Logo del Parmigiano Reggiano per i prodotti trasformati.....	37
Figura 15 Pesto alla genovese con Parmigiano Reggiano DOP.....	37
Figura 16 Stufato di fagioli delle Asturie fatto con Faba Asturiana IGP.....	37
Figura 17 Quenelles a base di Compté AOP.....	39
Figura 18 Marchi collettivi privati creati da PALSÒ per identificare con precisione la zona di origine.....	40
Figura 19 Logo "A base de" Canard du Sud-Ouest.....	40
Figura 20 Magret du Canard du Sud-Ouest fourré au Foie Gras de Canard.....	41
Figura 21 Cassoulet au confit de canard du Sud-Ouest.....	41

TABELLE

Tabella 1 Elenco di esempi di prodotti trasformati che utilizzano una IG come ingrediente rilevante e che richiedono una restrizione nella lista dei prodotti finali.....	14
Tabella 2 Elenco di esempi di prodotti trasformati che utilizzano una IG come ingrediente secondario e non richiedono una restrizione nella lista dei prodotti finali.....	15
Tabella 3 Partecipanti al sondaggio divisi per DOP/IGP/STG (parte 1).....	24
Tabella 4 Partecipanti al sondaggio divisi per categoria di prodotto e paese (parte 1).....	25
Tabella 5 Gruppi di produttori che hanno adottato regole o linee guida specifiche per paese.....	28
Tabella 6 Elenco delle linee guida esaminate divise per categoria di prodotto.....	29
Tabella 7 Elenco dei requisiti per i prodotti trasformati finali per categoria di prodotto.....	32
Tabella 8 Numero di imprese che utilizzano l'IG come ingrediente e numero di permessi concessi nel 2019.....	34

RINGRAZIAMENTI

Questo rapporto è stato coordinato e redatto da Giulia Scaglioni, Policy officer dell'Associazione delle regioni europee per i prodotti d'origine (AREPO). Il lavoro si è avvalso del contributo di Elisa Aleotti, studentessa dell'Università di Parma, che ha svolto uno stage di 5 mesi presso l'AREPO con l'obiettivo di elaborare la sua tesi sull'uso delle IG come ingredienti nei prodotti trasformati.

CONTATTI

L'[Associazione delle regioni europee per i prodotti d'origine \(AREPO\)](#) riunisce 33 regioni europee e più di 700 associazioni di produttori per oltre il 50% delle IG europee. L'AREPO mira a promuovere e difendere gli interessi dei produttori e dei consumatori delle regioni europee impegnate nella promozione dei prodotti agroalimentari di qualità.

Per ulteriori informazioni, si prega di contattare:

Giulia Scaglioni, **Policy officer**, policyofficer@arepoquality.eu

Francesca Alampi, **Policy officer**, info@arepoquality.eu

INTRODUZIONE

L'uso delle Indicazioni Geografiche (IG) come ingredienti nei prodotti trasformati rappresenta un'opportunità per estendere la produzione, e il suo impatto, a un livello superiore. Infatti, la diversificazione degli sbocchi di mercato ha un impatto positivo in termini di maggiori quantità di prodotto IG utilizzato. Questo, a sua volta, aiuta a mantenere o in alcuni casi persino ad aumentare i volumi di produzione.

Allo stesso tempo, l'identificazione dei prodotti IG utilizzati come ingredienti sulle confezioni dei prodotti trasformati offre un'opportunità di valorizzazione e promozione delle produzioni IG. Se utilizzata come ingrediente e correttamente menzionata sull'etichetta del prodotto trasformato, una IG può accedere a forme alternative e aggiuntive di valorizzazione e promozione, aumentando la propria notorietà e visibilità, grazie alla promozione e alla pubblicità fatta per il prodotto trasformato.

Tuttavia, il riferimento ai prodotti IG usati come ingredienti sulla confezione dei prodotti trasformati può potenzialmente causare difficoltà ai produttori o ai consumatori. Dal lato dei produttori, c'è il rischio di danni alla reputazione se la qualità finale del prodotto non è sufficientemente elevata. Inoltre, i gruppi di produttori di IG trovano sempre più difficoltà a stabilire un efficace sistema di controllo e sorveglianza sui prodotti IG usati come ingredienti.

Dal punto di vista dei consumatori, il rischio è di creare confusione tra l'IG protetta e il prodotto trasformato che la contiene come ingrediente.

Di fronte a questo fenomeno crescente, è sempre più importante definire fino a che punto un prodotto IG può essere menzionato sulla confezione di un prodotto trasformato che non beneficia di una IG. Inoltre, è interessante analizzare se le IG ne escono rafforzate o se, al contrario, i prodotti trasformati approfittano della reputazione delle IG.

Partendo da queste domande, l'**obiettivo principale** dello studio è quello di **analizzare la legislazione esistente a livello europeo e nazionale**, nonché di **identificare le buone pratiche e i problemi** relativi alla menzione di un prodotto IG sull'etichetta di un prodotto trasformato che lo utilizza come ingrediente.

Gli **obiettivi specifici** includono l'identificazione di ciò che può (e non può) essere inserito nell'etichetta di un prodotto trasformato che utilizza una IG come ingrediente, così come quale tipo di controllo può e deve essere esercitato dai gruppi di produttori di IG sulle industrie di trasformazione (di questi prodotti non IG). Fino a che punto può arrivare il controllo delle associazioni di produttori tenendo conto degli approcci delle linee guida della Commissione europea e delle legislazioni nazionali?

A tal fine, il presente rapporto inizia esaminando il quadro legislativo generale dell'UE, le linee guida definite dalla Commissione europea e la giurisprudenza dell'UE in merito all'uso delle IG come ingredienti nei prodotti trasformati. In seguito, prosegue con un'analisi delle legislazioni nazionali esistenti, con un focus su Italia e Francia come unici Stati membri che hanno affrontato la questione, anche se a livelli diversi.

La seconda parte del rapporto si concentra sui risultati del sondaggio sottoposto ai gruppi di produttori di IG delle regioni AREPO. Sulla base delle risposte, sono state condotte interviste approfondite sui casi di studio più interessanti e i risultati sono stati elaborati in un'analisi qualitativa.

Infine, sulla base dei risultati delle prime due parti, l'ultima parte dello studio presenta alcune raccomandazioni politiche per migliorare il sistema attuale e rafforzare la protezione delle IG.

PRIMA PARTE: ANALISI DELLA LEGISLAZIONE E DELLA GIURISPRUDENZA EUROPEA E NAZIONALE

1.1 ANALISI DELLA LEGISLAZIONE E DELLA GIURISPRUDENZA EUROPEA

1.1.1 CONTESTO

A livello dell'UE, la questione delle indicazioni geografiche utilizzate come ingredienti nei prodotti trasformati è stata affrontata per la prima volta durante l'ultima revisione della politica di qualità dell'UE che ha portato all'adozione del [regolamento UE 1151/12 sui regimi di qualità dei prodotti agricoli e alimentari](#)¹.

Nel 2008, il [Libro verde sulla qualità dei prodotti agricoli](#)² e i risultati della [valutazione della politica della PAC sulle DOP e IGP](#)³ hanno segnato l'inizio della revisione della regolamentazione della politica di qualità dell'UE. Entrambi questi documenti hanno cercato di affrontare la questione dei prodotti IG utilizzati come ingredienti, con l'obiettivo di identificare le possibili difficoltà derivanti dalla pubblicità degli ingredienti IG nella confezione dei prodotti trasformati finali. Particolare attenzione è stata posta sugli elementi che inducono in errore i consumatori (ad esempio quando un prodotto trasformato include sia un prodotto IG che un prodotto convenzionale della stessa categoria) o che creano una concorrenza sleale per i produttori, quando esistono pratiche diverse riguardo alla menzione della denominazione IG utilizzata come ingrediente nell'etichettatura, presentazione e pubblicità di un prodotto trasformato.

Da un lato, la valutazione della politica di qualità dell'UE non ha identificato alcun problema particolare. Non sono state trovate prove che l'etichettatura degli ingredienti IG nei prodotti trasformati abbia portato i consumatori a confusione. Inoltre, al momento della valutazione, non c'erano sentenze esistenti o casi pendenti della Corte di giustizia dell'Unione europea o del Tribunale di primo grado.

Tuttavia, diversi Stati membri sono stati in grado di affrontare il problema a livello nazionale, adottando approcci specifici per gestire e regolamentare la questione, per esempio:

- L'Italia è stato l'unico Stato membro ad aver adottato, già nel 2004, una legislazione nazionale (D.Lgs. 297/04) riguardante l'identificazione dei prodotti IG come ingredienti nell'etichettatura, presentazione o pubblicità di un prodotto composto, preparato o trasformato ([si veda il successivo paragrafo 1.2.1 sulla legislazione italiana](#));
- In altri Stati membri, come la Spagna e il Regno Unito, sono stati stipulati accordi tra le associazioni di produttori e le imprese di trasformazione che utilizzano prodotti IG come ingredienti;
- Mentre in Germania, nel 2005, a seguito di una controversia legale, è stato raggiunto un accordo temporaneo sulla pubblicità di un prodotto IGP (Spreewälder Gurken IGP) sulla confezione di un prodotto trasformato che utilizza l'IGP come ingrediente.

D'altra parte, la maggior parte degli stakeholder del settore delle IG, sentiti attraverso la **consultazione del Libro verde, ha chiesto un quadro per regolare l'uso dei prodotti IG come ingredienti**. Tuttavia, i trasformatori hanno sostenuto che questo uso dovrebbe essere libero e quindi non soggetto a un contratto di licenza.

Alla luce di questi risultati, la Commissione europea non ha ritenuto necessario adottare una legislazione vincolante, ma ha preferito fornire un orientamento **adottando linee guida volontarie sull'uso delle IG come ingredienti pubblicizzati sulle etichette dei prodotti trasformati**⁴.

1.1.2 IL QUADRO LEGISLATIVO DELL'UE

Dopo l'introduzione, questo paragrafo definirà il più ampio quadro legislativo dell'UE in cui si collocano le linee guida della Commissione, prima di passare ad un'analisi dettagliata delle stesse.

Entrato in vigore nel 2012 a seguito della revisione della politica di qualità dell'UE, il [regolamento \(UE\) n. 1151/2012 sui regimi di qualità dei prodotti agricoli e alimentari](#)⁵ ha stabilito per la prima volta la **necessità di concedere una protezione specifica alle IG registrate** contro qualsiasi uso commerciale diretto o indiretto di una denominazione registrata, nella misura in cui tale uso sfrutti la reputazione della IG, e **"anche nel caso in cui tali prodotti siano utilizzati come ingrediente"** in prodotti trasformati (art. 13 (a), Reg. 1151/12).

Inoltre, la **protezione contro ogni abuso, imitazione o evocazione** è estesa anche ai casi in cui le IG registrate sono utilizzate come **ingrediente** (art. 13 (b), Reg. 1151/12).

Analogamente, per il **settore vitivinicolo** il Regolamento (UE) n. 1308/2013 sull'organizzazione comune dei mercati (OCM), stabilisce che i vini DOP e IGP *"sono protetti contro qualsiasi uso commerciale diretto o indiretto di tale denominazione protetta [...] nella misura in cui tale uso sfrutti la notorietà di una denominazione d'origine o di un'indicazione geografica"* (art. 103, comma 2).

A differenza del regolamento 1151/12, il regolamento OCM non stabilisce espressamente che la protezione si applica anche ai vini IG utilizzati come ingrediente. Tuttavia, nella [causa Comité Interprofessionnel du Vin de Champagne contro Aldi Süd Dienstleistungs-GmbH & Co OHG \(C-393/16\)](#),⁶ la Corte di giustizia dell'Unione europea (CGUE) ha chiarito che la portata delle disposizioni di protezione contenute nell'articolo 103 (Reg. 1308/13) copre effettivamente le situazioni in cui un vino IG è utilizzato come ingrediente in un prodotto trasformato.

Così, sia le IG alimentari che quelle del vino dovrebbero beneficiare della stessa protezione anche quando sono usate come ingredienti.

Mentre questa è una disposizione cruciale che estende la protezione delle IG, i regolamenti UE non stabiliscono alcuna regola chiara riguardo all'uso delle IG come ingredienti pubblicizzati sulle etichette dei prodotti trasformati, producendo così risultati incerti sia in termini di interpretazione che di applicazione. Di conseguenza, e nonostante il primato delle norme specifiche sull'etichettatura dei prodotti DOP, IGP e STG⁷, le **norme orizzontali di etichettatura dell'UE** si applicano a questa materia.

In particolare, il [regolamento \(UE\) n. 1169/2011 relativo alla fornitura di informazioni sugli alimenti ai consumatori](#)⁸ contiene le norme fondamentali applicabili all'etichettatura, alla presentazione e alla pubblicità di tutti i prodotti alimentari immessi sul mercato europeo. I pilastri fondamentali del regolamento sono un'**informazione precisa, chiara e comprensibile ai consumatori** e il **divieto di qualsiasi pratica che possa indurli in errore**, in particolare per quanto riguarda *"la natura, l'identità, le proprietà, la composizione, la quantità, la durata di conservazione, il paese d'origine o il luogo di provenienza, il metodo di fabbricazione o di produzione"* dell'alimento (articolo 7, regolamento 1169/2011).

Per quanto riguarda l'uso delle IG come ingredienti pubblicizzati sulle etichette dei prodotti trasformati, si applicano le seguenti disposizioni:

- Un **ingrediente** è definito come *"qualunque sostanza o prodotto, compresi gli aromi, gli additivi e gli enzimi alimentari, e qualsiasi costituente di un ingrediente composto utilizzato nella"*

fabbricazione o nella preparazione di un alimento e ancora presente nel prodotto finito, anche se sotto forma modificata; i residui non sono considerati "ingredienti" (art. 2, par. 2.f).

- Un ingrediente **primario** è definito come "l'ingrediente o gli ingredienti di un alimento che rappresentano più del 50% di tale alimento o che sono abitualmente associati alla denominazione di tale alimento dal consumatore e per i quali nella maggior parte dei casi è richiesta un'indicazione quantitativa" (art. 2, par. 2.q).
- È obbligatorio elencare tutti gli ingredienti (art. 9), in ordine decrescente di peso (art. 18, par. 1);
- Inoltre, l'ingrediente deve essere **designato con il suo nome specifico**, cioè per le IG il nome ufficiale registrato (art. 18, par. 2).
- Non è obbligatorio indicare la quantità di un ingrediente quando è solo menzionato nella lista degli ingredienti (art. 22);
- Tuttavia, la **quantità** dell'ingrediente deve essere indicata **come percentuale del totale** (allegato VII, par. 3) quando l'ingrediente in questione:
 - **appare** o è solitamente associato al **nome** dell'alimento;
 - è **enfattizzato nell'etichettatura in parole, immagini o grafici**; o
 - è **essenziale per caratterizzare un alimento** e distinguerlo (art. 22).

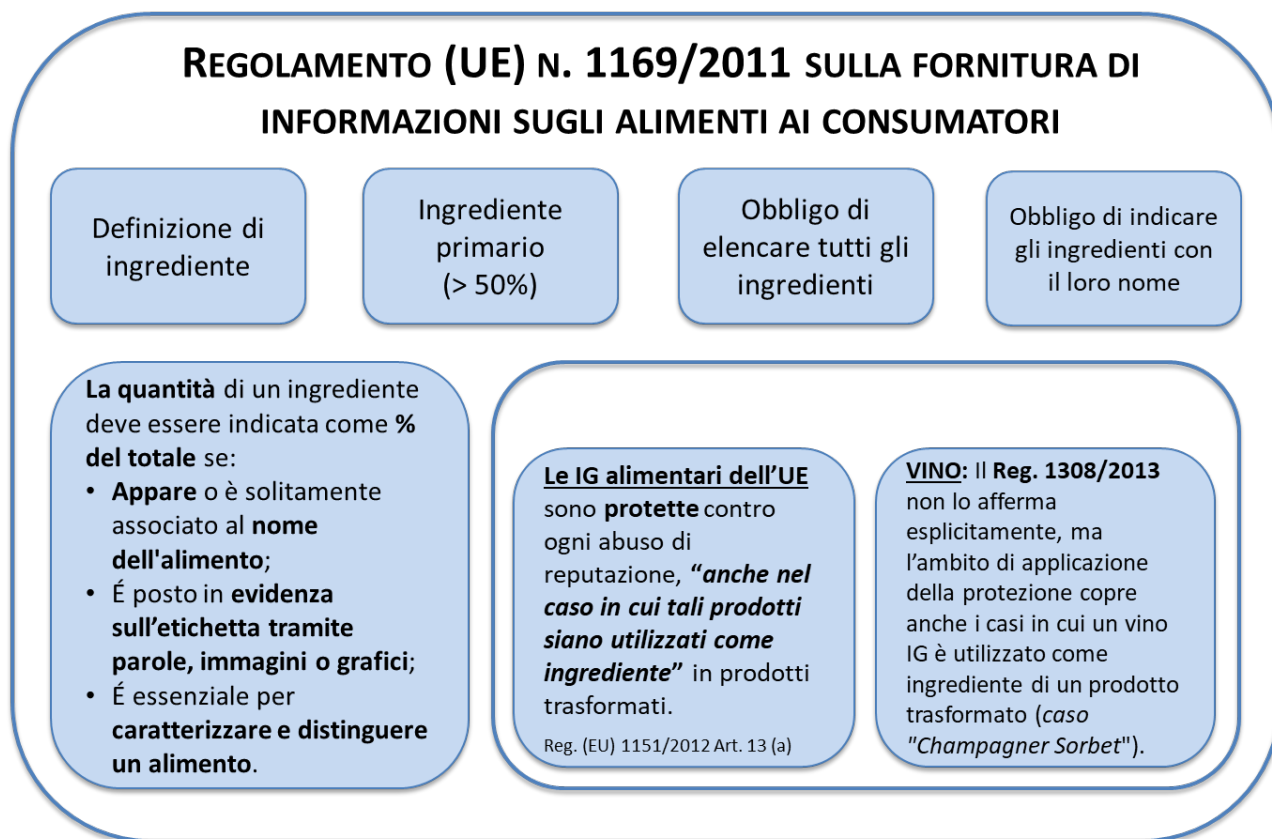


Figura 1 Quadro legislativo dell'UE.

1.1.3 LINEE GUIDA DELL'UE

Nel 2010, la Commissione europea ha adottato una comunicazione chiamata "[Orientamenti sull'etichettatura dei prodotti alimentari che utilizzano come ingredienti prodotti a denominazioni d'origine protette \(DOP\) o a indicazioni geografiche protette \(IGP\)](#)"⁹. L'obiettivo era quello di garantire che la menzione dell'IG utilizzata come ingrediente sull'etichetta dei prodotti trasformati sia fatta in buona fede e non inganni i consumatori.

Inoltre, questi orientamenti hanno lo scopo di **illustrare le disposizioni legislative applicabili in questo settore** e di aiutare gli operatori economici a definire il loro margine di manovra. Tuttavia, **l'adozione delle linee guida è volontaria**: gli operatori della catena alimentare non sono obbligati ad applicarle se non lo desiderano.

