

WWW. RISORSE ENOGASTRONOMICHE DEL TERRITORIO: I MARCHI DI TUTELA

I *Regolamenti CE n. 510/2006 e CE n. 509/2006* hanno consentito la registrazione, in sede europea, di numerose denominazioni di origine e di indicazioni di provenienza geografica nazionali per diversi prodotti agro-alimentari, assicurando, a favore dei prodotti stessi, una tutela giuridica completa all'interno di tutti i Paesi dell'Unione Europea. Il Ministero delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali italiano, inoltre, ha istituito una banca dati in cui sono depositati i marchi di qualità creati dall'Unione Europea, come i marchi dei prodotti agro-alimentari (DOP, IGP, STG, PAT e prodotti biologici). Per la descrizione dei marchi dei vini e dei prodotti biologici si rimanda alle Unità didattiche 2 e 3 del Modulo 1.

La Denominazione d'Origine Protetta (DOP)



La Denominazione d'Origine Protetta (DOP) è il marchio di qualità che tutela il legame imprescindibile che alcuni prodotti agricoli e alimentari hanno con il loro territorio di produzione. Questo legame riguarda sia *fattori naturali*, come il clima e le caratteristiche ambientali, sia *fattori umani*, che riguardano tradizioni e tecniche di lavorazione capaci di attribuire agli alimenti alcune peculiarità qualitative che essi non avrebbero se fossero prodotti in altre aree.

Oltre al legame con l'area geografica circoscritta, per ottenere il **marchio DOP**, le fasi di produzione, trasformazione ed elaborazione delle materie prime devono seguire regole rigide, stabilite nel *disciplinare di produzione*, il cui rispetto è garantito dall'organismo di controllo.

Per la Denominazione di Origine Protetta, quindi, tutte le fasi di produzione devono essere effettuate nell'area geografica di riferimento. Per esempio, sono prodotti DOP il grana padano, il prosciutto di Parma, il parmigiano reggiano, il prosciutto toscano, la mela Val di Non, il pecorino sardo, il basilico genovese, il fico bianco del Cilento, l'asparago bianco di Bassano.

L'Indicazione Geografica Protetta (IGP)

L'**Indicazione Geografica Protetta (IGP)** è il marchio di qualità che è attribuito a quei prodotti agricoli e alimentari per i quali una determinata qualità o altra caratteristica specifica dipende dall'origine geografica dell'alimento e la cui produzione, trasformazione ed elaborazione avviene in un'area geografica determinata.



Il processo produttivo degli alimenti IGP deve seguire, per legge, le rigide regole stabilite nel *disciplinare di produzione*, il cui rispetto è assicurato dall'organismo di controllo; tuttavia, l'IGP può essere protetta anche se alcune fasi della lavorazione avvengono in territori diversi. Alcuni esempi di prodotti IGP sono la bresaola della Valtellina, il cotechino di Modena, il prosciutto di Norcia, lo speck dell'Alto Adige, il capperi di Pantelleria, la carota dell'Altopiano del Fucino, il kiwi di Latina e la lenticchia di Castelluccio di Norcia.

La differenza tra i prodotti DOP e IGP

A questo punto può sorgere una domanda: qual è la differenza tra i prodotti DOP e quelli IGP? Per avvalersi del *marchio DOP* tutte le fasi di produzione, trasformazione ed elaborazione devono avere luogo nella zona geografica da cui il prodotto prende il nome e, di conseguenza, tutte le sue caratteristiche devono dipendere dall'ambiente geografico e deve anche sussistere un legame oggettivo e molto stretto tra la qualità del prodotto e la sua origine geografica. Al contrario, per utilizzare il *marchio IGP* è necessario che soltanto alcune fasi di produzione, di trasformazione e di elaborazione avvengano nella zona da cui deriva il nome del prodotto e, quindi, il legame tra il prodotto e la zona geografica è meno stretto e solamente alcune sue caratteristiche devono essere attribuibili all'ambiente geografico. In ogni caso, lo scopo di questi marchi è quello di promuovere prodotti di qualità con caratteristiche legate comunque al territorio; inoltre, essi tutelano sia i produttori che rispettano il disciplinare, sia il consumatore.

La Specialità Tradizionale Garantita (STG) o Attestazione di Specificità (AS)

La **STG** consiste nel marchio di qualità attribuito a prodotti agricoli e alimentari per i quali sono utilizzate le definizioni di "specificità" e "tradizionale" (Regolamento CE n. 509/2006).



