



Opportunità e futuro delle IG europee

Intervista esclusiva di Consortium al Commissario europeo per l'agricoltura e lo sviluppo rurale Phyl Hogan

a cura di Mauro Rosati

Phil Hogan, Commissario europeo per l'agricoltura e lo sviluppo rurale, rilascia un'intervista esclusiva a Consortium in occasione dell'edizione 2018 di Origo, il Forum mondiale delle Indicazioni Geografiche, tenutosi a Parma lo scorso 8 maggio. Semplificazione normativa e regole uniformi per i controlli, fondi di promozione e nuovi accordi bilaterali, rafforzamento delle IG online e sviluppo di pratiche sostenibili sono i temi prioritari sul futuro del settore delle DOP, IGP e STG affrontati nell'intervista.

Il crescente successo del sistema delle DOP IGP che si registra in molti Paesi europei impone sicuramente una riflessione su come la legislazione possa sostenere in maniera più puntuale e precisa questa crescita. È auspicabile una riforma del regolamento che faciliti l'uniformità delle norme dei tre settori Food, Wine and Spirits delle Indicazioni Geografiche e al tempo stesso delle regole sui controlli nei vari Paesi?

La storia delle IG europee, costruita sulle nostre meravigliose tradizioni locali e regionali legate alla produzione di cibo e bevande, ha riscosso un successo globale. Pertanto, dovremmo riflettere sulle modalità attraverso le quali elaborare un sistema IG più accattivante, sia per i produttori che per i consumatori: tali miglioramenti dovrebbero includere delle procedure più condivisibili, passaggi più brevi e maggiore reattività dagli Stati Membri che gestiscono l'attuazione dei programmi. Attualmente, stiamo facendo i primi passi verso la semplificazione dei settori Wine e Spirits, per i quali è stata discussa una legislazione sia nel Parlamento che nel Consiglio. Facilitare la gestione delle IG offrirebbe quel valore aggiunto tale da ottimizzare i tempi delle procedure, facendole così focalizzare su ciò che sanno fare meglio: produrre e promuovere i prodotti alimentari di fama mondiale. Per quanto concerne

i controlli, stiamo elaborando delle regole uniformi da applicare a tutti gli Stati Membri e stiamo collaborando sempre di più insieme per assicurare la loro entrata in vigore in modo uniforme ed efficiente.

In che modo la politica europea può difendere più pragmaticamente le produzioni agroalimentari e vitivinicole DOP IGP?

Sono decisamente d'accordo con l'affermazione secondo cui una politica di qualità dell'Unione Europea rappresenta un elemento importante e potente per promuovere i nostri prodotti agroalimentari di qualità, sia nell'ambito dell'UE stessa che nei mercati oltreoceano. Essa, inoltre, riveste un ruolo essenziale nelle politiche di sviluppo rurale, garantendo dei ricavi più alti e contribuendo a preservare i metodi tradizionali di produzione e le conoscenze nella realtà rurale. Tuttavia, è improprio sostenere che le nostre IG "penalizzano eccessivamente i prodotti agroalimentari" al di fuori dell'Europa. La Commissione tutela costantemente gli interessi delle Indicazioni Geografiche dell'Unione Europea nelle negoziazioni degli accordi bilaterali.

Ottenere la protezione delle nostre IG in nuovi mercati costituisce una parte integrante delle politiche commerciali europee. Soltanto negli ultimi decenni, le nostre IG più importanti hanno ottenuto la tutela in diver-

si nuovi mercati, tra i quali quelli di Corea del Sud, Colombia, Canada, Sud Africa, così come in numerosi Paesi confinanti. Inoltre, gli anni che verranno porteranno ulteriori accessi ad altri mercati rilevanti, tra cui quelli di Vietnam, Giappone e Messico. È vero che in certi casi alcune IG dovranno coesistere con pratiche o utilizzi che erano già presenti su questi mercati da anni, anche decenni in diversi casi. Tuttavia, il punto chiave è che la Commissione è riuscita a far riconoscere e proteggere queste IG in Paesi in cui ciò non era certamente da dare per scontato!

È possibile pensare ad un aumento del plafond UE della promozione ed una semplificazione delle regole e delle procedure di richiesta?

Sono molto curioso di vedere come i fondi messi in campo per la promozione verranno sfruttati per espandere le esportazioni, contribuendo a conquistare nuovi segmenti di mercato e nuovi consumatori, soprattutto per i prodotti di alta qualità, come quelli protetti da una denominazione. E senz'altro questo l'ambito in cui l'UE presenta un vantaggio competitivo. I sistemi di qualità rappresentano dei veicoli ideali per le campagne di promozione – che comunque devono essere supportate da buone strategie di marketing. Le organizzazioni ammissibili per sovvenzionare la promozione in teoria sono degli enti

professionali o semiprofessionali, i cui membri sono coinvolti in attività economiche legate alla produzione di prodotti di una certa importanza. Le organizzazioni idonee necessitano di raggruppare i produttori e rappresentare un settore specifico. La politica promozionale dell'UE, dunque, autorizza la partecipazione dell'industria agroalimentare attraverso organizzazioni che rappresentano i produttori. Le organizzazioni rappresentative hanno bisogno di avere capacità sia operative che finanziarie per implementare le campagne promozionali – mentre le singole imprese – grandi o piccole che siano – non hanno i requisiti giusti. Il mio consiglio alle piccole imprese è: unire le forze con produttori simili, per creare un valore economico necessario per conquistare nuovi mercati e presentare un piano di promozione che veicoli un messaggio chiaro, che sia indirizzato a un pubblico ben identificato e che possieda una strategia che andrà a diretto beneficio dei produttori di IG nei settori target.