In particolare, le linee guida chiariscono le condizioni in cui i nomi IG possono essere utilizzate nell'etichettatura, presentazione e pubblicità dei prodotti alimentari che contengono tali nomi come ingredienti:

1. Il nome di una IG registrata può **essere legittimamente menzionato nella lista degli ingredienti di un prodotto alimentare**.
2. D'altra parte, quando il nome di una IG registrata è **menzionato vicino al nome commerciale, o nell'etichettatura, presentazione, pubblicità di un prodotto alimentare che lo utilizza come ingrediente**, le seguenti condizioni devono essere rispettate:
 - In primo luogo, **il prodotto trasformato non deve contenere nessun altro "ingrediente comparabile"**, definito come ingrediente o ingredienti che possono sostituire interamente o parzialmente l'IG;
 - In secondo luogo, *"questo ingrediente deve anche essere **utilizzato in quantità sufficiente per conferire una caratteristica essenziale al prodotto alimentare in questione**";*
 - In terzo luogo, *"la **percentuale di incorporazione di un ingrediente con una DOP o IGP dovrebbe idealmente essere indicata all'interno o in prossimità della denominazione commerciale del prodotto alimentare in questione o, in mancanza, nella lista degli ingredienti, in relazione diretta con l'ingrediente in questione**".*
3. Se le condizioni precedenti sono soddisfatte, un ulteriore requisito per poter utilizzare i **termini, le abbreviazioni (es. DOP e IGP) o i simboli (es. logo UE)** che accompagnano la denominazione registrata, nell'etichettatura o nella lista degli ingredienti di un prodotto trasformato, sarebbe quello di **chiarire che tale prodotto non è esso stesso una IG registrata**. Questa condizione è fondamentale per evitare lo sfruttamento indebito della reputazione delle IG e per evitare di ingannare i consumatori.
4. **Se è stato incorporato un ingrediente comparabile**, il nome dell'IG dovrebbe apparire **solo nella lista degli ingredienti** e non sulla confezione anteriore. Inoltre, per evitare uno sfruttamento indebito della reputazione dell'IG, il nome IG e l'ingrediente comparabile dovrebbero essere scritti nell'elenco con **caratteri identici in termini di tipo di carattere, dimensione e colore**.
5. Infine, le disposizioni relative all'utilizzo di un nome IG nell'etichettatura di altri prodotti alimentari dovrebbero **essere incluse nel disciplinare delle IG solo eccezionalmente**, vale a dire per risolvere

una difficoltà specifica e chiaramente identificata e a condizione che siano obiettive, proporzionate e non discriminatorie.

ORIENTAMENTI SULL'ETICHETTATURA DEI PRODOTTI ALIMENTARI CHE UTILIZZANO COME INGREDIENTI PRODOTTI DOP O IGP

Condizioni per l'impiego di denominazioni registrate come IG nell'etichettatura, nella presentazione e nella pubblicità dei prodotti alimentari che contengono come ingredienti prodotti protetti da queste denominazioni



ELENCO DEGLI INGREDIENTI

Una denominazione registrata come IG può essere legittimamente indicata nell'**elenco degli ingredienti di un prodotto alimentare**.

ETICHETTATURA, PRESENTAZIONE E PUBBLICITÀ

CONDIZIONI per menzionare correttamente una denominazione registrata nell'etichettatura, presentazione, pubblicità di un prodotto alimentare che la utilizza come ingrediente:



1. NESSUN INGREDIENTE COMPARABILE

Il prodotto processato non dovrebbe contenere nessun altro «ingrediente comparabile», e cioè nessun altro ingrediente che possa sostituire completamente o parzialmente l'ingrediente che beneficia dell'IG.

2. CARATTERISTICA ESSENZIALE

L'ingrediente dovrebbe essere utilizzato in **quantità sufficiente** per conferire una **caratteristica essenziale** al prodotto alimentare di cui trattasi.



3. INDICARE LA PERCENTUALE

La **percentuale** d'incorporazione di un ingrediente che beneficia di una DOP o di un'IGP **dovrebbe essere idealmente indicata all'interno o in prossimità immediata della denominazione di vendita** del prodotto alimentare di cui trattasi, o quantomeno nell'**elenco degli ingredienti**.



MENZIONI, ABBREVIAZIONI O SIMBOLI DELL'UE

Se le condizioni precedenti sono soddisfatte, **le menzioni, le abbreviazioni o i simboli dell'UE possono accompagnare la denominazione registrata**, nell'etichettatura o nella lista degli ingredienti di un prodotto trasformato **SOLO SE si risulta chiaramente che il suddetto prodotto non è esso stesso una IG registrata**.



È fondamentale evitare lo sfruttamento indebito della reputazione delle IG ed evitare di trarre in inganno i consumatori.

DISCIPLINARI DI PRODUZIONE

Le **disposizioni** relative all'utilizzo di una denominazione IG nell'etichettatura di altri prodotti alimentari **dovrebbero essere incluse nel disciplinare delle IG solo in via eccezionale**, ossia per risolvere una difficoltà specifica e chiaramente identificata e a condizione che siano obiettive, proporzionate e non discriminatorie.



Queste condizioni stabiliscono una direzione ma, allo stesso tempo, creano incertezza sulla loro applicazione, poiché sono lasciate a un grande margine di interpretazione. Infatti, mentre il regolamento (UE) n. 1169/2011 definisce la nozione di ingrediente e di ingrediente primario, lo stesso non si può dire per la nozione di "ingrediente comparabile" e di "ingrediente caratterizzante".

Per quanto riguarda la prima condizione, la Commissione ritiene che un formaggio blu sia comparabile al "Roquefort", a titolo di esempio. Tuttavia, la CE non chiarisce il concetto di ingrediente comparabile. Al contrario, l'esempio fornito è "*indicativo e non restrittivo*", cioè è specifico al caso e non costituisce un riferimento preciso e obbligatorio.

Per quanto riguarda la seconda condizione, la Commissione ammette analogamente che non è possibile suggerire una quantità minima uniformemente applicabile per definire un ingrediente come "caratteristica essenziale" del prodotto trasformato, data l'eterogeneità dei casi.

La nozione di "**ingrediente caratterizzante**" è menzionata solo nel Reg. 1169/11, Art. 22, che stabilisce che la quantità di un ingrediente deve essere indicata in etichetta quando l'ingrediente in questione è essenziale per caratterizzare un prodotto alimentare e distinguerlo da altri prodotti. Questa disposizione non fornisce una definizione esatta di "ingrediente caratterizzante" e lascia spazio all'interpretazione sulla **percentuale di un ingrediente necessaria per caratterizzare un alimento**.

Riconoscendo l'estrema variabilità e diversità tra le IG, in termini di caratteristiche intrinseche, reputazione, diffusione e

Figura 2 Linee guida CE sull'etichettatura.

penetrazione del mercato, la Commissione ha preferito non stabilire regole generali valide in tutti i casi. Ciononostante, le condizioni non vincolanti definite nelle linee guida hanno ispirato da un lato i **regolamenti nazionali** che stabiliscono criteri più specifici e vincolanti, dall'altro i **regolamenti interni adottati dalle associazioni di produttori di IG**, adattando le condizioni generali delle linee guida alle loro specifiche IG.

1.1.4 LA GIURISPRUDENZA DELL'UE: IL CASO CHAMPAGNER SORBET

La questione delle IG utilizzate come ingredienti ha acquisito ulteriore rilevanza dopo essere stata oggetto di una sentenza della Corte di giustizia dell'Unione europea (CGUE) relativa alla [causa Comité Interprofessionnel du Vin de Champagne contro Aldi Süd Dienstleistungs-GmbH & Co OHG \(C-393/16\)](#).



Figura 3 Etichetta del sorbetto di Champagneur.
Fonte: eur-lex.europa.eu

Il caso ha coinvolto Aldi Sud, una nota catena di discount tedesca, e il Comité Interprofessionnel du Vin de Champagne (CIVC) francese, l'associazione dei produttori di champagne. In particolare, nel 2012 **Aldi ha** iniziato a vendere un prodotto surgelato, prodotto dalla società belga Galana NV, e distribuito con il nome di '**Champagner Sorbet**'. Il prodotto lavorato conteneva tra i suoi ingredienti il **12% di champagne**.

In un primo momento, il CIVC ha adito il Tribunale Regionale di Monaco chiedendo di vietare ad Aldi l'uso del nome "Champagner Sorbet", al fine di evitare un ingiusto sfruttamento della reputazione della DOP. Il tribunale regionale ha accolto la richiesta, ma la decisione è stata ribaltata dalla Corte d'appello. Quest'ultima si è pronunciata in favore di Aldi con la motivazione che la catena di discount aveva un interesse legittimo a utilizzare il nome "Champagner Sorbet", considerando lo Champagne come un ingrediente essenziale del prodotto trasformato. Pertanto, non c'era alcuna indicazione ingannevole.

A quel punto, la CIVC si è rivolta alla Corte federale di giustizia tedesca, che a sua volta ha ritenuto necessario **sottoporre alla CGUE una questione pregiudiziale**, chiedendo di determinare se l'uso del nome di una DOP costituisca uno sfruttamento illegale della reputazione di tale DOP¹⁰.

- Innanzitutto, la Corte ha constatato che l'uso di una DOP come parte del nome di un prodotto trasformato **non può essere considerato un uso sleale di per sé**;
- Infatti, per determinare se l'uso del nome di una DOP come parte del nome di un prodotto trasformato costituisce uno **sfruttamento illegale** della reputazione della DOP, è necessario esaminare se tale **uso cerca di trarre un vantaggio sleale dalla sua reputazione**;
- La **quantità** del prodotto DOP utilizzato come ingrediente è una **prova pertinente**, ma **non è un fattore sufficiente** se considerato da solo, poiché deve essere effettuata una valutazione essenzialmente qualitativa;
- Alla luce di ciò, l'uso del nome di una DOP come parte del nome di un prodotto trasformato è **lecito, anche senza il consenso delle associazioni di produttori di IG**, se il prodotto finale ha, come una delle sue caratteristiche, **"un sapore attribuibile principalmente alla presenza di tale ingrediente nella composizione del prodotto alimentare"**;

- Infine, **spetta ai tribunali nazionali determinare**, caso per caso, se tale uso è destinato a trarre un vantaggio sleale dalla reputazione di una DOP.

Riassumendo, la sentenza "Champagner Sorbet" afferma che, per determinare se una IG contenuta in un prodotto trasformato gli conferisca una delle sue caratteristiche essenziali, occorre verificare se il gusto del prodotto sia attribuibile principalmente alla presenza dell'IG nella composizione del prodotto. In caso contrario, si può concludere che l'utilizzo della denominazione dell'IG sulla confezione del prodotto finale costituisce un'indicazione falsa o ingannevole ed è quindi illegale.

Anche se stabilisce un certo livello di protezione per le IG utilizzate come ingrediente in un prodotto trasformato, la sentenza sembra liberalizzare, a certe condizioni, l'uso di DOP e IGP nella denominazione di prodotti composti, **indipendentemente dall'autorizzazione dei consorzi di tutela o dalle disposizioni del disciplinare**. Inoltre, non definisce il "sapore", lasciando ai giudici nazionali il compito di analizzare e decidere caso per caso.

1.1.5 MARCHI E IG DELL'UE UTILIZZATI COME INGREDIENTI

Il caso Champagner Sorbet ha portato uno sviluppo nelle pratiche dell'Ufficio dell'Unione Europea della Proprietà Intellettuale (EUIPO) riguardo ai conflitti tra marchi e IG.

Le pratiche dell'EUIPO in materia di marchi e disegni e modelli sono raccolte in una serie di [linee guida](#)¹¹ che mirano ad aumentare l'efficienza e la coerenza delle decisioni dell'EUIPO, nonché a informare gli utenti dei servizi dell'EUIPO. Le linee guida sono sistematicamente aggiornate per raccogliere i principi di pratica derivati dalla giurisprudenza della Corte di giustizia europea, dalla giurisprudenza delle commissioni di ricorso dell'EUIPO e dalle decisioni del dipartimento operativo dell'EUIPO.

La parte B delle linee guida dell'EUIPO descrive la procedura di esame di una domanda di marchio dell'Unione europea (EUTM) dal deposito alla pubblicazione. Durante le procedure d'esame, l'Ufficio esamina vari dati relativi alla domanda, **compresi gli impedimenti assoluti alla registrazione**¹².

In particolare, la sezione quattro, capitolo dieci delle linee guida prevede gli impedimenti assoluti alla registrazione di un marchio in caso di **conflitto con un'indicazione geografica registrata** (DOP o IGP) **esistente** a livello UE¹³.

Secondo i regolamenti dell'UE sulle indicazioni geografiche, le IG sono protette da diverse situazioni:

1. qualsiasi uso di un IG (diretto o indiretto):

EUIPO

L'Ufficio dell'Unione europea per la proprietà intellettuale (EUIPO), con sede ad Alicante, è responsabile della registrazione dei marchi dell'Unione europea (EUTM) e dei disegni e modelli comunitari registrati (RCD) ai sensi del regolamento sul marchio dell'Unione europea (EUTMR) e del regolamento del Consiglio 6/02 del 12 dicembre 2001.

Lo scopo del regolamento su marchi dell'Unione europea (EUTMR) è di permettere ai titolari di registrare un diritto la cui validità è estesa a tutta l'Unione europea, a condizione che non violi i diritti di altri.

Ai sensi dell'EUTMR, l'EUIPO si occupa delle procedure di registrazione, compreso l'esame delle domande per gli impedimenti assoluti alla registrazione e, se è stata presentata opposizione a una domanda di marchio comunitario, per gli impedimenti relativi alla registrazione.

- a. per i prodotti non conformi al disciplinare di una IG; o
 - b. nella misura in cui tale uso sfrutta la reputazione di una IG;
2. qualsiasi uso improprio, imitazione o evocazione;
 3. qualsiasi altra indicazione o pratica falsa o ingannevole.

Per quanto riguarda lo **sfruttamento della reputazione delle IG**, l'EUIPO include sotto la protezione anche "le **merci in cui l'IG è un ingrediente rilevante**".

In base a ciò, quando si analizza una domanda di registrazione di un nuovo marchio UE, l'EUIPO solleva un'obiezione non solo a un marchio UE che copre l'esatto prodotto di una IG esistente, ma anche a un marchio UE che copre **qualsiasi altro prodotto in cui il prodotto IG può essere visto come l'ingrediente commercialmente rilevante**. L'EUIPO definisce un ingrediente come commercialmente rilevante "se può determinare la scelta del prodotto principale", cioè se la decisione dei consumatori di acquistare il prodotto è guidata principalmente dalla presenza di tale ingrediente.

In altre parole, se una IG registrata è usata come ingrediente rilevante in un prodotto trasformato incluso nella domanda ETUM, **può essere richiesta una restrizione nella lista dei prodotti**, al fine di superare un'obiezione per motivi assoluti. Ciò significa che l'elenco dei prodotti inclusi nella domanda dovrebbe essere limitato ai prodotti finali che includono come ingrediente commercialmente rilevante l'IG registrata (vedi esempi nella tabella 1).

Tabella 1 Elenco di esempi di prodotti trasformati che utilizzano un'IG come ingrediente rilevante e che richiedono una restrizione nella lista dei prodotti finali.

IG nell'EUTM	Specificativa originale (non accettabile)	Elenco delle merci accettabili	Spiegazione
POMME DU LIMOUSIN (FR/PDO/0005/0442)	<i>Marmellate e composte</i>	<i>Confetture e composte di mele conformi al disciplinare della DOP "Pomme du Limousin".</i>	Il frutto è l'ingrediente principale di <i>marmellate e composte</i> .
PROSCIUTTO DI PARMA (IT/PDO/0117/0067)	<i>Pizze</i>	<i>Pizze con prosciutto conformi al disciplinare della DOP "Prosciutto di Parma".</i>	Questo condimento è l'ingrediente principale di una <i>pizza</i> e quello che determina la scelta del consumatore.
RIOJA (PDO-ES-A0117)	<i>Aceto di vino</i>	<i>Aceto di vino ottenuto da vino conformi al disciplinare della DOP "Rioja".</i>	L'EUTM può essere accettato per l' <i>aceto di vino</i> conforme alle specifiche della DOP. Il vino è un ingrediente dell' <i>aceto</i> (l'aceto di vino è fatto di vino).
TURRÓN DE AGRAMUNT (ES/PGI/0005/0167)	<i>Ices</i>	<i>Ghiaccioli commestibili a base di torrone conformi al disciplinare dell'IGP "Turrón de Agramunt; Torró d'Agramunt".</i>	Il 'Turrón' è un ingrediente commercialmente rilevante per i gelati.
BERGAMOTTO DI REGGIO CALABRIA- OLIO	<i>Profumi</i>	<i>Profumi al Bergamotto conformi al disciplinare della DOP "Bergamotto di Reggio</i>	Il bergamotto è un olio essenziale che fornisce un aroma particolare al profumo. Questo aroma è ciò che

ESSENZIALE (IT/PDO/0005/0105)		Calabria - Olio essenziale".	guida la scelta dei consumatori ed è quindi l'ingrediente commercialmente rilevante.
SCOTCH WHISKY	<i>Cocktail.</i>	<i>Cocktail contenenti whisky conforme alle specifiche dell'IGP "Scotch Whisky".</i>	L'EUTM può essere accettato per i cocktail a base di whisky conformi alle specifiche della IG. Contrariamente ai vini, i <i>cocktail, diversi da quelli a base di whisky</i> non sono accettabili nella misura in cui possono essere ingannevoli.

Al contrario, quando il prodotto IG è utilizzato come ingrediente secondario, non rilevante dal punto di vista commerciale, la restrizione nella lista dei prodotti non sarà necessaria (vedi l'esempio riguardante l'Aceite de la Alcarra).

Tabella 2 Elenco di esempi di prodotti trasformati che utilizzano un IG come ingrediente secondario e non richiedono una restrizione nella lista dei prodotti finali.

IG nell'EUTM	Specificazione originale	Elenco delle merci accettabili	Spiegazione
ACEITE DE LA ALCARRIA (ES/PDO/0005/0562)	<i>Pasticceria</i>	<i>Pasticceria</i>	I prodotti non devono essere limitati dal semplice fatto che l' <i>olio</i> è usato nella loro preparazione. L' <i>olio</i> è un ingrediente secondario che non è commercialmente rilevante.

Fonte: Linee guida per l'esame in Ufficio, Parte B Esame, Sezione 4 Impedimenti assoluti alla registrazione - Capitolo 10 Marchi in conflitto con denominazioni d'origine e indicazioni geografiche, pagine 593-594.

1.2. LA LEGISLAZIONE NAZIONALE

L'Italia è l'unico Stato membro ad aver adottato una legislazione nazionale specifica che definisce le condizioni alle quali le denominazioni IG possono essere utilizzate nell'etichettatura, nella presentazione e nella pubblicità dei prodotti alimentari che contengono tali denominazioni come ingredienti.

La sezione seguente analizza il **decreto legislativo italiano n. 297 del 2004**, che rappresenta un caso unico a livello europeo in quanto stabilisce il diritto-dovere dei consorzi delle IG di autorizzare gli operatori a utilizzare la propria denominazione IG nell'etichettatura, presentazione e pubblicità dei prodotti alimentari che contengono tale denominazione come ingredienti.

Inoltre, l'analisi comprenderà anche le **circolari del Ministero delle Politiche Agricole e Forestali (MIPAAF)** che, in assenza di un Consorzio delle IG riconosciuto, identificano i criteri grafici e amministrativi da rispettare per fare riferimento a una IG nell'etichettatura, presentazione o pubblicità di un prodotto composto, preparato o trasformato.

Infine, il **caso francese** sarà discusso più in dettaglio nella [sezione 1.2.2](#). La Francia ha scelto di non adottare una legislazione vincolante. Tuttavia, la Direzione generale della concorrenza, del consumo e del controllo delle frodi (**DGCCRF**) in collaborazione con l'Istituto nazionale dell'origine e della qualità (INAO) ha definito dei **principi specifici** sulla questione dell'uso delle IG come ingredienti.

1.2.1 ITALIA

Il fatto che l'Italia, uno dei maggiori produttori di IG, abbia visto la necessità di sviluppare una legislazione nazionale dimostra l'esistenza di un vuoto giuridico a livello UE. L'Italia ha preferito chiarire con una legislazione nazionale quando l'uso di una denominazione DOP/IGP è lecito, piuttosto che lasciare che la questione venga risolta in tribunale.

Il [decreto legislativo n. 297 del 2004](#)¹⁴ contiene disposizioni sanzionatorie a tutela e salvaguardia delle indicazioni geografiche dei prodotti agricoli e alimentari registrate a livello europeo. In particolare, la prima parte del decreto disciplina l'applicazione di sanzioni amministrative nei confronti degli operatori economici in caso di uso improprio della denominazione, del segno distintivo o del marchio di una IG (art. 1.1).

Tra i casi sanzionati dal decreto, uno riguarda l'**uso di una denominazione protetta nell'etichettatura, presentazione e pubblicità di prodotti alimentari che contengono tale denominazione come ingredienti** (art. 1.1.c). Questa violazione è soggetta ad una sanzione amministrativa pecuniaria che va da 2.500 € a 16.000 €.

Inoltre, il decreto continua a stabilire le condizioni alle quali è considerato legale l'uso di una denominazione protetta nell'etichettatura, presentazione e pubblicità dei prodotti alimentari che contengono tale denominazione come ingredienti:

- 1.a. il **Consorzio responsabile dell'IG ha rilasciato un'autorizzazione** e ha iscritto l'utilizzatore del prodotto in un apposito registro, che deve essere tenuto aggiornato dal Consorzio;
- 1.b. oppure, in assenza di un Consorzio riconosciuto, il Ministero delle Politiche Agricole e Forestali (**MIPAAF**) **ha rilasciato l'autorizzazione** (in questo caso il MIPAAF è anche responsabile della gestione del registro);

CONSORZI DI TUTELA IG

In Italia, un'associazione di produttori di IG deve ottenere il riconoscimento del MIPAAF per poter assumere le funzioni di Consorzio di tutela. A tal fine, l'associazione deve soddisfare un criterio di rappresentatività pari ad almeno i 2/3 della produzione verificata dall'organismo di controllo e ritenuta idonea alla certificazione.

I Consorzi nascono come associazioni volontarie, senza fini lucrativi, promosse dagli operatori economici coinvolti nei settori con la precisa funzione di tutela, promozione, valorizzazione, informazione del consumatore e cura generale delle Indicazioni Geografiche.

Ai Consorzi sono essenzialmente assegnati importanti compiti istituzionali, e intervengono nella rappresentanza e nella tutela di tutte le aziende coinvolte nella produzione delle IG, siano esse consorziate o meno.

In assenza di un Consorzio riconosciuto, è l'Associazione dei produttori che si occupa della promozione e della protezione del prodotto riconosciuto come IG, anche se con competenze più limitate rispetto al Consorzio. Ad esempio, nel caso di interesse di questo studio, in assenza di un Consorzio riconosciuto, non è l'Associazione dei produttori che autorizza l'uso della IG come ingrediente, ma il Ministero.

BOX 1

- 2. o il riferimento all'IG appare solo nella **lista degli ingredienti** del prodotto trasformato che lo contiene.

Va notato che il testo originale del decreto includeva anche un criterio che richiedeva che il prodotto trasformato non contenesse nessun altro ingrediente comparabile al prodotto IG. Questo criterio è stato abrogato e **nessun criterio di prodotto è incluso nel testo attuale**.

Per quanto riguarda i **prodotti vitivinicoli**, il riferimento ad una IG nell'etichettatura, presentazione o pubblicità dei prodotti trasformati è regolamentato dal [Testo Unico della vite e del vino, Legge n. 238 del 12/12/2016](#)¹⁵. In particolare, **anche per il vino valgono le stesse condizioni** sopra descritte per i prodotti agroalimentari (vedi art. 44 commi 9 e 10), con l'aggiunta di due casi specifici per i quali non è necessaria l'autorizzazione:

- Per i **prodotti derivati non preconfezionati** preparati in laboratori annessi a un punto di **vendita diretta** al consumatore finale (art. 44.10.a);

- E nei casi in cui si fa riferimento all'IG "*nell'etichettatura e presentazione delle bevande spiritose che ne abbiano diritto ai sensi del regolamento (CE) n. 110/2008 e degli aceti di vino*" (art.44.10.b).

La legislazione italiana è abbastanza unica a livello europeo in quanto stabilisce il **diritto-dovere dei consorzi IG** di autorizzare gli operatori ad utilizzare la loro denominazione IG nell'etichettatura, presentazione e pubblicità dei prodotti alimentari che contengono tale denominazione come ingredienti.

Questa normativa sembra essere in linea con l'articolo 13 del regolamento 1151/2012, che estende la protezione ai prodotti IG utilizzati come ingredienti, e conferisce anche agli Stati membri l'obbligo di "*adottare le misure amministrative e giudiziarie adeguate per prevenire o far cessare l'uso illecito delle denominazioni di origine protette e delle indicazioni geografiche protette ai sensi del paragrafo 1, prodotte o commercializzate in tale Stato membro*".

Al contrario, il decreto non è completamente in linea con la sentenza della CGUE sul caso "Champagner Sorbet" che non considera

l'autorizzazione dei gruppi di produttori di IG un prerequisito per determinare l'uso (illecito) di una denominazione nel nome commerciale di un prodotto finale.

Tornando allo specifico del caso italiano, come anticipato, **in assenza di un Consorzio riconosciuto, il MIPAAF è incaricato di rilasciare l'autorizzazione.**

A tal fine, nel 2007, il MIPAAF ha emesso due circolari, rispettivamente per i [prodotti agroalimentari](#)¹⁶ e per [prodotti vitivinicoli](#)¹⁷, che identificano i **criteri grafici e amministrativi da rispettare per fare** riferimento a una IG nell'etichettatura, presentazione o pubblicità di un prodotto composto, preparato o trasformato.

Va sottolineato che le **circolari si applicano ai casi in cui, in assenza di un consorzio IG riconosciuto, l'autorizzazione viene concessa dal Ministero**. Pertanto, i criteri non devono essere applicati dai Consorzi, che hanno più libertà di definire regole specifiche per fornire l'autorizzazione all'uso del loro prodotto. Tuttavia, come si vedrà più in dettaglio nella [parte 2.2](#), **molti Consorzi seguono parzialmente o totalmente gli stessi criteri**.

I criteri definiti nelle circolari sono divisi in tredici punti. Gli stessi si applicano ai prodotti alimentari e ai vini. Per quanto riguarda il riferimento a una IG nell'etichettatura, presentazione o pubblicità di un prodotto composto, i **criteri grafici** da rispettare sono i seguenti:

- Le sigle "DOP" e "IGP" o le relative indicazioni devono essere messe tra **virgolette**, e **devono seguire il nome dell'IG utilizzato come ingrediente**, per evitare che il consumatore creda che si riferiscano al prodotto composto.
- La **dimensione del carattere** utilizzato per il riferimento IG deve essere **più piccola** del carattere utilizzato per il nome del prodotto composto, l'operatore responsabile, i marchi.
- Inoltre, lo **stesso carattere della stessa dimensione** deve essere utilizzato per il nome dell'IG, la dicitura (Denominazione d'origine protetta o Indicazione geografica protetta) o le rispettive sigle.
- **È vietato utilizzare i loghi dell'UE e il logo dell'IG protetta.**

Criteri simili sono stabiliti per l'introduzione in etichetta della **traduzione** della denominazione IG in una lingua diversa dall'italiano.

Questi criteri sono completamente coerenti con le linee guida della CE, ad eccezione dell'uso del logo. Infatti, le linee guida CE sono aperte alla possibilità di utilizzare loghi UE (*simboli*) che accompagnano la denominazione registrata nell'etichettatura di un prodotto trasformato, a condizione che sia chiaro che il suddetto prodotto non è esso stesso una IG registrata. Tuttavia, il **MiPAAF è fermamente convinto che l'uso di loghi UE su un prodotto trasformato sia di per sé fuorviante per i consumatori e preferisce vietarlo completamente**.

Le circolari dettagliano anche specifici **requisiti amministrativi e criteri** che devono essere rispettati dagli operatori una volta che hanno ricevuto l'autorizzazione dal MiPAAF. In particolare, gli operatori devono impegnarsi a:

- Assicurarsi che il prodotto IG sia acquistato da un fornitore o confezionatore che è stato controllato secondo il sistema di controllo del sistema di qualità.
- **Registrare la quantità di prodotto IG utilizzato** nel prodotto composto per dimostrare, su richiesta del Ministero, che questa quantità corrisponde alla quantità di prodotto IG acquistato. Con l'impegno di presentare i documenti pertinenti, su richiesta del Ministero.
- **Registrare mensilmente il numero di confezioni di prodotto lavorato prodotte.**
- Inviare al MiPAAF una **scheda tecnica** che descriva il composto, il prodotto lavorato o trasformato.
- Comunicare l'**ubicazione dell'impianto dove avrà luogo la produzione**, così come qualsiasi cambiamento successivo.

- Dichiarare che prima della lavorazione il **prodotto IG sarà immagazzinato separatamente dagli altri prodotti** appartenenti alla stessa categoria di prodotti.
- Dichiarare che l'**autorizzazione concessa non sarà trasferita**, nemmeno in subconcessione, a terzi.

Per ottenere l'autorizzazione, l'operatore deve fare domanda al Ministero includendo tra i documenti una **bozza di etichetta**, per verificare il rispetto dei criteri grafici sopra descritti, e la **scheda tecnica**, che descrive il prodotto per il quale l'etichetta sarà utilizzata.

Come già detto, i criteri descritti riguardano principalmente la procedura di richiesta (criteri grafici e amministrativi). Le caratteristiche che il prodotto finale deve possedere per ottenere l'autorizzazione non sono specificate.

La situazione è diversa per quanto riguarda le autorizzazioni rilasciate dai consorzi, che possono codificare criteri che includono **regole riguardanti il prodotto finale**. Ad esempio, in alcuni casi è vietato includere prodotti comparabili alla IG; in altri casi, il consorzio stabilisce una percentuale minima di prodotto IG da utilizzare nel prodotto trasformato.

Sebbene i requisiti stabiliti nella comunicazione della Commissione sulle linee guida per l'etichettatura siano volontari (2010/C 341/03) e i criteri individuati dal MIPAAF si applichino solo in assenza di un consorzio IG riconosciuto, molti consorzi traggono almeno in parte i loro regolamenti interni da questi documenti. *Per maggiori dettagli sui criteri adottati dai consorzi, si veda la [seconda parte](#) del rapporto.*

1.2.2 FRANCIA

Per quanto riguarda il contesto francese, la Direzione Generale della Concorrenza, del Consumo e del Controllo delle Frodi (DGCCRF), in collaborazione con l'Istituto Nazionale dell'Origine e della Qualità (INAO), ha definito dei principi relativi all'utilizzo di prodotti di qualità (DOP, IGP e Label Rouge) come ingredienti.

Questi criteri tengono conto delle linee guida della Commissione Europea, così come delle:

- **Norme per la protezione dei consumatori:** *"L'etichettatura e le sue modalità non devono essere tali da creare confusione nella mente dell'acquirente o del consumatore, in particolare per quanto riguarda le caratteristiche del prodotto alimentare e in particolare la natura, l'identità, le qualità, la composizione, la quantità, la durata, l'origine o la provenienza e il metodo di fabbricazione o di produzione. L'etichettatura non deve contenere alcuna indicazione che possa indurre il consumatore a credere che il prodotto alimentare abbia delle caratteristiche particolari quando tutti i prodotti alimentari simili hanno le stesse caratteristiche"* - Articolo R112-7 del [Codice del consumo](#)¹⁸.
- **Norme relative alla protezione dei sistemi di qualità:** *"Il nome che costituisce la denominazione d'origine o qualsiasi altro riferimento ad essa non può essere utilizzato per prodotti simili, fatte salve le leggi e i regolamenti in vigore al 6 luglio 1990. Non può essere utilizzato da alcuno stabilimento o da qualsiasi altro prodotto o servizio se tale uso è suscettibile di compromettere o indebolire la reputazione della denominazione"* - art. L643-1 al2 del [Codice rurale](#)¹⁹.

I principi definiti dalla DGCCRF e dall'INAO identificano i **criteri per i prodotti trasformati** che devono essere rispettati per includere a buon diritto un nome IG nella denominazione di vendita del prodotto finale. In particolare:

- Il prodotto usato come ingrediente **deve effettivamente beneficiare dell'IG e**

- Deve essere l'**unico prodotto della sua categoria** incorporato nella preparazione.
- Inoltre, i criteri non stabiliscono una quantità minima, ma specificano che l'IG deve essere incorporata in una **quantità sufficiente** per dare al prodotto finale un **carattere particolare**.

Oltre a questi criteri riguardanti il prodotto finale, i principi descrivono anche diversi criteri grafici:

- La presenza dell'IG non deve essere troppo enfatizzata dall'uso di **caratteri** sovradimensionati e contrastanti per attirare l'attenzione del consumatore.
- I **termini DOP/IGP/STG** possono essere menzionati dopo il nome, a condizione che siano legati alla denominazione protetta e non al prodotto che la incorpora.
- Infine, il **logo** corrispondente (**DOP, IGP, STG**) **non può essere utilizzato in nessun caso**.

Se i criteri per i prodotti trasformati non sono soddisfatti, il nome dell'IG può apparire solo nella lista degli ingredienti.

In questo caso, bisogna fare riferimento alle regole per i prodotti alimentari. L'IG può essere menzionata, così come la quantità introdotta (in percentuale), e i caratteri utilizzati devono essere della stessa dimensione e colore del resto degli ingredienti.

Questi criteri sono completamente in linea con le linee guida della CE, ad eccezione dell'uso del logo. Infatti, le linee guida CE sono aperte alla possibilità di usare loghi UE (*simboli*) che accompagnano la denominazione registrata nell'etichettatura di un prodotto trasformato, a condizione che sia chiaro che il suddetto prodotto non è esso stesso una IG registrata. Tuttavia, l'INAO crede fermamente che l'uso di loghi UE su un prodotto trasformato sia di per sé fuorviante per i consumatori e preferisce vietarlo completamente.

Anche se in Francia le associazioni di produttori di IG non hanno il dovere riconosciuto di autorizzare i trasformatori a utilizzare il nome della loro IG nell'etichettatura, presentazione e pubblicità dei prodotti alimentari che contengono tali IG come ingredienti, diverse associazioni di produttori di IG hanno adottato criteri specifici per adattare questi principi ai bisogni dei loro prodotti. Le pratiche esistenti saranno analizzate nel capitolo seguente.

Infine, è importante sottolineare che, anche se questi principi non sono raccomandazioni vincolanti, sono supportati dalla giurisprudenza. In particolare:

1. In una [causa che opponeva il Comité Interprofessionnel du Vin de Champagne \(CIVC\)](#) a un'azienda di trasformazione che produceva, tra l'altro, "foie gras d'anatra intero con due peperoni e champagne" (25 novembre 2014)²⁰, la Corte suprema francese (*Cour de cassation*) ha riconosciuto il principio di "ingrediente caratterizzante" nonché l'importanza di **rispettare i criteri grafici**, cioè il nome della IG non deve apparire in caratteri distintivi rispetto al nome dei prodotti trasformati che utilizzano la IG come ingrediente.
2. Nella causa "Champagner Sorbet" la CGUE ha ulteriormente confermato il principio che l'**IG deve conferire una caratteristica essenziale** al prodotto trasformato per poter essere menzionata di diritto sulla sua etichettatura ([vedi paragrafo 1.1.4](#)).
3. Infine, nel caso "Pizza Hut Vs Comté"²¹, la Corte d'appello di Parigi ha ricordato nella sua decisione (28 febbraio 2017) che la promozione di una DOP nella ricetta di un prodotto trasformato deve

rispettare regole rigorose, tra cui il principio che il **prodotto trasformato non deve contenere nessun altro "ingrediente comparabile"**.

NOTE PARTE 1

¹ Regolamento (UE) n. 1151/2012 del Parlamento europeo e del Consiglio del 21 novembre 2012 sui regimi di qualità dei prodotti agricoli e alimentari, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32012R1151>

² Commissione europea, (2008), "Libro verde sulla qualità dei prodotti agricoli: norme di prodotto, requisiti di produzione e sistemi di qualità", 3.4. Indicazioni geografiche come ingredienti nei prodotti trasformati <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX:52008DC0641>

³ Valutazione della politica della PAC sulle denominazioni d'origine protette (DOP) e le indicazioni geografiche protette (IGP), London Economics novembre 2008, <http://londoneconomics.co.uk/blog/publication/evaluation-of-the-cap-policy-on-protected-designations-of-origin-pdo-and-protected-geographical-indications-pgi/>

⁴ Comunicazione della Commissione al Parlamento europeo, al Consiglio, al Comitato economico e sociale europeo e al Comitato delle regioni sulla politica di qualità dei prodotti agricoli, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A52009DC0234#document1>

DOCUMENTO DI LAVORO DEI SERVIZI DELLA COMMISSIONE che accompagna la COMUNICAZIONE DELLA COMMISSIONE AL PARLAMENTO EUROPEO, AL CONSIGLIO, AL COMITATO ECONOMICO E SOCIALE EUROPEO E AL COMITATO DELLE REGIONI sulla politica di qualità dei prodotti agricoli https://ec.europa.eu/smart-regulation/impact/ia_carried_out/docs/ia_2009/sec_2009_0670_en.pdf

⁵ Regolamento (UE) n. 1151/2012 del Parlamento europeo e del Consiglio del 21 novembre 2012 sui regimi di qualità dei prodotti agricoli e alimentari, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32012R1151>

⁶ Comité Interprofessionnel du Vin de Champagne contro Aldi Süd Dienstleistungs-GmbH & Co OHG (C-393/16), <http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=198044&pageIndex=0&doclang=IT&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=16291477>

⁷ L'art. 26 del Regolamento 1169/2011 stabilisce chiaramente il primato delle norme specifiche sull'etichettatura dei prodotti DOP, IGP e STG rispetto agli altri prodotti alimentari, per quanto riguarda l'indicazione del paese d'origine o del luogo di provenienza

⁸ Regolamento (UE) n. 1169/2011 del Parlamento europeo e del Consiglio del 25 ottobre 2011 relativo alla fornitura di informazioni sugli alimenti ai consumatori https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=uriserv:OJ.L_.2011.304.01.0018.01.ENG&toc=OJ:L:2011:304:FULL

⁹ Comunicazione della Commissione - Orientamenti sull'etichettatura dei prodotti alimentari che utilizzano come ingredienti denominazioni d'origine protette (DOP) o indicazioni geografiche protette (IGP), [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HR/TXT/?uri=CELEX:52010XC1216\(01\)](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HR/TXT/?uri=CELEX:52010XC1216(01))

¹⁰ In particolare, la richiesta di interpretazione preliminare riguarda l'articolo 118 quaterdecies del regolamento n. 1234/2007, in vigore all'epoca dei fatti, e l'articolo 103 del regolamento n. 1308/2013, che lo ha sostituito con effetto dal 1° gennaio 2014.