È in atto a livello mondiale un ripensamento dei rapporti tra istituzioni e grandi player digitali (Facebook, Google, etc). In questo contesto anche l'Europa è impegnata in una "ri-negoziazione" che tuteli maggiormente i cittadini e le imprese. Nell'ambito di questa revisione sarà possibile pensare anche ad una tutela digitale delle Indicazioni Geografiche?

C'è una necessità crescente di promuovere il rafforzamento delle IG online al fine di prevenire contraffazioni e frodi alimentari e di impedire che i diritti delle IG vengano compromessi. Tutti gli Stati membri stanno rispondendo alla sfida ma con il rapido sviluppo della tecnologia i contraffattori trovano nuove strade per commercializzare i loro prodotti. Dobbiamo innalzare i livelli di consapevolezza circa la necessità di rafforzare i controlli in rete tra le autorità pubbliche e le organizzazioni dei produttori e assicurare legami più saldi tra di loro. La Commissione ha sviluppato un sistema di assistenza amministrativa online che dà la possibilità agli Stati membri di segnalare, scambiare le informazioni e richiedere delle azioni in caso di frode alimentare. L'Osservatorio europeo

sulle violazioni dei diritti di proprietà intellettuale con sede ad Alicante ha sviluppato una banca dati anti contraffazione (Enforcement Database – EDB) che mette in contatto le forze di polizia, le autorità doganali e i servizi di ispezione con i titolari dei diritti di proprietà intellettuale: dobbiamo assicurare a quest'ultimi di poter contare su questa risorsa. Le piattaforme online, operando nell'ambito delle regole dell'e-commerce, possono rimuovere i contenuti fraudolenti solo se sono consapevoli di ciò. Dobbiamo accrescere i nostri sforzi per intercettare e prevenire la frode informatica, lavorando con le piattaforme private ed eliminare ("notify and take down") falsi, simili all'esempio italiano da voi citato.

È possibile pensare a nuovi compiti per le Indicazioni Geografiche in chiave ambientale attraverso il supporto diretto alle imprese che richiedono modifiche dei disciplinari per l'introduzione di pratiche più sostenibili?

Credo fermamente che cibo di qualità e produzione sostenibile significhino business di valore. E i modelli di consumo globale supportano questa affermazione. I consumatori informati non sono solo interessati all'acquisto di prodotti tradizionali ma prestano una attenzione crescente alle modalità di produzione. Ecco perché i criteri ambientali che contribuiscono, ad esempio, alla biodiversità e all'acqua pulita, e quelli di sostenibilità, quali il benessere animale, potrebbero essere integrati nei principi di produzione delle IG. I gruppi di produttori sono coloro che stabiliscono e modificano i disciplinari, e possono aggiungere a queste regole requisiti ambientali e di sostenibilità. Ciò va ad aumentare la reputazione dei loro prodotti e, di conseguenza, le vendite visto che certe caratteristiche si rivolgono ad un determinato target di consumatori. Il rispetto degli standard ambientali più elevati è già riconosciuto dal sostegno dato a chi si impegna in tal senso. Il mio compito è garantire che questi aspetti – le misure ambientali, produzione di qualità, le IG – possano essere messi insieme in modo coerente. Così, gli Stati membri e le regioni potranno creare ulteriori opportunità di sviluppo per gli agricoltori impegnati nelle produzioni di qualità.



Paolo De Castro

Presidente Comitato Scientifico Qualivita e vice presidente della COMAGRI UE

Rinnovare la connessione tra territorio e mercati

La rivista **Consortium** arriva in un passaggio cruciale per lo sviluppo del sistema dei prodotti italiani a Indicazione Geografica. Un passaggio in cui la connessione tra territori rurali e mercati globali va rinnovata e riscritta. I marchi di qualità dell'agroalimentare europeo sono, generalmente parlando, una storia di successo.

Dopo una prima fase in cui sono cresciuti, grazie all'impegno e dopo lunghe battaglie dei consorzi, principalmente come dispositivi di tutela e di protezione, oggi alle Indicazioni Geografiche si guarda soprattutto come strumenti "offensivi", nell'accezione degli interessi commerciali. Sono l'avanguardia dell'agroalimentare europeo in mercati globali che premiano non più solo gli scambi di commodities, ma anche i flussi di alimenti di qualità, in tutte le sue accezioni. Questo passaggio non è privo di incognite. Da un lato richiede un ampliamento del concetto di qualità, che va intesa non più solo come eccellenza e unicità, ma anche in termini di sostenibilità ambientale, fino a includere aspetti come il benessere animale. Dal punto di vista giuridico, inoltre, il sistema DOP IGP europee è unico al mondo e oggi deve conquistarsi tutele e spazi vitali in altri ordinamenti. A fronte di questa doppia sfida, Consortium può essere utile sia a far crescere il settore grazie allo scambio di informazioni, sia a far sentire il punto di vista dei territori rurali nelle dinamiche che li portano a confrontarsi con gli scenari globali.