¹¹ Linee guida per l'esame Ufficio dell'Unione europea per la proprietà intellettuale (Euipo) <https://guidelines.euipo.europa.eu/binary/1922895/2000000000>

¹² Articolo 7(1) RMUE

¹³ Direttive d'esame dell'Ufficio, Parte B Esame, Sezione 4 Impedimenti assoluti alla registrazione - Capitolo 10 Marchi in conflitto con le denominazioni d'origine e le indicazioni geografiche (articolo 7, paragrafo 1, lettera j), RMC)

¹⁴ DECRETO LEGISLATIVO 19 novembre 2004, n. 297 - Disposizioni sanzionatorie in applicazione del regolamento (CEE) n. 2081/92, relativo alla protezione delle indicazioni geografiche e delle denominazioni di origine dei prodotti agricoli e alimentari. <https://www.normattiva.it/uri-res/N2Ls?urn:nir:stato:decreto.legislativo:2004-11-19;297!vig=>

¹⁵ Disciplina organica della coltivazione della vite e della produzione e del commercio del vino legge 238/2016 <https://www.normattiva.it/uri-res/N2Ls?urn:nir:stato:legge:2016-12-12;238!vig=>

¹⁶ Circolare - dg Sviluppo Agroalimentare e Qualità - MipAAf (2007) sui criteri per l'utilizzo del riferimento ad una denominazione d'origine protetta o ad un'indicazione geografica protetta nell'etichettatura, nella presentazione o nella pubblicità di un prodotto composto, elaborato o trasformato dei prodotti agricoli o alimentari <https://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeAttachment.php/L/IT/D/b%252Fa%252Fd%252FD.2fe3bec7250507ce1287/P/BLOB%3AID%3D9795/E/pdf>

¹⁷ Circolare - dg Sviluppo Agroalimentare e Qualità - MipAAf sui criteri per l'utilizzo del riferimento ad una denominazione d'origine protetta o ad un'indicazione geografica protetta nell'etichettatura, nella presentazione o nella pubblicità di un prodotto composto, elaborato o trasformato. <https://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeAttachment.php/L/IT/D/3%252F2%252F5%252FD.3c80c044216aa507091f/P/BLOB%3AID%3D9795/E/pdf>

¹⁸ Code de la consommation - Article R112-7 https://www.legifrance.gouv.fr/affichCodeArticle.do;jsessionid=AF6F79C5D2CE6CFF4ED44C3EE2C7C0B2.tplgfr27s_2?i dArticle=LEGIARTI000006292768&cidTexte=LEGITEXT000006069565&dateTexte=20091009

¹⁹ Code rural et de la pêche maritime - Articolo L643-1 <https://www.legifrance.gouv.fr/affichCodeArticle.do?idArticle=LEGIARTI000006584783&cidTexte=LEGITEXT000006071367&dateTexte=20070101>

²⁰ Cour de cassation, civile, Chambre commerciale, 25 novembre 2014, 13-19.870 <https://www.legifrance.gouv.fr/affichJuriJudi.do?idTexte=JURITEXT000029819758&fastReqId=1578813876&fastPos=3&oldAction=rechJuriJudi>

²¹ <http://qualite.groupe-cerclevert.fr/pizza-hut-condamne-en-justice-pour-lusage-dun-nom-daop/>

SECONDA PARTE: ANALISI DEL QUESTIONARIO

2. ANALISI DEL QUESTIONARIO

La seconda parte dello studio riguarda l'**analisi del questionario** sottoposto ai gruppi di produttori di IG, con l'obiettivo di **identificare le buone pratiche e i problemi** legati alla menzione di un prodotto IG sull'etichetta di un prodotto trasformato che lo utilizza come ingrediente.

2.1 METODOLOGIA E ANALISI DEL PROFILO DEGLI INTERVISTATI

Il questionario, composto da un totale di ventisei domande, era strutturato in tre parti:

1. La prima riguarda le informazioni rispetto ai **gruppi di produttori di IG e i prodotti protetti**;
2. La seconda raccoglie i **dati economici** sui gruppi di produttori di IG, così come i dati riferiti all'uso delle IG come ingrediente (volume del prodotto IG usato come ingrediente, numero di aziende che usano l'IG come ingrediente).
3. Infine, la terza parte contiene **domande qualitative e aperte** incentrate su strategie, esperienze e problemi sperimentati dai gruppi di produttori sull'uso delle IG come ingredienti.

Il questionario è stato sottoposto ai gruppi di produttori di IG delle Regioni socie di AREPO attraverso la piattaforma Google Form per una durata di circa due mesi (luglio e agosto 2020). **Cento associazioni di produttori IG hanno risposto al sondaggio**, da sei paesi diversi, suddivisi come segue: **Francia (44), Italia (34), Spagna (11), Germania (7), Grecia (2) e Portogallo (2)**.

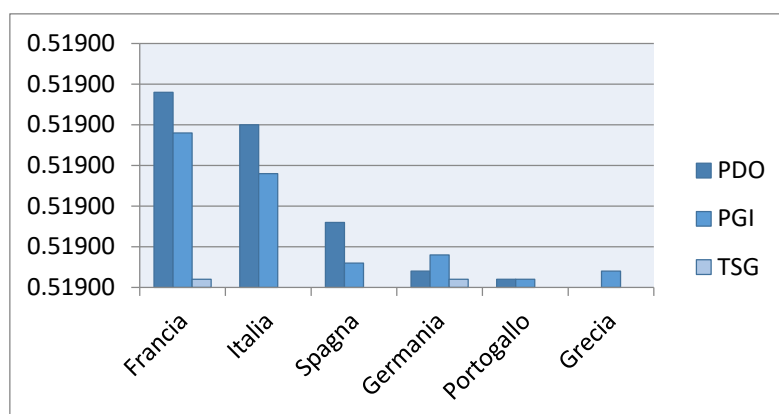
Le risposte sono state analizzate differenziando le domande quantitative e qualitative. Inoltre, per permettere una valutazione affidabile e obiettiva, il contesto legislativo nazionale dei diversi paesi è stato preso in considerazione nell'analisi.

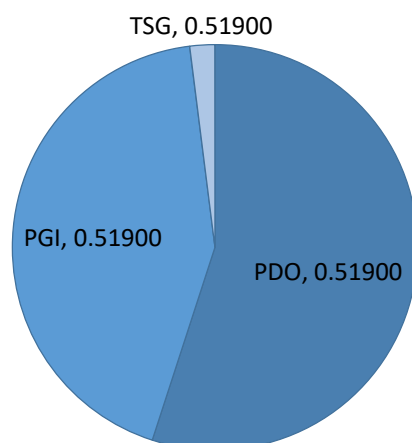
La tabella (3) e la figura (4) seguenti mostrano in dettaglio la distribuzione per paese e tipo di prodotto (DOP/IGP/STG).

Tabella 3 Partecipanti al sondaggio divisi per DOP/IGP/STG (parte 1)

	Francia	Italia	Spagna	Germania	Portogallo	Grecia	Totale
DOP	24	20	8	2	1	0	55
IGP	19	14	3	4	1	2	43
STG	1	0	0	1	0	0	2
Totale	44	34	11	7	2	2	100

Figura 4 Partecipanti al sondaggio divisi per DOP/IGP/STG (parte 2 e 3).





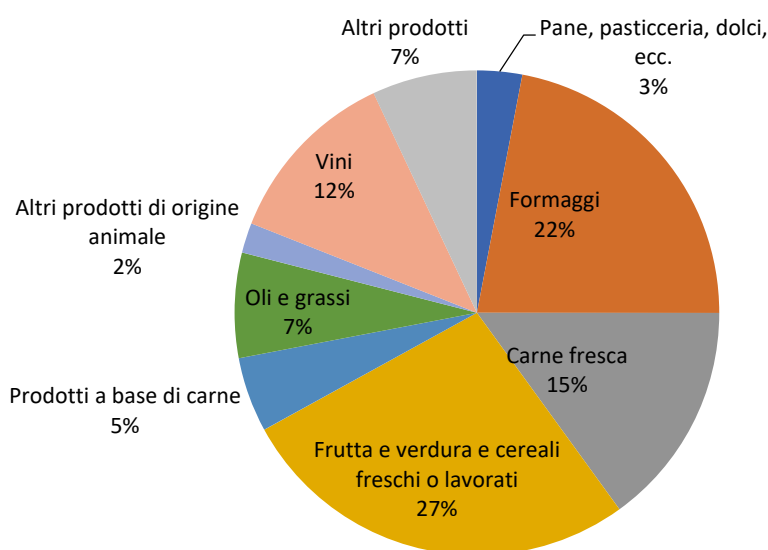
Complessivamente, il 55% dei gruppi di produttori di IG che hanno partecipato all'indagine rappresentano un prodotto DOP, il 43% un IGP e solo il 2% una STG.

Le risposte possono essere suddivise in **10 categorie di prodotti**, come segue: Frutta e verdura e cereali freschi o lavorati (27), Formaggi (22), Carne fresca (15), Vini (12), Oli e grassi (7), Prodotti a base di carne (5), Pane, pasticceria, confetteria, biscotti e altri prodotti da forno (3), Altri prodotti di origine animale (2), Birre (1), e Altri prodotti (6).

Tabella 4 Partecipante al sondaggio diviso per categoria di prodotto e paese (parte 1)

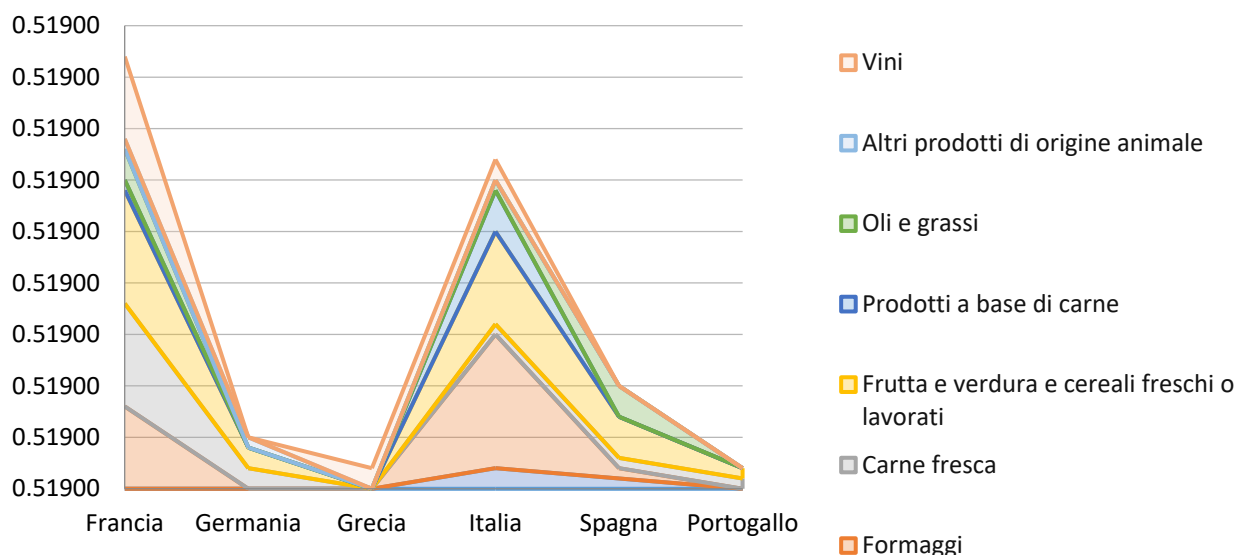
Categoria	Francia	Germania	Grecia	Italia	Spagna	Portogallo	Totale
Pane, pasticceria, dolci, confetteria, biscotti e altri prodotti da forno	-	-	-	2	1	-	3
Formaggi	8	-	-	13	1	-	22
Carne fresca	10	2	-	1	1	1	15
Frutta e verdura e cereali freschi o lavorati	11	2	-	9	4	1	27
Prodotti a base di carne	1	-	-	4	-	-	5
Oli e grassi	3	-	-	1	3	-	7
Altri prodotti di origine animale	1	1	-	-	-	-	2
Vini	8	-	2	2	-	-	12
Altri prodotti	2	2	-	2	1	-	7
Totale	44	7	2	34	11	2	100

Figura 5 Partecipanti al sondaggio divisi per categoria di prodotto



Nel complesso, i prodotti a IG di frutta e verdura sono la categoria più numerosa tra gli intervistati, seguita dai formaggi, dalle carni fresche e dai vini. Analizzando in dettaglio i risultati dei due paesi da cui proviene la maggioranza delle risposte, si può notare che per la Francia i prodotti IG di frutta e verdura (11) sono seguiti da vicino dalle carni fresche (10) e dai vini (8), mentre per l'Italia la maggioranza degli intervistati appartiene al settore dei formaggi (13).

Figura 6 Partecipanti al sondaggio divisi per categoria di prodotto e paese (parte 2)



2.2 ANALISI DEL QUESTIONARIO

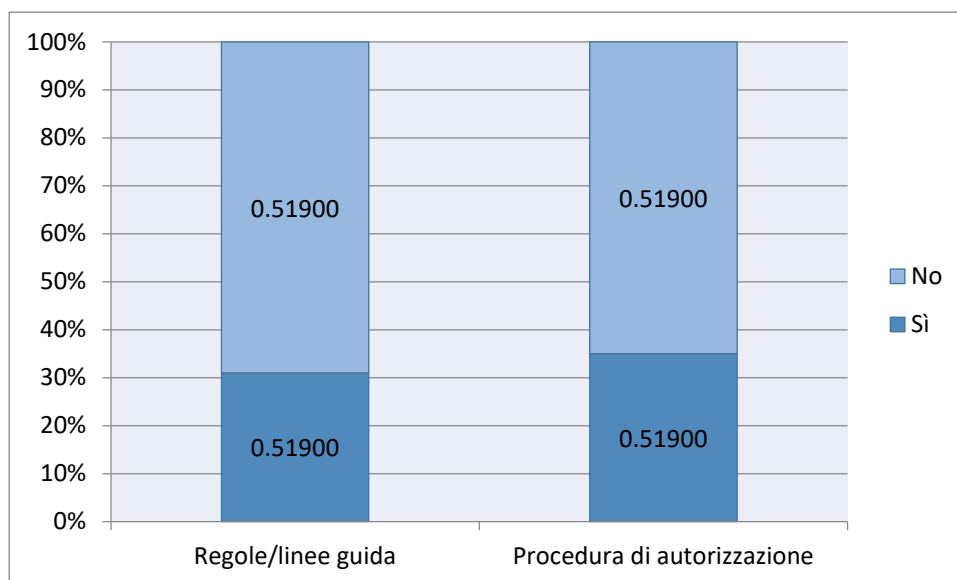
L'analisi del questionario si concentrerà sui risultati raccolti nella terza parte dello stesso, dedicata alle strategie di tutela messe in atto dai gruppi di produttori di IG quando i loro prodotti vengono utilizzati come ingrediente di un prodotto alimentare trasformato o composto.

LINEE GUIDA INTERNE E PROCEDURA DI AUTORIZZAZIONE

Alla luce dell'analisi della regolamentazione e del livello UE e nazionale, il questionario mirava a valutare se la pratica di adottare **linee guida o regole** è diffusa tra i gruppi di produttori di IG di diversi paesi. Ai fini di questo studio, per "*regole o linee guida*" si intende un documento, interno o pubblico, che specifica e regola l'uso dell'IG come ingrediente.

Inoltre, per avere un quadro completo della situazione, l'indagine ha valutato anche l'esistenza di una **procedura di autorizzazione** specifica per l'uso dell'IG come ingrediente, indipendentemente dall'esistenza di regole o linee guida del gruppo di produttori.

Figura 7 Gruppi di produttori che hanno adottato regole o linee guida specifiche e/o una procedura di autorizzazione.



Sul totale dei gruppi di produttori di IG che hanno risposto al questionario (100), 31 hanno dichiarato di aver adottato regole interne o linee guida riguardanti l'uso della loro IG come ingrediente, mentre 35 hanno confermato di avere una procedura di autorizzazione specifica per l'uso dell'IG come ingrediente.

Per consentire la semplificazione e la rappresentazione grafica, le risposte a questa domanda sono state riassunte in "sì" o "no". Trattandosi di una domanda aperta, la risposta è considerata positiva se il documento o le linee guida esistono al momento dell'analisi in corso. Le risposte mancanti sono considerate negative (7 in totale). Inoltre, la risposta è stata considerata negativa se il gruppo di produttori ha risposto che l'elaborazione di regole/linee guida interne è in corso ma non è completata (4 in totale). Allo stesso modo, la risposta è stata considerata negativa se le associazioni di produttori hanno dichiarato di seguire le linee guida nazionali del proprio paese (es. circolare MIPAAF per l'Italia, o linee guida INAO e DGCCRF per la Francia) o le linee guida CE, senza creare regole *ad hoc* in base alle esigenze specifiche del prodotto IG protetto.

Tabella 5 Gruppi di produttori che hanno adottato regole o linee guida specifiche per paese

	Italia	Francia	Spagna	Germania	Portogallo	Grecia	Totale
Sì	18	9	4	0	0	0	31
No	16	35	7	7	2	2	69
Totale	34	44	11	7	2	2	100

Un'analisi delle risposte per paese mostra che **l'Italia ha il più alto tasso di gruppi di produttori di IG che hanno adottato regole o linee guida interne**. Questo dato non sorprende, visto che la legislazione italiana in materia stabilisce il diritto-dovere dei consorzi IG di autorizzare l'uso della propria IG come ingrediente.

Tra i gruppi di produttori italiani che hanno risposto all'indagine, 31 sono consorzi riconosciuti mentre 3 sono associazioni di produttori (vedi [BOX 1](#)). Queste ultime non hanno adottato linee guida specifiche, in quanto non hanno il diritto/dovere di autorizzare l'uso della loro IG come ingrediente. Infatti, come spiegato nel [paragrafo 1.2.1](#), in questi casi il Ministero dell'Agricoltura italiano esamina direttamente le richieste di autorizzazione. Ai fini della presente analisi, verranno presi in considerazione solo i consorzi.

Ricordiamo che il **Decreto Legislativo n. 297 del 2004**, pur stabilendo che è dovere dei consorzi autorizzare l'uso della propria denominazione IG nell'etichettatura, presentazione e pubblicità dei prodotti alimentari contenenti tale denominazione come ingrediente, non descrive la procedura da seguire né introduce l'obbligo di adottare un regolamento/linea guida interno che chiarisca la procedura scelta da ciascun consorzio. L'unico obbligo menzionato dal decreto è che i consorzi tengano un **registro degli utilizzatori autorizzati**.

Per questo, l'analisi ha riscontrato differenze tra i consorzi in termini di adozione di regolamenti interni o linee guida e, più in generale, in termini di procedura di autorizzazione. **In particolare, più della metà dei consorzi italiani che hanno risposto all'indagine ha elaborato linee guida o regolamenti interni (18 su 31)**. I restanti 13 consorzi che hanno dichiarato di non aver adottato regole o linee guida specifiche seguono in genere la disciplina stabilita dal Ministero dell'agricoltura italiano nelle sue circolari (cfr. [paragrafo 1.2.1](#)).

In un caso particolare, la Farina di Neccio della Garfagnana DOP, la questione è stata **regolamentata nel disciplinare di produzione**. In realtà, in Italia questa era una pratica comune prima della pubblicazione delle linee guida dell'UE sull'etichettatura dei prodotti alimentari che utilizzano DOP o IGP come ingredienti (2010). Come spiegato nel [paragrafo 1.1.3](#), la Commissione europea accetta solo in circostanze eccezionali di includere nel disciplinare di produzione delle IG disposizioni sull'uso di un nome IG nell'etichettatura di altri prodotti alimentari, ovvero per risolvere una difficoltà specifica e chiaramente identificata e purché siano oggettive, proporzionate e non discriminatorie.

Nel caso della Farina di Neccio della Garfagnana DOP, il disciplinare di produzione disciplina la questione ai sensi dell'articolo 8. Il testo riprende la formulazione dell'originario Decreto Legislativo n 297/2004, ovvero per poter utilizzare il nome della DOP nell'etichettatura, presentazione e pubblicità di un prodotto trasformato che utilizza la farina come ingrediente:

1. il prodotto trasformato non deve contenere nessun ingrediente comparabile alla DOP;
2. il trasformatore deve essere autorizzato dal Consorzio.

Per avere una visione approfondita del contenuto delle linee guida o regole interne, **sono stati analizzati 14 documenti**. La tabella 6 seguente contiene l'elenco delle linee guida esaminate, divise per categoria di prodotto.

Tabella 6 Elenco delle linee guida esaminate divise per categoria di prodotto

Pane, pasticceria, dolci, ecc. (1)	Formaggi (5)	Carne fresca (1)	Frutta e verdura (3)	Prodotti di carne (1)	Oli e grassi (1)	Altri prodotti (1)
Piadina Romagnola IGP	Asiago DOP Formaggio Piave DOP Grana Padano DOP Parmigiano Reggiano DOP Provolone DOP	Cinta senese DOP	Pere dell'Emilia Romagna IGP Pesca e nettarina di Romagna IGP Asparago verde di Altedo IGP	Prosciutto di Parma DOP	Olio Toscano IGP	Aceto tradizionale di Reggio Emilia DOP

Questi documenti possono essere ulteriormente classificati in base al loro contenuto: **cinque linee guida**²² su **quattordici** citano in tutto o in parte i **criteri definiti dalla circolare del Ministero dell'Agricoltura**.

Le altre, invece, approfondiscono le regole imposte per l'utilizzo dell'IG come ingrediente. Queste linee guida o regole interne stabiliscono dei criteri adatti ad ogni IG, in modo trasparente e pubblico, al fine di informare il trasformatore interessato all'utilizzo dell'IG in questione sulle regole da seguire per richiedere l'autorizzazione e per menzionare correttamente l'IG utilizzata come ingrediente sull'etichetta del prodotto finale. Come già visto nell'analisi della legislazione nazionale italiana e francese, questi criteri possono essere suddivisi in **tre categorie**: 1) criteri riguardanti il **prodotto**, 2) **criteri grafici** e 3) **criteri amministrativi** riguardanti il processo di autorizzazione.

Lo scopo dei **criteri relativi al prodotto** è quello di definire chiaramente **come l'IG debba essere incorporata come ingrediente nel prodotto trasformato**, stabilendo regole oggettive e chiare applicabili da qualsiasi trasformatore, che faccia parte o meno della filiera delle IG. Si tratta di uno strumento utilizzato dai consorzi per **controllare la qualità del prodotto finale e garantire che l'IG sia utilizzata come ingrediente caratterizzante** e sia percepita dal consumatore.

Come spiegato nel [paragrafo 1.2.1](#) che analizza la legislazione italiana, nessun criterio di prodotto è incluso nel testo attuale del decreto legislativo n. 297 del 2004. Tuttavia, è una pratica comune tra i consorzi adottarli. In particolare, tra i 14 documenti analizzati, **9 includono criteri di prodotto nelle loro linee guida o regolamenti interni**.

Tra questi criteri, il più comune richiede che il prodotto trasformato **non contenga nessun altro ingrediente comparabile al prodotto IG, cioè della stessa categoria di prodotti**. Tutti i 9 documenti analizzati contengono questo criterio. Le linee guida della DOP Cinta Senese sono particolarmente interessanti perché definiscono in dettaglio regole specifiche per diverse categorie di prodotti ([vedi BOX 3](#)).

In alcuni casi, le linee guida vanno oltre definendo anche la **quantità minima** dell'IG che dovrebbe essere usata come ingrediente (espressa in **percentuale**)²³ e il **rapporto quantitativo** tra l'IG e gli altri componenti²⁴.

Infine, altri criteri di prodotto presenti nelle linee guida analizzate stabiliscono **limiti** relativi all'uso di **altri ingredienti** nel prodotto finale (ad esempio gli aromi), la **qualità dell'IG** utilizzata come ingrediente (ad esempio, la DOP Cinta Senese richiede che il prodotto utilizzato come ingrediente non abbia subito alcun processo di congelamento/decongelamento) e la **provenienza** di altri ingredienti (vedi BOX 2 sull'Aceto Balsamico Tradizionale di Reggio Emilia DOP).

ACETO BALSAMICO TRADIZIONALE DI REGGIO EMILIA DOP

Le linee guida definite dal Consorzio dell'Aceto Balsamico Tradizionale di Reggio Emilia DOP sono abbastanza uniche nello stabilire criteri geografici riguardanti la provenienza di altri ingredienti e il luogo di produzione e imbottigliamento.

La DOP dovrebbe essere l'ingrediente caratterizzante dei condimenti che la utilizzano come ingrediente. Cioè, la DOP dovrebbe essere il componente esclusivo della sua categoria di prodotti.

La quantità della DOP incorporata nel prodotto finale non deve essere inferiore al 5% del totale degli ingredienti, e deve essere concordata dalle parti.

Infine, come anticipato, le materie prime diverse dall'Aceto Balsamico Tradizionale di Reggio Emilia DOP devono provenire esclusivamente dalla Regione Emilia-Romagna.

Sulla stessa linea, il luogo di produzione e di imbottigliamento dei prodotti trasformati deve essere all'interno della provincia di Reggio Emilia.

BOX 2

linee guida interne.

I restanti 8 consorzi che hanno dichiarato di non aver adottato una specifica procedura di autorizzazione seguono generalmente la disciplina stabilita dal Ministero dell'agricoltura italiano nelle sue circolari (vedi [paragrafo 1.2.1](#)) e decidono **caso per caso**.

Un'analisi delle linee guida disponibili offre una migliore visione delle principali caratteristiche della procedura di autorizzazione. Infatti, i criteri amministrativi o giuridici essenziali sono presenti in tutti i 14 documenti ricevuti.

Nei casi analizzati, l'autorizzazione viene concessa dal consorzio al trasformatore attraverso la firma di un **accordo**, che definisce gli impegni che i trasformatori devono rispettare. Oltre ai criteri merceologici e

I **criteri grafici** definiscono come riferirsi a una IG nell'etichettatura, presentazione o pubblicità di un prodotto composto, preparato o trasformato. Tutti i 14 documenti analizzati includono questi criteri che seguono i requisiti definiti dal MIPAAF ([vedi paragrafo 1.2.1](#)).

Questi criteri descrivono quindi in dettaglio come il nome dell'IG usato come ingrediente dovrebbe essere scritto sull'etichetta del prodotto finale (dimensione e tipologia del carattere, posizione nell'etichetta). Alcune linee guida definiscono anche minuziosamente quali espressioni possono essere utilizzate e come. Il consorzio della DOP Cinta Senese per esempio descrive nelle linee guida quando e come le espressioni "da", "con" e "di" Cinta Senese DOP possono essere usate (per maggiori dettagli [consultare il BOX 3](#)).

Come deciso dal MIPAAF, tutte le linee guida ribadiscono il **divieto di utilizzare i loghi delle IG dell'UE** sul prodotto finale. Tuttavia, alcuni consorzi hanno elaborato un **logo specifico** da utilizzare nei prodotti trasformati che utilizzano la loro IG come ingrediente. Questo argomento sarà analizzato in dettaglio nel [paragrafo seguente](#).

Infine, l'ultimo criterio riguarda gli obblighi amministrativi e legali e sarà analizzato dal punto di vista del **processo di autorizzazione**. Tra i 34 rispondenti italiani, 23 hanno dichiarato di aver adottato una procedura di autorizzazione. Tutti i 18 consorzi che hanno dichiarato di aver adottato linee guida hanno anche definito una procedura di autorizzazione. Inoltre, ci sono 5 consorzi che hanno adottato una procedura di autorizzazione, anche se non hanno

grafici, i requisiti amministrativi più comuni si ispirano alla circolare del MIPAAF (vedi [paragrafo 1.2.1](#)) e si impegnano a:

- Assicurarsi che il prodotto IG sia acquistato da un fornitore o confezionatore che è stato controllato secondo il sistema di controllo del sistema di qualità.
- **Registrare la quantità di prodotto IG utilizzato** nel prodotto composto per dimostrare, su richiesta del Consorzio, che questa quantità corrisponde alla quantità di prodotto IG acquistato.
- **Registrare mensilmente il numero di confezioni di prodotto lavorato prodotte.**
- Accettare i controlli e le verifiche che il Consorzio intende effettuare sia a livello aziendale che con i fornitori, in merito al corretto utilizzo delle IG;
- Presentare al Consorzio le etichette e/o gli imballaggi e le loro successive modifiche, al fine di verificare il corretto utilizzo dell'IG;
- Comunicare l'**ubicazione dell'impianto dove avrà luogo la produzione**, così come qualsiasi cambiamento successivo.
- Dichiarare che prima della lavorazione il **prodotto IG sarà immagazzinato separatamente dagli altri prodotti** appartenenti alla stessa categoria di prodotto.
- Dichiarare che l'**autorizzazione concessa non sarà trasferita**, nemmeno in subconcessione, a terzi.

Inoltre, l'accordo di solito include le modalità e le scadenze per **rinnovare l'autorizzazione**, così come la sua **revoca**, se il processore non rispetta tutte le clausole imposte dal consorzio.

In alcuni casi, il progetto di accordo si riferisce esplicitamente a un **contributo finanziario o a un rimborso** che il trasformatore deve versare al consorzio. Alcuni consorzi giustificano la richiesta di questo importo come un aumento dei costi operativi e di gestione delle loro attività ordinarie, comprese le attività di sorveglianza sull'etichettatura dei prodotti trasformati. Questo contributo può essere una quota fissa annuale di amministrazione²⁵, un rimborso delle spese di controllo effettuate dall'organismo di controllo certificato sui prodotti trasformati finali²⁶, oppure una somma calcolata sulla quantità totale dell'IG utilizzata nel prodotto trasformato²⁷.

Come anticipato, gli altri paesi hanno un tasso inferiore di risposte positive per quanto riguarda l'adozione di linee guida/norme interne e la definizione della procedura di autorizzazione. In particolare, **solo 9 gruppi di produttori francesi di IG** (organismes de défense et de gestion - ODG) su 44, hanno confermato di aver adottato linee guida sull'uso dell'IG come ingrediente nei prodotti alimentari trasformati. Inoltre, solo 6 ODG hanno dichiarato di aver sviluppato un'autorizzazione per l'uso dell'IG come ingrediente. **Tre casi di studio** saranno analizzati in profondità nelle pagine seguenti: [la STG Lait de foie](#), [l'IGP Canard à foie gras du Sud-Ouest](#) e [la DOP Comté](#).

Tra gli 11 intervistati dalla **Spagna**, solo 4 gruppi di produttori di IG (Consejos Reguladores) hanno confermato di aver adottato linee guida o regole interne, mentre 6 hanno dichiarato di aver sviluppato una procedura di autorizzazione.

Infine, **nessuno dei gruppi di produttori di IG di Grecia, Portogallo e Germania** che hanno partecipato al questionario, ha adottato linee guida o una procedura di autorizzazione per quanto riguarda l'uso delle IG come ingredienti nei prodotti trasformati.

CINTA SENESE DOP

BOX 3

Riconosciuta a livello comunitario nel 2012, la DOP Cinta Senese si riferisce a tutte le parti commestibili ottenute dalle carcasse di suini appartenenti alla razza Cinta Senese, nati, allevati e macellati in Toscana secondo il relativo disciplinare di produzione. Più precisamente, la zona di produzione comprende i territori amministrativi della Regione Toscana che raggiungono un'altitudine massima di 1.200 metri sul livello del mare.

Come carne fresca, la Cinta Senese DOP è un prodotto molto versatile e può essere utilizzato non solo nella sua forma grezza, ma anche come ingrediente in una vasta gamma di prodotti preparati, lavorati o composti. Infatti, il settore dei prodotti trasformati rappresenta un mercato fondamentale per la DOP.

In linea con quanto previsto dalla normativa italiana ([decreto legislativo n. 297/2004](#)), il Consorzio ha elaborato specifiche linee guida per il rilascio dell'autorizzazione alla menzione della DOP nell'etichettatura, presentazione e pubblicità dei prodotti trasformati che la utilizzano come ingrediente. In particolare, tali linee guida descrivono sia le caratteristiche del prodotto trasformato che i requisiti grafici.

Per quanto riguarda i requisiti dei prodotti trasformati finali, il Consorzio ha considerato 3 categorie di prodotti che possono utilizzare la DOP come ingrediente (salumi, pasta ripiena e prodotti diversi dai salumi e dalla pasta ripiena), stabilendo per ciascuna di esse le condizioni che devono essere rispettate per ottenere l'autorizzazione (per maggiori dettagli si veda la **tabella 7 di seguito**).

Tabella 7 Elenco dei requisiti per i prodotti trasformati finali per categoria di prodotto.

Salumi	Pasta ripiena	Prodotti diversi dai salumi e dalla pasta ripiena	
La Cinta Senese DOP dovrebbe essere l'unico ingrediente della carne	La Cinta Senese DOP dovrebbe essere l'unico ingrediente della carne Eccezione: carni fresche diverse da quelle di maiale	La Cinta Senese DOP dovrebbe essere l'unico ingrediente della carne	La Cinta Senese DOP dovrebbe essere l'unico ingrediente della carne Eccezione: carni fresche diverse da quelle di maiale Almeno il 50% (in peso) dei tagli totali utilizzati

La Cinta Senese DOP utilizzata non è stata congelata o surgelata.

Fonte: Linee Guida per l'uso della DOP "Cinta Senese" nell'etichettatura, nella presentazione e nella pubblicità di prodotti composti, elaborati o trasformati ai sensi dell'articolo 1, comma 1, lettera "C" del Decreto Legislativo n. 297/2004.

Tra i criteri che si applicano a tutte e tre le categorie di prodotti trasformati, il Consorzio richiede che la **Cinta Senese DOP sia presente come unico ingrediente carne**. La presenza di altri prodotti a base di carne è accettata solo per le paste ripiene e per i prodotti diversi dai salumi e dalle paste ripiene (*vedi tabella*), solo rispettando la condizione che non possa essere utilizzata in quantità superiore alla Cinta Senese DOP.

Al fine di trovare un equilibrio tra l'esigenza di tutelare la DOP da possibili abusi e la necessità imprescindibile di promuoverne la valorizzazione nell'etichettatura, presentazione e pubblicità dei prodotti trasformati e composti, il Consorzio ha scelto di non specificare una quantità minima come condizione per ottenere l'autorizzazione. Spetta quindi all'operatore valutare caso per caso se la quantità incorporata nel prodotto finale sia sufficiente a considerare la DOP un ingrediente caratterizzante essenziale e, di conseguenza, a giustificare la menzione della DOP nell'etichetta del prodotto, ai sensi del Regolamento UE 1169 sulle informazioni al consumatore (art. 7). L'autorizzazione del

Consorzio certifica quindi solo la conformità dell'etichetta, della presentazione o della pubblicità alle linee guida sopra citate e non al resto dei principi stabiliti dalla normativa sull'informazione alimentare ai consumatori.

Un secondo criterio contenuto nelle linee guida sulle caratteristiche del prodotto richiede che la **Cinta Senese DOP utilizzata come ingrediente non sia stata sottoposta ad alcun processo di congelamento o surgelazione.**

La seconda parte delle linee guida si concentra su criteri di natura grafica. Il documento va oltre i criteri contenuti nelle circolari del MIPAAF, arrivando a regolare l'uso di varie formule: "**da** Cinta Senese DOP", "**con** Cinta Senese DOP" e "**di** Cinta Senese DOP".

Gli operatori interessati ad ottenere l'autorizzazione devono prima firmare un accordo con il Consorzio in cui si impegnano a rispettare le condizioni stabilite nelle linee guida e a sottoporre le loro etichette all'autorizzazione del Consorzio.

Oltre a rispettare le modalità grafiche descritte nel disciplinare, gli operatori devono integrare il riferimento alla DOP "Cinta Senese" apponendo sulla confezione del prodotto finale il sigillo fornito dal Consorzio stesso. Si tratta di un sigillo che incorpora il logo che identifica la DOP (ai sensi dell'art. 9 del disciplinare di produzione) e un codice alfanumerico utilizzabile per identificare i suini da cui proviene la materia prima utilizzata nel prodotto finale.



Figura 8 Sigillo per prodotti composti, lavorati o trasformati non contenuti in lattine



Figura 9 Sigillo per prodotti composti, elaborati o trasformati in lattine.



Figura 10 Sigillo per prosciutti.

Fonte: Linee guida per l'uso della DOP Cinta Senese nell'etichettatura, presentazione e pubblicità dei prodotti composti, preparati o trasformati

La tabella che segue riassume per ogni prodotto il **numero di imprese che utilizzano la IG come ingrediente** e il **numero di permessi concessi nel 2019**, quando i dati sono disponibili (solo trentadue gruppi di produttori hanno risposto con un numero preciso). I prodotti sono elencati in ordine crescente in base al numero di permessi concessi nel 2019.

Tabella 8 Numero di imprese che utilizzano l'IG come ingrediente e numero di permessi concessi nel 2019.

Paese	DOP, IGP o STG	Nome del prodotto	N imprese che usano l'IG come ingrediente	Permessi concessi nel 2019
Francia	PDO	Agneau du Quercy	171	-
Francia	IGP	Charolais de Bourgogne	2	-
Francia	PDO	Crémant de Bourgogne	1	1
Francia	PDO	Fourme d'Ambert	6	-
Francia	PDO	Laguiole	1	-
Francia	TSG	Lait de foin	7	14
Francia	IGP	Landes	-	14
Francia	PDO	Oignon doux de Cévennes	5	-
Francia	IGP	Petit épeautre de Haute Provence	1	-
Francia	PDO	Porc Noir de Bigorre & Jambon Noir de Bigorre	5	-
Francia	PDO	Pruneaux d'Agen	26	-
Francia	IGP	Rosée des Pyrénées Catalanes		42
Francia	IGP	Sel de Salies de Bearn	60	34
Francia	IGP	Veau d'Aveyron et du Ségala	10	3
Germania	IGP	Münchner Bier	4	-
Germania	PDO	Spalt Spalter	200	-
Germania	IGP	Schwäbisch-Hällisches Qualitätsschweinefleisch g.g.A.	276	-
Germania	IGP	Weideochse vom Limpurger Rind g.U.	5	-
Germania	PDO	Filderkraut/Filder-Spitzkraut	2	-
Italia	IGP	Aceto Balsamico di Modena	113	1076
Italia	PDO	Aceto Balsamico Tradizionale di Reggio Emilia	0	0
Italia	PDO	Asiago	31	35
Italia	IGP	Asparago verde di Altedo	1	1
Italia	PDO	Bitto	2	2
Italia	IGP	Bresaola della Valtellina	3	10
Italia	IGP	Cantuccini Toscani	1	-
Italia	PDO	Cinta senese	70	112
Italia	PDO	DOC Colli Berici, DOC Vicenza	1	1
Italia	PDO	Fontina	21	44
Italia	PDO	Formaggio Piave	4	6
Italia	PDO	Gorgonzola	184	184
Italia	PDO	Grana Padano	39	43

Italia	IGP	Marrone del Mugello	4	-
Italia	PDO	Parmigiano Reggiano	400	200
Italia	PDO	Pecorino Toscano	3	3
Italia	IGP	Pera dell'Emilia-Romagna	3	4
Italia	IGP	Pesca e nettarina di Romagna	5	10
Italia	IGP	Piadina Romagnola	3	7
Italia	PDO	Prosciutto di Parma	10	37
Italia	PDO	Provolone Valpadana	8	8
Italia	PDO	Quartirolo Lombardo	4	4
Italia	IGP	Radicchio di Chioggia	6	-
Italia	IGP	Scalognò di Romagna	7	-
Italia	PDO	Taleggio	22	28
Italia	IGP	Toscano	13	33
Italia	PDO	Valtellina Casera	2	-
Spagna	PDO	Cereza del Jerte	2	2
Spagna	IGP	Pa de Pagès Català	1	1
Spagna	IGP	Patates de Prades	1	1
Spagna	PDO	Pera de Lleida	1	1
Spagna	PDO	Pimentón de La Vera	7	7

LAIT DE FOIN STG

BOX 4

La specialità tradizionale garantita (STG) Latte fieno è stata riconosciuta dall'UE nel marzo 2016, in seguito alla domanda dell'associazione austriaca Heumilch. La STG è un prodotto o un alimento legato al know-how e alla tradizione, ma non necessariamente a una zona ristretta di produzione, come è per le DOP e le IGP. Così la STG prima utilizzata in Austria, dal 2019 è stata attivamente applicata in Francia (*Lait de foin*) a tutti i prodotti lattiero-caseari che seguono i metodi di produzione descritti nel disciplinare di produzione approvato dall'UE²⁸.

L'[associazione dei produttori di Lait de foin](#), creata nel 2016 e accreditata dall'INAO nel 2018, ha l'obiettivo di creare un settore di produzione diverso nel paese, per differenziare il latte fieno da altri tipi di latte. È stata incaricata di applicare il disciplinare di produzione, nonché di redigere un piano di controllo specifico per la STG in Francia. L'associazione non è un attore economico diretto, ma rappresenta i produttori di latte da fieno certificati e stabiliti in Francia²⁹. Inoltre, nella sua qualità di organizzazione per la difesa e la gestione (ODG) della specialità tradizionale garantita del latte fieno in Francia, l'associazione Lait de foin si occupa della difesa e della promozione di questo prodotto e gestisce le domande di certificazione dei produttori associati.

In passato, l'associazione Lait de foin ha collaborato con il gruppo di produttori austriaci allo scopo di creare gli statuti e la struttura dell'organizzazione, nonché di applicare il disciplinare di produzione in Francia. Inoltre, l'associazione Lait de foin ha creato e registrato un logo specifico per i prodotti a base di latte di fieno ([vedi figura12](#)).

I produttori di latte crudo, così come i trasformatori devono chiedere un'autorizzazione e firmare un accordo per poterlo utilizzare sui loro prodotti trasformati. L'associazione esamina l'etichettatura del prodotto finale per verificare che il logo sia utilizzato nel rispetto delle norme di etichettatura pertinenti.

L'associazione Lait de foin ha raccolto e descritto in modo chiaro le regole di etichettatura esistenti in un documento contenente le linee guida relative all'uso del loro logo per il prodotto trasformato che utilizza il latte fieno STG come ingrediente. Queste linee guida si ispirano al documento creato dal consorzio austriaco del latte fieno relativo

all'etichettatura "Information zur Erstellung von Kennzeichnungsetiketten gemäß der Lebensmittelinformationsverordnung" e sono definite seguendo i principi INAO e DGCCRF ([vedi paragrafo 1.2.2](#)).

In particolare, per ricevere l'autorizzazione all'uso del logo "Lait de foin", così come per poter menzionare il nome della STG su un prodotto trasformato contenente come ingrediente il latte da fieno, devono essere rispettate alcune condizioni relative alle caratteristiche dei prodotti finali:

1. Innanzitutto il **latte da fieno deve essere l'unico latte contenuto nel prodotto trasformato**, per evitare l'uso di ingredienti comparabili. Quindi, tutto il latte utilizzato nel prodotto finale deve essere certificato come latte da fieno STG;

2. In secondo luogo, il latte da fieno deve essere presente in **quantità sufficiente** per conferire le sue caratteristiche essenziali al prodotto finale.

Se queste condizioni sono rispettate, il logo del marchio e il nome della STG possono essere inclusi nell'etichettatura del prodotto trasformato, a condizione che siano rispettati i criteri grafici stabiliti dalle linee guida dell'UE, così come i principi dell'INAO e della DGCCRF.

L'associazione controlla l'etichettatura dei prodotti per verificare l'uso corretto del logo e del nome della STG. Informa i trasformatori sulle regole di etichettatura da seguire per evitare possibili errori.

Se alcune di queste condizioni non sono rispettate, il nome "Lait de foin" può essere incluso solo nella lista degli ingredienti.



Figura 11 Logo del marchio registrato dall'associazione dei produttori di lait de foin.



Figura 12 Prodotti trasformati con il logo del marchio "Lait de foin" per evidenziare la presenza del latte fieno STG come ingrediente.

USO DI LOGHI SU PRODOTTI LAVORATI

Come anticipato nell'analisi relativa alla legislazione nazionale, in Italia e Francia è vietato l'uso delle IG UE e dei loghi delle STG sui prodotti trasformati. Tuttavia, per dare maggiore visibilità alle IG utilizzate come ingrediente sulla confezione del prodotto trasformato, alcuni gruppi di produttori di IG (17 su 100) richiedono ai trasformatori di utilizzare un logo specifico.

In alcuni casi, il gruppo di produttori IG autorizza i trasformatori a utilizzare il logo del marchio IG registrato nel disciplinare di produzione, mentre altri hanno creato un logo specifico per i prodotti trasformati. Quest'ultimo è il caso della DOP Cinta Senese ([vedi BOX 3](#)), dell'IGP Canard à foie gras du Sud-Ouest che ha sviluppato un marchio collettivo volto alla valorizzazione dell'IGP utilizzata come ingrediente nei prodotti trasformati ([vedi BOX 6](#)), e dell'IGP Schwäbisch-Hällisches Qualitätsschweinefleisch (carne di maiale).

Le figure che seguono mostrano alcuni esempi di logo del marchio IG utilizzato nel prodotto trasformato finale per evidenziare la presenza dell'IG specifico come ingrediente.



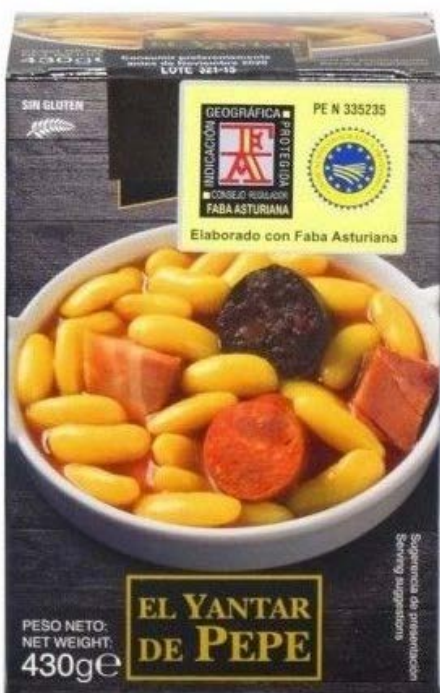
Figura 13 Lasagne alla bolognese con Grana Padano DOP. Fonte: <https://www.findus.it/la-nostra-gamma/primi-piatti/pasta-e-riso/lasagne-alla-bolognese> (consultato il 28/04 21)



Figura 14 Logo del Parmigiano Reggiano per i prodotti trasformati. Fonte: <https://www.canuti.com/en/product/delizie-with-parmigiano-reggiano/> (consultato il 28 aprile 2021)



Figura 15 Pesto alla genovese con Parmigiano Reggiano DOP. Fonte: <https://www.barilla.com/en-sq/products/sauces/barilla-pesto-alla-genovese> (consultato il 28/04/21)



Mentre in Italia e in Francia l'uso dei loghi delle IG UE sui prodotti trasformati è proibito dalla legislazione nazionale esistente, altri paesi dell'UE sono aperti a questa pratica, se segue le linee guida della CE e quindi se non rischia di confondere il consumatore. La figura 15 mostra un esempio: uno stufato di fagioli delle Asturie fatto con Faba Asturiana IGP. La confezione del prodotto mostra un'etichetta gialla che sottolinea che il prodotto trasformato è fatto con Faba Asturiana IGP. Inoltre, l'etichetta mostra il logo ufficiale dell'UE IGP, associato al logo del marchio dell'IGP.

Figura 16 Stufato di fagioli delle Asturie fatto con Faba Asturiana IGP. Fonte: <https://www.aqu-conservas.com/platos-preparados/fabada-asturiana-el-yantar-de-pepe-430gr.html> (consultato il 28/04/21)

COMTÉ DOP BOX 5

Il Comté DOP è un formaggio a latte crudo a pasta cotta e pressata. Viene prodotto in Francia nella regione montuosa del Massiccio del Giura, situata principalmente in Bourgogne-Franche-Comté. Registrato come DOP nel 1996, la sua produzione risale al XIII secolo. È il primo formaggio DOP per produzione in Francia (per maggiori informazioni, [consultare il sito web del Comté](#)).

La reputazione del Comté è di lunga data e raggiunge anche i mercati e i consumatori internazionali. Di conseguenza, la DOP è stata ampiamente utilizzata come ingrediente nei prodotti trasformati. Infatti, nel corso degli anni il *Comité Interprofessionnel de Gruyère et de Comté* (CIGC) ha collaborato con molte aziende e ha anche partecipato a cause legali per l'abuso della sua DOP come ingrediente. Questo è il motivo per cui la CIGC ha ritenuto essenziale definire criteri rigorosi per i trasformatori che vogliono menzionare il nome DOP nella denominazione commerciale di un prodotto trasformato o composto, al fine di proteggerne la reputazione.

In particolare, in linea con le linee guida della Commissione Europea e le linee guida dell'INAO, la CIGC richiede di rispettare i seguenti criteri:

1. Il Comté, trasformato allo stato grezzo, deve essere l'**unico ingrediente** del prodotto trasformato o composto: non sono ammessi ingredienti simili;
2. L'espressione da utilizzare nella denominazione commerciale del prodotto trasformato o composto è "**au Comté**" (con Comté);
3. La **percentuale** di Comté utilizzata come materia prima deve essere indicata subito dopo il nome Comté (o Comté DOP);
4. La **dimensione** della parola "Comté" deve essere inferiore ai 2/3 dei caratteri più grandi della confezione;
5. La denominazione Comté **non può essere utilizzata** nella denominazione commerciale degli **additivi alimentari e dei prodotti industriali intermedi** (es. polvere, surgelati, estrusi, fusi, aromi, ecc...). Inoltre, non può essere utilizzata nella denominazione commerciale di piatti pronti che incorporano additivi alimentari e intermedi industriali;
6. L'etichetta e l'imballaggio del prodotto trasformato o composto contenente Comté DOP come ingrediente **non possono riprodurre il logo Comté né il logo ufficiale della DOP dell'UE**. Tuttavia, possono includere un'immagine del Comté (intero o tagliato) con la sua etichetta visibile contenente il logo DOP e il logo Comté (vedi l'[esempio mostrato nella figura 17](#)). Per evitare errori di comunicazione, non sono ammesse immagini ravvicinate che mostrino il logo DOP e il logo Comté.

Nel 2011 e nel 2013, McDonald ha creato un menu speciale chiamato "*Grandes Envies de Fromage*" in collaborazione con diversi gruppi di produttori di IG, tra cui la CIGC. A tal fine, McDonald e la CIGC hanno stipulato un accordo di partenariato per definire chiaramente la quantità di Comté da utilizzare nell'hamburger, così come le regole di etichettatura per menzionare la DOP sulla confezione, la presentazione e la pubblicità del prodotto finale.

Il Comté DOP era l'unico formaggio presente nell'hamburger e rappresentava circa il 10% del peso totale del prodotto finale, con una fetta da 25 grammi più 5 grammi di salsa³⁰. Ogni passo, dalla comunicazione al confezionamento finale, è stato definito in stretta collaborazione con la CIGC, al fine di rispettare tutte le sue condizioni. Per la CIGC si è trattato di una strategia efficace per attirare i giovani consumatori e accedere a un nuovo sbocco di mercato.

Su una nota completamente diversa, nel 2013, Pizza Topco (il master franchise esclusivo di Pizza Hut Delivery in Francia) ha prodotto cinque diverse pizze chiamate "*Sensation Comté*" e contenenti un mix di formaggi diversi. Tra gli altri, il Comté DOP rappresentava una percentuale variabile del peso totale dei formaggi utilizzati come ingredienti, che andava dal 20,91% al 67,05%. In un primo momento, la CIGC ha informato Pizza Topco con una comunicazione formale scritta che per menzionare il Comté sulla confezione, presentazione e pubblicità delle pizze, la DOP avrebbe dovuto essere l'unico formaggio utilizzato come ingrediente.

La società si è rifiutata di rispettare questa regola, così la CIGC ha intentato un'azione presso il Tribunal de Grande Instance di Parigi con l'appoggio dell'INAO. Il 28 febbraio 2017, la Corte d'appello di Parigi ha confermato la sentenza

emessa nel 2015 dal Tribunal de Grande Instance di Parigi. In particolare, la Corte d'appello ha ricordato che l'uso di una denominazione DOP sulla pubblicità di un prodotto composto che contiene la DOP come ingrediente deve rispettare regole severe. Vale a dire, il **prodotto trasformato non deve contenere nessun altro "ingrediente comparabile" e l'IG deve essere un ingrediente caratterizzante del prodotto finale.**

Non potendo dimostrare che il Comté attribuiva una caratteristica essenziale al prodotto finale e a causa della mescolanza con altri formaggi, la Corte d'appello ha stabilito che Pizza Topco non aveva il diritto di utilizzare il nome della DOP nella pubblicità delle sue pizze. Pizza Topco ha commesso un'infrazione, appropriandosi indebitamente e indebolendo la reputazione della DOP Comté. La società è stata così condannata a pagare 150.000 euro all'INAO e alla CIGC come risarcimento del danno subito.

Il caso Pizza Topco mostra come, in assenza di una legislazione comunitaria e nazionale vincolante, i gruppi di produttori di IG non hanno gli strumenti per controllare i trasformatori. Non devono autorizzare i trasformatori (il caso McDonald's è un'eccezione basata sulla buona volontà della multinazionale), quindi si affidano alla buona volontà delle aziende di trasformazione e ai controlli ex-post, che sono molto costosi e quindi non possono essere svolti sistematicamente, ma solo come controlli a campione.

Sulla base di queste esperienze passate, la CIGC ritiene fondamentale aumentare il livello di protezione della DOP quando viene utilizzata come ingrediente, codificando formalmente i criteri sopra descritti nel disciplinare di produzione. Pertanto, nel 2019 la CIGC ha richiesto una [revisione del disciplinare di produzione del Comté](#)³¹, attualmente all'esame dell'INAO. Se questa modifica dovesse essere approvata, avrà un impatto considerevole, poiché i trasformatori saranno obbligati a seguire le regole stabilite nel disciplinare, e saranno soggetti al sistema di controllo Comté, come i produttori. Questa strategia potrebbe disincentivare i trasformatori che vogliono utilizzare la DOP come ingrediente, con una perdita di opportunità per i produttori di Comté. Tuttavia, la CIGC ha soppesato questa possibilità e ha scelto di affrontare il rischio maggiore di abuso e di evocazione.

Inoltre, come membro del *Conseil national des appellations d'origine laitières* (CNAOL), la CIGC sta discutendo con altri membri la possibilità di costruire un sistema cooperativo di monitoraggio e controllo per verificare il corretto utilizzo dei formaggi DOP come ingrediente, tra le altre cose. Questo darebbe la possibilità di monitorare più sistematicamente i prodotti trasformati, condividendo i costi dell'attività di sorveglianza.

Queste pratiche mirano a rafforzare le competenze della CIGC in materia di protezione della DOP contro qualsiasi abuso o evocazione.



Figura 17 Quenelles a base di Comté AOP.

Fonte: <https://catalogue.organic-alliance.com/produit/quenelles-au-comt%C3%A9-A9-x-4> (consultato il 28/04/21)

Registrato a livello europeo nel 2000, l'IGP "Canard à foie gras du Sud-Ouest (Chalosse, Gascogne, Gers, Landes, Périgord, Quercy)" riunisce una vasta gamma di prodotti crudi e trasformati, provenienti da anatre allevate, alimentate a mano, tagliate, lavorate e confezionate nel Sud-Ovest della Francia, cioè in metà delle regioni Nouvelle-Aquitaine e Occitanie.

In particolare, la zona d'origine copre tutti i bacini tradizionali di allevamento, alimentazione manuale e trasformazione del foie gras: Chalosse, Gascogne, Gers, Landes, Périgord e Quercy. Per menzionare sull'etichetta una di queste zone geografiche specifiche, i prodotti devono provenire da anatre allevate, alimentate a mano, sezionate, trasformate e confezionate nella zona geografica in questione.

L'Associazione per la difesa e la promozione dei prodotti di foie gras del sud-ovest della Francia (PALSO) ha creato diversi marchi collettivi privati per identificare con precisione la zona di origine. La presenza di uno di questi loghi su un prodotto garantisce che proviene da un'anatra allevata e lavorata nella zona geografica indicata.



Figura 18 Marchi collettivi privati creati da PALSO per identificare con precisione la zona di origine.

Fonte: <http://www.foie-gras-du-sud-ouest.fr/IGP/> (consultato il 28/04/21)

Come anticipato, la particolarità di questa IGP è che il disciplinare copre due diverse categorie di prodotti:

Carni fresche e frattaglie: anatra intera (con o senza fegato) e carcassa eviscerata, foie gras, magret, coscia, aiguillette, cuore, manchon, ventriglio;

Prodotti a base di carne: foie gras intero, foie gras, blocco di foie gras (con o senza pezzi), magret (secco o affumicato), confit (ali, cosce, petti d'anatra, manchon, ventrigli).

Data la ben nota reputazione e la varietà di prodotti coperti dall'IGP, PALSO ha definito, in collaborazione con l'INAO e il DGCCRF, regole e linee guida per il suo utilizzo come ingrediente al di fuori del disciplinare di produzione. Sulla base di queste regole, PALSO ha registrato dei marchi collettivi che possono essere utilizzati solo dai trasformatori membri dell'associazione. I loghi utilizzati per i marchi collettivi sono basati sul design grafico dei loghi geografici (vedi figura 19 sotto) con l'aggiunta della menzione "A base de" (prodotto contenente).



Figura 19 Logo "A base de" Canard du Sud-Ouest. Fonte: PALSO.

Va notato che oggi l'IGP "Canard à foie gras du Sud-Ouest (Chalosse, Gascogne, Gers, Landes, Périgord, Quercy)" rappresenta più del 50% della produzione francese di foie gras. Per questo motivo, la maggior parte delle aziende di trasformazione sono situate nella zona di produzione dell'IGP. Inoltre, molte di loro sono membri di PALSO e producono sia prodotti a base di carne sotto la certificazione IGP che prodotti trasformati utilizzando l'IGP come ingrediente.

Ecco perché PALSO ha scelto di riservare i marchi collettivi ai suoi membri per offrire loro un ulteriore strumento di promozione e valorizzazione e per mantenere un rigoroso controllo e un efficace sistema di tracciabilità con la filiera.

Per utilizzare i marchi collettivi e i rispettivi loghi, i trasformatori devono rispettare le seguenti regole di etichettatura:

1) Prima di tutto, la denominazione registrata "Canard à foie gras du Sud-Ouest (Chalosse, Gascogne, Gers, Landes, Périgord, Quercy)" deve figurare nella lista degli ingredienti (stesso carattere e dimensione degli altri ingredienti) o dopo la lista degli ingredienti, sotto forma di riferimento

1.a in associazione con gli ingredienti coperti dall'IGP;

1.b in associazione con gli ingredienti diversi da quelli coperti dall'IGP ma risultanti al 100% da un'anatra che beneficia dell'IGP.

2) In secondo luogo, la percentuale di carne e/o frattaglie e/o grasso di anatra IGP inclusa come ingrediente deve essere indicata nella lista degli ingredienti.

3) In terzo luogo, il termine geografico "Sud-Ouest" non deve essere utilizzato nella denominazione legale o commerciale del prodotto trasformato, se è paragonabile a una denominazione di prodotto coperta dal disciplinare dell'IGP. Tuttavia, anche in questo caso, il prodotto trasformato in questione può utilizzare il marchio collettivo.

D'altra parte, l'uso del termine geografico "Sud-Ouest" nella denominazione legale o commerciale del prodotto trasformato, se non è comparabile a quelli coperti dal disciplinare dell'IGP, è autorizzato alle seguenti condizioni:

3.1 Può essere utilizzato per designare il prodotto alimentare, se il 100 % delle carni e/o frattaglie di anatra utilizzate nel prodotto alimentare beneficiano dell'IGP.

Esempio (vedi figura 20 qui sotto): Magret de canard du Sud-Ouest ripieno di foie gras de canard du Sud-Ouest - Ingredienti: petto d'anatra (specificare %), foie gras d'anatra del Sud-Ovest* (specificare %), sale, pepe. *Canard à foie gras du Sud-Ouest (Chalosse, Gascogne, Gers, Landes, Périgord, Quercy).



Figura 20 Magret du Canard du Sud-Ouest fourré au Foie Gras de Canard. Fonte: <https://www.maison-occitane.com/fr/produit/magret-de-canard-du-sud-ouest-fourre-au-foie-gras-de-canard-20.php> (consultato il 28/04/21)

3.2 Può essere utilizzato per designare specificamente uno degli ingredienti dell'anatra in un prodotto trasformato, se è strettamente associato al nome dell'ingrediente che beneficia dell'IGP.

Esempio: Cassoulet au confit de canard du Sud-Ouest (vedi figura 21 sotto). Ingredienti: fagioli, confit di manchons de canard du Sud-Ouest*(specificare %), grasso, sale, pepe. *Canard à foie gras du Sud-Ouest (Chalosse, Gascogne, Gers, Landes, Périgord, Quercy).



Figura 21 Cassoulet au confit de canard du Sud-Ouest. Fonte: PALSO.

3.3 Può essere utilizzato come menzione "au canard du Sud-Ouest", se il prodotto finale contiene ingredienti provenienti da un'anatra IGP.

Per evitare di ingannare i consumatori, è vietato dissociare i marchi collettivi dai prodotti realizzati con ingredienti che beneficiano dell'IGP.

Infine, è vietato l'uso del logo europeo nei prodotti trasformati che utilizzano l'IGP. La PALSÒ è contraria a questa pratica perché potrebbe confondere il consumatore finale. Dato che l'IGP include anche i prodotti trasformati, il consumatore non sarebbe in grado di distinguere tra i prodotti trasformati coperti dal disciplinare e i prodotti trasformati che utilizzano l'IGP come ingrediente al di fuori del disciplinare.

Per assicurare il rispetto di queste regole di etichettatura, i trasformatori devono presentare le etichette e gli imballaggi alla PALSÒ per ottenere la sua approvazione e autorizzazione.

A tal fine, devono tenere un registro di tutti i documenti relativi all'IGP utilizzata come ingrediente. In particolare, tenere un registro delle scorte è fondamentale quando si effettua il controllo per verificare la corrispondenza tra la quantità di IGP utilizzata come ingrediente e quella del prodotto finale.

Grazie a questo sistema di monitoraggio e controllo, PALSÒ ha istituito una forte tracciabilità lungo la catena di approvvigionamento.

D'altra parte, i trasformatori esterni possono usare l'IGP come ingrediente nel prodotto trasformato. A tal fine, devono seguire le stesse regole di etichettatura. Tuttavia, poiché sarebbe impossibile sottoporli agli stessi controlli, non possono utilizzare i marchi collettivi.

Infatti, i trasformatori esterni sono soggetti a controlli antifrode solo se è stato segnalato un prodotto non conforme alle linee guida definite da PALSÒ. Poiché il costo di un sistema di controllo strutturato per identificare questi abusi da parte dei trasformatori esterni sarebbe troppo elevato, i controlli a campione vengono effettuati nei negozi fisici con l'aiuto dei membri della PALSÒ. Per quanto riguarda l'e-commerce o i ristoranti, i controlli e il monitoraggio del corretto utilizzo dell'IG come ingrediente sono ancora più impegnativi da effettuare, dato il numero di prodotti in circolazione.

SISTEMA DI MONITORAGGIO E CONTROLLI SUI PRODOTTI TRASFORMATI CHE CONTENGONO LE IG

Alla domanda se il gruppo di produttori di IG ha adottato un sistema di monitoraggio specifico per controllare che i trasformatori rispettino le regole, 33 su 100 rispondono positivamente. Inoltre, un gruppo di produttori ha risposto che l'implementazione di un sistema di monitoraggio è in corso.

La **maggioranza (20 su 33 risposte positive) sono consorzi italiani**. Infatti, in virtù del loro diritto-dovere di autorizzare gli operatori all'utilizzo della loro denominazione IG nell'etichettatura, presentazione e pubblicità dei prodotti alimentari contenenti tale denominazione come ingredienti, i consorzi italiani hanno integrato i controlli sui prodotti trasformati nei loro piani di controllo definiti con l'Ispettorato centrale repressione frodi del Mipaaf (ICQRF). Pertanto, l'attività di monitoraggio e vigilanza sui prodotti trasformati viene svolta dagli agenti consortili incaricati delle attività di vigilanza, principalmente sulle aziende che hanno ricevuto l'autorizzazione e sui relativi punti di produzione e vendita. Come anticipato nell'analisi delle linee guida dei consorzi, si tratta soprattutto di controlli documentali effettuati sui documenti di acquisto e sul registro che ogni operatore autorizzato dovrebbe compilare per dimostrare, su richiesta del Consorzio, che la quantità di IG contenuta nel prodotto finale corrisponde alla quantità di prodotto IG acquistato. L'agente di controllo del consorzio verifica anche la corretta menzione dell'IG una volta che i prodotti sono commercializzati. Inoltre, alcuni consorzi stanno implementando controlli online e piattaforme digitali per consentire controlli a distanza.

Tra le restanti 13 risposte positive, 5 sono gruppi di produttori di IG francesi, 4 spagnoli, 1 greco e 3 tedeschi. Il fatto che in questi paesi le associazioni di produttori di IG non abbiano un dovere formale di autorizzare gli operatori si riflette in sistemi di monitoraggio carenti o deboli e nella difficoltà di attuare un sistema di controllo. Ciò si traduce anche nel fatto che tra le associazioni di produttori che non hanno una procedura di autorizzazione specifica, la stragrande maggioranza non ha un'idea chiara di quante e quali aziende di trasformazione utilizzano la loro IG come ingrediente.

Tra l'altro, un problema condiviso da tutte le associazioni di produttori, compresi i consorzi italiani, è l'impossibilità di coprire tutte le potenziali infrazioni. Come specificato dalla maggioranza degli intervistati, i piani di controllo coprono soprattutto gli operatori autorizzati, mentre è più difficile, se non impossibile, monitorare e tenere sotto controllo l'uso non autorizzato di una IG nei prodotti trasformati. Questi casi vengono solitamente scoperti attraverso controlli casuali e a campione nei supermercati.

PRINCIPALI PROBLEMI RELATIVI ALL'USO ILLECITO DELLE IG COME INGREDIENTI

Su un totale di 100 intervistati, 47 gruppi di produttori di IG hanno affermato di non aver avuto alcun problema, mentre solo 22 hanno dichiarato di essere incorsi in qualche tipo di uso illecito delle loro IG come ingrediente. Tuttavia, 5 intervistati hanno risposto di non essere a conoscenza dell'uso illecito delle loro IG come ingrediente, mentre 26 non hanno risposto. Su questa base, si può supporre che i problemi siano più diffusi di quanto l'indagine abbia potuto raccogliere e descrivere.

Diversi gruppi di produttori hanno avuto problemi con l'**uso non autorizzato delle loro IG**. A causa della specificità della legislazione italiana, questi casi si concentrano principalmente, ma non esclusivamente, tra i consorzi italiani. Infatti, fanno notare che molti trasformatori e processatori non sono a conoscenza della legislazione italiana in materia e utilizzano l'IG come ingrediente, senza chiedere l'autorizzazione al consorzio.

In particolare, alcuni consorzi italiani hanno dichiarato di avere problemi di uso non autorizzato soprattutto al di fuori del mercato nazionale, in altri paesi dell'UE e in paesi terzi, dove non vige l'obbligo italiano di chiedere l'autorizzazione consortile.

Come già descritto, la procedura di autorizzazione facilita il controllo *a priori delle* imprese disposte a rispettare il termine degli accordi dei consorzi. Ecco perché in generale non ci sono problemi con i prodotti regolarmente approvati.

Analizzando tutte le risposte nei vari paesi, i principali problemi relativi all'uso illecito delle IG come ingredienti possono essere riassunti come segue:

- uso scorretto e menzione del nome IG nell'etichettatura dei prodotti trasformati;
- evocazione del nome IG da parte dei processatori;
- la quantità di IG utilizzata come ingrediente non rispetta il requisito minimo stabilito dalle associazioni di produttori per essere considerata come ingrediente caratterizzante;
- uso di altri prodotti comparabili oltre all'ingrediente IG;
- prodotti comparabili, semilavorati e prodotti non certificati usati come ingrediente al posto dell'IG certificata;
- sfruttamento indebito della reputazione delle IG;
- sfruttamento indebito dell'identità visiva delle IG (es. immagini di paesaggi che si riferiscono all'area geografica d'origine del prodotto) sull'etichetta del prodotto trasformato che non contiene l'IG come ingrediente.

IMPATTI POSITIVI E NEGATIVI / VANTAGGI E SVANTAGGI

Al fine di analizzare l'impatto potenziale e reale dell'uso delle IG come ingrediente negli alimenti trasformati, il questionario ha anche indagato sui suoi **vantaggi e svantaggi**.

Complessivamente 69 gruppi di produttori di IG hanno confermato l'esistenza di un qualche tipo di **vantaggio** nell'uso delle IG come ingrediente nei prodotti trasformati, mentre 28 intervistati non hanno espresso alcuna opinione. Solo 3 intervistati hanno dichiarato chiaramente che l'uso delle IG come ingredienti non ha alcun tipo di vantaggio o impatto positivo.

L'analisi tiene conto delle specificità di alcune **categorie di prodotti** (ad esempio, carne fresca e frutta e verdura). La nazionalità non sembra avere un impatto in termini di differenze rilevanti tra gli intervistati.

Per facilitare la lettura dei risultati, le risposte saranno analizzate attraverso **tre macro-categorie di vantaggi** identificati nelle risposte. Le categorie sono elencate dalla più alla meno comune:

1. Valorizzazione e promozione delle IG (47 risposte);
2. Diversificazione degli sbocchi di mercato e della domanda dei consumatori (19 risposte);
3. Valorizzazione e diversificazione dei prodotti trasformati, aumentando la loro qualità e tracciabilità (12 risposte).

Come ci si poteva aspettare, il vantaggio più riconosciuto e citato dagli intervistati (47 risposte), in tutte le categorie di prodotti, è la **valorizzazione e la promozione delle IG**.

Infatti, se utilizzata come ingrediente e correttamente citata nell'etichettatura del prodotto trasformato, una IG può accedere a forme alternative e aggiuntive di valorizzazione e promozione, aumentando la propria notorietà e visibilità, grazie alla promozione e pubblicità del prodotto trasformato.

Soprattutto per le produzioni di IG meno conosciute e più piccole, la combinazione con marchi famosi e popolari rappresenta una forza trainante significativa per aumentare la conoscenza e la reputazione dell'IG. Il prodotto può beneficiare di pubblicità e promozione gratuita su diverse piattaforme (es. social media e mass media), raggiungendo un pubblico più ampio e una varietà di consumatori. Questi target eterogenei sarebbero difficili da raggiungere altrimenti, in particolare per i piccoli gruppi di produttori di IG con meno capitale da investire nella promozione.

Inoltre, quando viene usato come ingrediente in un prodotto trasformato, un'IG mostra la sua versatilità e la possibilità di essere usata in una forma innovativa, diversa da quella grezza. Questo rappresenta una grande possibilità di aumentare la reputazione dell'IG.

Infine, la valorizzazione dei prodotti IG come ingredienti potrebbe incoraggiare e promuovere il corretto uso gastronomico delle IG nei prodotti trasformati e composti, creando una rete di aziende che producono secondo un processo simile.

La seconda risposta più comune (19 risposte) riguarda le opportunità generate in termini di **diversificazione degli sbocchi di mercato e della domanda dei consumatori**.

La diversificazione nell'uso del prodotto aumenta la versatilità delle IG. Questo è particolarmente rilevante per i prodotti crudi come la carne fresca, la frutta e la verdura, che presentano caratteristiche specifiche in termini di conservazione e stagionalità, che a loro volta creano limiti e difficoltà nelle strategie di commercializzazione.

A questo proposito, diverse associazioni di produttori di IG appartenenti alla categoria degli ortofrutticoli affermano che per i prodotti stagionali è fondamentale collaborare con l'industria di trasformazione per rendere il prodotto disponibile sul mercato in diversi formati tutto l'anno. Così, la lavorazione e la trasformazione di frutta e verdura è fondamentale per mantenere una produzione stabile della IG.

Allo stesso modo, è importante che le IG appartenenti alla categoria della carne fresca entrino nel mercato dei prodotti trasformati, poiché la lavorazione e la trasformazione portano a prodotti con una durata di conservazione più lunga rispetto alla carne cruda. Inoltre, dato che la domanda di questi prodotti è in aumento, può aiutare l'IG a raggiungere la sostenibilità economica e a mantenere viva la produzione.

Alla luce di queste considerazioni si può dire che questa pratica permette di superare i limiti della commercializzazione dei prodotti grezzi, raggiungendo nuovi consumatori e aprendo nuovi sbocchi di mercato per le produzioni IG.

Più in generale, questo è vero per tutte le IG: la diversificazione degli sbocchi di mercato ha un impatto positivo in termini di maggiori quantità di prodotto IG utilizzati. Questo a sua volta aiuta a mantenere o in alcuni casi anche ad aumentare i volumi di produzione.

I prodotti alimentari trasformati e preparati sono più vicini al consumo. Dato che la domanda di alimenti trasformati è in continua crescita, diversi intervistati concordano sul fatto che inserire le IG come

ingredienti in questi prodotti potrebbe aiutare a diversificare la domanda di prodotti IG da parte dei consumatori e persino ad attrarre nuovi consumatori.

Tuttavia, il valore aggiunto generato dall'uso di una IG come ingrediente non si limita all'IG stessa. Al contrario, ha un impatto positivo sul prodotto trasformato che contiene l'IG come ingrediente. Infatti, diversi intervistati riconoscono che questa pratica contribuisce alla **diversificazione dell'offerta di prodotti trasformati e alla loro valorizzazione, assicurando una maggiore qualità e tracciabilità** (12 risposte).

I gruppi di produttori di IG concordano sul fatto che l'uso delle IG come ingredienti negli alimenti trasformati aumenta le garanzie per i consumatori, in termini di informazioni sul prodotto e tracciabilità.

Inoltre, alcuni intervistati affermano che questa pratica può contribuire a diversificare il prodotto finale aumentandone la qualità. Infatti, se usato correttamente come ingrediente caratterizzante, un prodotto IG dovrebbe trasferire la sua caratteristica unica al prodotto finale, aumentandone la qualità complessiva e differenziandolo da prodotti simili che non contengono l'IG. Questo risponde anche alla domanda dei consumatori di prodotti di qualità superiore.

Per concludere, questa pratica aggiunge valore al prodotto lavorato, generando un vantaggio per tutte le aziende coinvolte, sia all'interno che all'esterno del sistema qualità. Questo a sua volta contribuisce a creare un settore virtuoso, con garanzie per tutta la filiera e vantaggi per tutti gli attori economici coinvolti.

Per quanto riguarda i **rischi** dell'uso delle IG come ingredienti, 14 intervistati hanno dichiarato che questa pratica non ha alcun tipo di svantaggio o impatto negativo, mentre 24 intervistati non hanno espresso alcuna opinione. I restanti 62 gruppi di produttori di IG hanno confermato che c'è qualche tipo di svantaggio o impatto negativo da prendere in considerazione.

Per facilitare la lettura dei risultati, le risposte saranno analizzate attraverso **tre macro-categorie di svantaggi** identificati nelle risposte. Le categorie sono elencate dalla più alla meno comune:

1. Danni alla reputazione se il prodotto finale non è di alta qualità (21 risposte);
2. Difficoltà a stabilire un sistema di controllo e sorveglianza efficace (costi e mancanza di informazioni) (9 risposte);
3. Rischio di confondere il prodotto trasformato con l'IG protetta usata come ingrediente (5 risposte).

La maggioranza dei gruppi di produttori di IG si preoccupa del potenziale **danno reputazionale causato da un prodotto finale la cui qualità è inferiore all'IG usata come ingrediente** (21 risposte). Questo può essere il caso se:

- Il trasformatore ha fatto un uso illecito dell'IG, ad esempio non rispettando la regola dell'ingrediente caratterizzante e la quantità minima fissata dall'associazione di produttori dell'IG (vedi altro uso illecito nel [paragrafo precedente](#));
- I prodotti trasformati non hanno lo stesso posizionamento di valore dell'IG: il prodotto IG potrebbe perdere valore per i consumatori, se l'aspettativa della qualità dell'IG è superiore alla qualità del prodotto trasformato finale;
- Il gruppo di produttori di IG non stabilisce criteri di qualità coerenti per le IG usate come ingrediente e dà l'autorizzazione a tutti i trasformatori, indipendentemente dal tipo e dalla qualità

del prodotto finale. L'uso eccessivo delle IG come ingrediente potrebbe confondere i consumatori riguardo al posizionamento e alla qualità del prodotto IG.

Il seguente argomento riguarda il **sistema di controllo** (9 risposte). I gruppi di produttori di IG concordano sull'importanza di implementare un sistema di monitoraggio e controllo efficiente al fine di prevenire l'uso illecito delle IG come ingredienti. Questa pratica richiede molti controlli sulle quantità di IG utilizzate per il prodotto finale, così come sulle quantità di prodotto finale prodotto e venduto. Tuttavia, i gruppi di produttori di IG sottolineano anche che questo rappresenta un'ulteriore responsabilità gravosa per loro.

È complicato stabilire un sistema di controllo e sorveglianza per accompagnare la produzione di prodotti composti attraverso tutte le fasi di produzione e il ciclo commerciale. Un aspetto critico di questa attività di controllo e sorveglianza sono i costi aggiuntivi per i gruppi di produttori di IG. Infatti, anche se l'uso di una IG come ingrediente potrebbe essere positivo sia per l'IG che per il prodotto trasformato che la contiene, il costo di ulteriori controlli ricade esclusivamente sul gruppo produttore di IG. Per questo motivo alcuni gruppi, soprattutto in Italia, hanno deciso di chiedere un contributo finanziario o un rimborso al trasformatore per far fronte all'aumento dei costi operativi e gestionali della loro attività ordinaria ([vedi paragrafo sulle linee guida interne e sulla procedura di autorizzazione](#)).

Inoltre, i gruppi di produttori di IG sottolineano la difficoltà di trovare le informazioni necessarie riguardanti l'intero ciclo di vita di un prodotto. Tutte queste responsabilità aggiuntive sono particolarmente impegnative per i piccoli gruppi di produttori di IG.

I gruppi di produttori di IG di diversi paesi evidenziano diversi aspetti di questo problema. Va notato che per le associazioni di produttori italiane la principale difficoltà nel creare un sistema di controllo efficiente per le IG usate come ingrediente dipende dai costi e dalla mancanza di informazioni. Tuttavia, la legislazione nazionale stabilisce chiaramente che i consorzi italiani hanno il diritto e il dovere di autorizzare l'uso delle IG come ingrediente, e quindi di controllare che i trasformatori rispettino le regole.

D'altra parte, i gruppi di produttori francesi e spagnoli sottolineano che il problema principale è la mancanza di regolamentazione che porta a una gestione inefficiente e all'impossibilità di costruire un sistema di controllo efficiente. La mancanza di un quadro giuridico e l'assenza di qualsiasi obbligo nei confronti dell'associazione di produttori IG aprono la porta a molti abusi sui quali l'associazione ha pochi mezzi di azione.

L'ultimo aspetto negativo si riferisce al **rischio di indurre in errore i consumatori e di creare confusione tra l'IG protetta e il prodotto trasformato che la contiene come ingrediente** (5 risposte). Questo problema è principalmente legato al riferimento errato al nome dell'IG, nonché all'uso improprio dei loghi UE o dei loghi specifici delle IG sull'etichettatura del prodotto trasformato.

NOTE PARTE 2

²² Piadina Romagnola IGP, Pere dell'Emilia Romagna IGP, Pesca e nettarina di Romagna IGP, Asparago verde di Altedo IGP, Olio Toscano IGP.

²³ Aceto Balsamico Tradizionale di Reggio-Emilia DOP.

²⁴ Parmigiano Reggiano DOP e Provolone Valpadana DOP.

²⁵ Aceto balsamico Tradizionale di Reggio Emilia DOP.

²⁶ Formaggio Asiago DOP e Formaggio Piave DOP.

²⁷ Grana Padano DOP: Contributo finanziario per la riproduzione del logo e/o della denominazione Grana Padano stabilito caso per caso.

²⁸ Lait de foin association website <https://www.laitdefoin.fr/lait-de-foin/presentation/>

²⁹ Lait de foin association website <https://www.laitdefoin.fr/les-producteurs/le-collectif/>

³⁰ [Du Comté in un hamburger "McDonald's": il ne faut pas en faire tout un fromage !, Macommune 25/01/2013](#)

³¹ Processo di revisione del disciplinare del Comté DOP:

http://www.comte.com/fileadmin/upload/mediatheque/documents_pdf/revision_du_cahier_des_charges_du_comte_juin_2019-.pdf

PARTE TERZA: RACCOMANDAZIONI

3. RACCOMANDAZIONI

L'ultimo capitolo del rapporto mira a elaborare raccomandazioni politiche basate sui principali risultati forniti dall'indagine, al fine di contribuire all'attuale processo di [revisione della politica di qualità dell'UE](#) e migliorare la legislazione dell'UE in materia di etichettatura dei prodotti alimentari che utilizzano le IG come ingredienti.

Come descritto nel paragrafo precedente, l'uso di una IG come ingrediente nei prodotti trasformati porta chiaramente diversi vantaggi e impatti positivi sia per l'IG stessa che per il prodotto trasformato che la contiene. Tuttavia, l'analisi dei rischi ha dimostrato che gli impatti positivi non possono essere dati per scontati. Infatti, i gruppi di produttori di IG sottolineano che i vantaggi possono essere raggiunti solo se vengono rispettate specifiche **condizioni relative alla qualità e ai controlli del prodotto finale**.

Prima di tutto, la qualità del prodotto finale dovrebbe essere alta per evitare di danneggiare la reputazione dell'IG usata come ingrediente. Per fare questo, i prodotti finali dovrebbero rispettare i criteri qualitativi (cioè la quantità minima e la regola dell'ingrediente caratterizzante) stabiliti dai gruppi di produttori di IG.

In secondo luogo, è importante disporre di un sistema di monitoraggio e controllo per effettuare controlli sulle imprese di trasformazione e sui punti vendita, al fine di evitare lo sfruttamento della reputazione delle IG e assicurare una concorrenza leale sul mercato.

Per soddisfare queste condizioni di base, c'è bisogno di una maggiore coerenza e chiarezza delle procedure a livello UE. Il recente aumento dell'uso delle IG come ingredienti nei prodotti trasformati solleva una serie di rischi e pericoli dovuti alla mancanza di armonizzazione a livello UE e alla presenza di strategie diverse a livello nazionale.

Al momento, le linee guida dell'UE danno alcune istruzioni di base e non vincolanti, mentre approcci diversi (o la mancanza di un approccio formale) esistono a livello nazionale. Il fatto che l'Italia, uno dei maggiori produttori di IG, abbia visto la necessità di sviluppare una legislazione nazionale dimostra che c'è un vuoto giuridico a livello UE. L'Italia ha preferito chiarire con una legislazione nazionale quando l'uso di una denominazione DOP/IGP è lecito, piuttosto che lasciare che la questione venga risolta in tribunale.

In assenza di una regolamentazione comunitaria e nazionale vincolante, i gruppi di produttori di IG si trovano senza alcun mezzo efficace di azione per evitare l'abuso o il cattivo uso delle loro IG. D'altra parte, il caso italiano mostra i vantaggi di un quadro legislativo chiaro.

Le conclusioni dello studio AREPO sono in linea con quelle dell' "[Evaluation support study on Geographical Indications and Traditional Specialties Guaranteed protected in the EU](#)" (ADN International et al., 2021). Tra gli obiettivi dello studio, gli autori hanno dovuto analizzare l'uso della DOP/IGP nel nome di vendita dei prodotti finali che contengono, tra i loro ingredienti, un prodotto il cui nome è protetto come DOP/IGP. Di conseguenza, gli autori raccomandano *"di esaminare la necessità di un'evoluzione della legislazione dell'UE al fine di incorporare la possibilità di risolvere la questione dell'uso delle IG nella denominazione di vendita dei prodotti finali, quando l'IG è stata utilizzata come ingrediente, attraverso l'uso di contratti tra gli operatori economici coinvolti"* (Ibidem, 2021, p.23).

In particolare, la valutazione raccomanda di approfondire l'esperienza italiana. Infatti, il rapporto evidenzia come il caso italiano *"sembra contribuire a rafforzare il ruolo delle associazioni di produttori e a facilitare il riconoscimento economico dello sforzo extra che comporta la produzione di prodotti IG rispetto ai prodotti alimentari convenzionali, il che è in linea con gli obiettivi dei sistemi di qualità. Inoltre, la soluzione elaborata dal governo italiano sembra mettere i titolari di DOP/IGP su un piano di maggiore parità con i"*

titolari di marchi, facilitando per loro la stipula di accordi legali con i rappresentanti dell'industria per quanto riguarda l'uso dei loro nomi nella denominazione di vendita dei prodotti finali" (Ibidem, p. 281).

Alla luce di ciò, l'AREPO crede fermamente che la Commissione europea dovrebbe formalmente consentire ai gruppi di produttori di autorizzare e regolare i termini in cui una IG utilizzata come ingrediente può essere nominata nell'etichettatura frontale di un prodotto trasformato.

A questo proposito, l'AREPO raccomanda alla Commissione Europea di introdurre una legislazione vincolante a livello europeo partendo dai principi di base contenuti nelle linee guida della CE. In particolare, dovrebbe essere chiaro che:

- Il nome di una IG registrata può essere legittimamente menzionato nella lista degli ingredienti di un prodotto alimentare.
- D'altra parte, quando il nome di una IG registrata è menzionato vicino al nome commerciale, o nell'etichettatura, presentazione, pubblicità di un prodotto alimentare che lo utilizza come ingrediente, non dovrebbe essere fatto in modo da sfruttare indebitamente la reputazione della IG. Per evitare ciò:
 - il prodotto trasformato **non deve contenere nessun altro "ingrediente comparabile"**;
 - e l'IG dovrebbe essere un **"ingrediente caratterizzante" del prodotto trasformato**.

Mentre è fondamentale avere chiari principi generali comuni, al fine di creare un sistema efficiente, è importante dare ai gruppi di produttori il potere di autorizzare e regolare i termini in cui una IG usata come ingrediente può essere nominata nell'etichettatura frontale di un prodotto trasformato.

In effetti, le associazioni di produttori di IG sono nella posizione migliore per valutare le richieste dei trasformatori di utilizzare le loro IG. Questo è particolarmente vero, vista la difficoltà di stabilire regole generali valide per tutte le categorie di prodotti, data l'estrema variabilità e diversità tra le IG per quanto riguarda le loro caratteristiche intrinseche. Esistono infatti differenze oggettive e molto significative in termini di reputazione, diffusione e penetrazione di mercato delle IG. Pertanto, il rapporto di forza tra l'IG e il marchio del prodotto che la contiene come ingrediente varia enormemente da IG a IG e da prodotto a prodotto.

Come conseguenza della diversità di notorietà e penetrazione del mercato, i **gruppi di produttori di IG hanno posizioni ed esigenze diverse che sono legittime e dovrebbero essere rispettate**. In pratica, questo significa che le IG più popolari possono aver bisogno di adottare regole più severe per evitare l'uso improprio o l'abuso della loro reputazione, mentre le più piccole e meno conosciute possono aver bisogno di criteri più flessibili per attirare i trasformatori e l'accesso a nuovi sbocchi di mercato.

Differenze significative nelle esigenze sono anche identificate per le IG appartenenti a diverse categorie di prodotti. Per esempio, frutta e verdura hanno esigenze specifiche riguardo alla trasformazione del prodotto, per avere un mercato tutto l'anno. Di conseguenza, alcuni gruppi di produttori potrebbero voler vietare ai trasformatori di congelare la loro IG prima di incorporarla come ingrediente in un prodotto trasformato ([vedi BOX 3 sulla Cinta Senese DOP](#)). Al contrario, per alcune IG di frutta e verdura, questo processo potrebbe essere fondamentale per adattarsi alle richieste e ai bisogni dei trasformatori, purché non alteri le qualità del prodotto. Definire *a priori* che tipo di trattamento e lavorazione le IG non possono subire (es. surgelazione) rischierebbe di allontanare i trasformatori interessati e sarebbe estremamente dannoso per la sostenibilità economica delle IG.

Per rispondere a queste diverse esigenze, la possibilità di definire i termini con cui una IG utilizzata come ingrediente può essere nominata nell'etichettatura frontale di un prodotto trasformato dovrebbe essere

lasciata alle associazioni di produttori di IG. Dato che attualmente numerose associazioni di produttori cercano di regolamentare la questione all'interno dei disciplinari di produzione, questo approccio potrebbe portare una significativa semplificazione amministrativa, evitando un notevole aumento delle richieste di modifica.

Inoltre, questo approccio assicurerebbe la giusta flessibilità poiché i gruppi di produttori di IG sarebbero in grado di adottare criteri equilibrati per assicurare la protezione delle IG, pur mantenendo i vincoli per i trasformatori a un livello ragionevole.

Di conseguenza, l'AREPO raccomanda alla Commissione europea di:

- Stabilire che le **associazioni di produttori di IG hanno il diritto di autorizzare gli operatori a utilizzare il loro nome IG nell'etichettatura, presentazione e pubblicità dei prodotti alimentari che contengono tale denominazione come ingrediente**, il che significa che le associazioni di produttori di IG sarebbero in grado di svolgere attività di controllo e supervisione in tutto il mercato interno dell'UE;
- Stabilire che le associazioni di produttori di IG **possono adottare e pubblicare linee guida trasparenti che regolano i termini e i criteri in base ai quali sarebbe possibile dare o negare l'autorizzazione**. Le linee guida possono contenere:
 - Criteri relativi alla qualità del prodotto finale;
 - Criteri grafici che chiariscono come il nome dell'IG deve essere usato nell'etichettatura, presentazione e pubblicità dei prodotti alimentari che contengono tale nome come ingrediente;
 - Criteri amministrativi per richiedere l'autorizzazione.
- Chiarire che un'indicazione geografica è un concetto che si manifesta sia attraverso il nome del prodotto che attraverso il logo del marchio registrato nel disciplinare, se esiste. Alla luce di ciò, le associazioni di produttori di IG hanno il diritto di **autorizzare gli operatori a utilizzare non solo il nome dell'IG, ma anche il logo del marchio IG (registrato nel disciplinare)** nell'etichettatura, presentazione e pubblicità del prodotto finale. L'uso del logo specifico delle IG dovrebbe essere regolato nei criteri grafici;
- **Stabilire che le associazioni di produttori di IG possono decidere di chiedere un contributo finanziario o un rimborso al trasformatore che utilizza la loro IG come ingrediente**, per far fronte all'aumento dei costi operativi e di gestione delle loro attività ordinarie. Tutte le informazioni relative al contributo finanziario dovrebbero essere chiaramente descritte nei criteri amministrativi per richiedere l'autorizzazione;
- **Stabilire l'obbligo per gli operatori che utilizzano una IG come ingrediente di sottoporsi a tutti i controlli necessari per svolgere le attività di supervisione** (ad esempio la possibilità di accedere ai documenti commerciali per effettuare il controllo sui bilanci di massa). I controlli potrebbero essere effettuati dall'associazione di produttori e/o dalle autorità nazionali, a seconda del sistema nazionale in vigore.
- **Chiarire le regole di etichettatura riguardanti l'uso dei loghi UE su un prodotto trasformato che contiene una IG come ingrediente.**

BIBLIOGRAFIA

- AND International (2021), *Evaluation support study on Geographical Indications and Traditional Specialties Guaranteed protected in the EU*. Final report <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/c1d86ba1-7b09-11eb-9ac9-01aa75ed71a1/language-en>
- AND-International (2019), Study on economic value of EU quality schemes, geographical indications (GIs) and traditional specialties guaranteed (TSGs), Final report.
- Comité Interprofessionnel du Vin de Champagne v Aldi Süd Dienstleistungs-GmbH & Co OHG (C-393/16), <http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=198044&pageIndex=0&doclang=IT&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=16291477>
- Council Regulation (EC) No 1234/2007 of 22 October 2007 establishing a common organisation of agricultural markets and on specific provisions for certain agricultural products (Single CMO Regulation), <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex:32007R1234>
- Cour de cassation, civile, Chambre commerciale, 25 novembre 2014, 13-19.870 <https://www.legifrance.gouv.fr/affichJuriJudi.do?idTexte=JURITEXT000029819758&fastReqId=1578813876&fastPos=3&oldAction=rechJuriJudi>
- Decreto Legislativo 19 novembre 2004, n. 297 - Disposizioni sanzionatorie in applicazione del regolamento (CEE) n. 2081/92, relativo alla protezione delle indicazioni geografiche e delle denominazioni di origine dei prodotti agricoli e alimentari, <https://www.normattiva.it/uri-res/N2Ls?urn:nir:stato:decreto.legislativo:2004-11-19;297!vig=>
- EUIPO (2021), Guidelines for examination European Union Intellectual Property Office (Euiipo) <https://guidelines.euipo.europa.eu/binary/1922895/2000000000>
- European Commission (2009), Commission staff working document accompanying the *Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions on agricultural product quality policy* https://ec.europa.eu/smart-regulation/impact/ia_carried_out/docs/ia_2009/sec_2009_0670_en.pdf
- European Commission (2009), *Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions on agricultural product quality policy*, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A52009DC0234#document1>
- European Commission (2010), Commission Communication — Guidelines on the labelling of foodstuffs using protected designations of origin (PDOs) or protected geographical indications (PGIs) as ingredients, [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HR/TXT/?uri=CELEX:52010XC1216\(01\)](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HR/TXT/?uri=CELEX:52010XC1216(01))
- European Commission, (2008), *Green Paper on agricultural product quality: product standards, farming requirements and quality schemes*, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX:52008DC0641>
- Hartmann (2006), *Reference to a protected geographical indication on a composite food product, 'With Spreewa'lder Gherkins' ('mit Spreewa'lder Gurken')*, District Court Berlin, 23 August 2005, Journal of Intellectual Property Law & Practice, 2006, Vol. 1, No 5.

<http://qualite.groupe-cerclvert.fr/pizza-hut-condamne-en-justice-pour-lusage-dun-nom-daop/>

Legge 12 dicembre 2016, n. 238, Disciplina organica della coltivazione della vite e della produzione e del commercio del vino legge 238/2016 <https://www.normattiva.it/uri-res/N2Ls?urn:nir:stato:legge:2016-12-12;238!vig=>

London Economics & ADAS and Ecologic (2008), *Evaluation of the CAP policy on protected designations of origin (PDO) and protected geographical indications (PGI)*, <http://londoneconomics.co.uk/blog/publication/evaluation-of-the-cap-policy-on-protected-designations-of-origin-pdo-and-protected-geographical-indications-pgi/>

Mahy A., d'Ath F. (2017). The Case of the "Champagner Sorbet" – Unlawful Exploitation or Legitimate Use of the Protected Name "Champagne". *European Food and Feed Law Review*. Vol. 12, No. 1 (2017), pp. 43-48.

Mancini, M.C., Consiglieri, C. (2016). Innovation and marketing strategies for PDO products: The case of 'Parmigiano Reggiano' as an ingredient. *Bio-based and Applied Economics* 5(2): 153-174.

Minelli M. (2014), L'uso di prodotti DOP e IGP come componenti. *Rivista di diritto alimentare*, anno VIII, n.1, <http://www.rivistadirittoalimentare.it/rivista/2014-01/MINELLI.pdf>

MipAAf (2007), *Circolare sui criteri per l'utilizzo del riferimento ad una denominazione d'origine protetta o ad un'indicazione geografica protetta nell'etichettatura, nella presentazione o nella pubblicità di un prodotto composto, elaborato o trasformato dei prodotti agricoli o alimentari*, <https://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeAttachment.php/L/IT/D/b%252Fa%252Fd%252FD.2fe3bec7250507ce1287/P/BLOB%3AID%3D9795/E/pdf>

MipAAf (2007), *Circolare sui criteri per l'utilizzo del riferimento ad una denominazione d'origine protetta o ad un'indicazione geografica protetta nell'etichettatura, nella presentazione o nella pubblicità di un prodotto composto, elaborato o trasformato*, <https://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeAttachment.php/L/IT/D/3%252F2%252F5%252FD.3c80c044216aa507091f/P/BLOB%3AID%3D9795/E/pdf>

Regulation (EU) No 1151/2012 of the European Parliament and of the Council of 21 November 2012 on quality schemes for agricultural products and foodstuffs, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32012R1151>

Regulation (EU) No 1151/2012 of the European Parliament and of the Council of 21 November 2012 on quality schemes for agricultural products and foodstuffs, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32012R1151>

Regulation (EU) No 1169/2011 of the European Parliament and of the Council of 25 October 2011 on the provision of food information to consumers, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=uriserv:OJ.L .2011.304.01.0018.01.ENG&toc=OJ:L:2011:304:FULL>

Ribeiro de Almeida A. (2015), *PDO and PGI as ingredients of other products*, *BIO Web of Conferences*, Vol 5, 2015, 38th World Congress of Vine and Wine (Part 1), https://www.bio-conferences.org/articles/bioconf/abs/2015/02/bioconf_oiv2015_03014/bioconf_oiv2015_03014.html

Salzano L. (2018), *Aspetti controversi legati all'utilizzo di alimenti a DOP e IGP come componenti di altri alimenti*, Rivista di Diritto Agrario, fascicolo 3/2018 <https://www.studiolegalesalzano.it/articolo-pubblicato-al-fascicolo-3-2018-della-rivista-di-diritto-agrario-editoriale-scientifica/>