La **specificità** è l'insieme di elementi che distinguono nettamente un prodotto agricolo o alimentare da altri analoghi, appartenenti alla stessa categoria. In particolare, i prodotti STG devono essere ottenuti da materie prime tradizionali oppure secondo una ricetta o anche un metodo di produzione tradizionale, allo scopo di tutelarne la specificità, ma senza alcun riferimento all'origine geografica o alla provenienza: questo aspetto distingue le STG dalle DOP e dalle IGP.

L'*attestazione di specificità*, come nel caso delle DOP e delle IGP, è registrata dall'Unione Europea, comporta la stesura di un disciplinare ed è sottoposta a controllo e certificazione da parte di un "ente terzo".

Il termine **tradizionale** è riferito, invece, a un uso del prodotto, sul mercato comunitario, garantito per un periodo di tempo che indichi un passaggio generazionale; questo periodo dovrebbe essere all'incirca corrispondente a quello di una generazione umana, vale a dire **almeno 25 anni**. Poiché, come si è accennato in precedenza, le caratteristiche del prodotto, che giustificano il rilascio di un'attestazione di specificità, non risultano correlate al territorio, qualsiasi produttore dell'Unione Europea, rispettando le prescrizioni di legge, può utilizzare l'attestazione stessa.

A oggi, in Europa si contano ventidue STG, mentre in Italia i prodotti che hanno ottenuto il riconoscimento di Specialità Tradizionale Garantita sono la mozzarella STG (Regolamento CE n. 2527 del 25 novembre 1998) e la pizza napoletana (Regolamento UE n. 97 del 4 febbraio 2010). Il consumatore dovrà abituarsi, quindi, a distinguere tra il prodotto DOP mozzarella di bufala campana e il prodotto mozzarella STG, che potrà essere ottenuto nella stessa Campania ma anche in Lombardia, oppure in qualunque paese UE (Francia, Germania, ecc.). Altre proposte sono in corso di valutazione a Bruxelles, come quelle che riguardano l'antico cioccolato artigianale e il gallo ruspano.

I Prodotti Agro-alimentari Tradizionali (PAT)

Con la denominazione **Prodotti Agro-alimentari Tradizionali (PAT)** si intende fare riferimento ai prodotti per i quali si ricorre a metodiche di lavorazione, conservazione e stagionatura che risultano consolidate nel tempo e omogenee per tutto il territorio interessato, secondo regole tradizionali, per un periodo di tempo che, anche in questo caso, non è inferiore a 25 anni (*D.M. 18 luglio 2000*).

Si tratta, pertanto, di varietà di prodotti alimentari che hanno una tradizione produttiva storica e che sono espressioni di cultura e di identità locale; l'elenco dei PAT delle regioni italiane è consultabile sul sito del Ministero delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali, esaminando la *Banca Dati Prodotti Agroalimentari Tradizionali*.

Di solito, i produttori e/o i trasformatori di un determinato prodotto di qualità si riuniscono in **consorzi di tutela**, aventi come obiettivi la salvaguardia, la promozione e la valorizzazione del prodotto stesso. Tali consorzi, inoltre, hanno anche un ruolo di informazione al consumatore, di vigilanza sulle produzioni e proteggono il prodotto da abusi, da contraffazioni e dall'uso improprio della denominazione, nonché da atti di concorrenza sleale. In questo caso, il prodotto riporta il marchio del consorzio di tutela, quale elemento distintivo a garanzia del consumatore.

La filiera e la qualità ambientale

Fino a pochi decenni orsono le filiere di produzione di molti prodotti alimentari erano considerate *filiera corte*, in quanto gli animali allevati o le piante coltivate erano consumati nell'ambito di piccoli territori, in tempi molto brevi o addirittura nello stesso gruppo familiare.

Nella società attuale, in generale, la filiera produttiva di un alimento, vegetale o animale, è invece molto più lunga e complessa. Infatti, prima di arrivare sulla tavola del consumatore, gli alimenti subiscono una serie di trattamenti e di processi tecnologici che ne consentono una maggiore conservazione, una migliore trasportabilità, come pure un utilizzo più facile e conveniente. Tuttavia, i consumatori rivolgono un'attenzione sempre maggiore nei confronti degli alimenti prodotti con sistemi che salvaguardino l'ambiente e, in questa ottica, si sono mossi per promuovere i cosiddetti alimenti "*a chilometri zero*", definiti anche con il termine più tecnico di prodotti **a filiera corta**. Come si può intuire, si tratta di **prodotti locali**, la cui filiera si realizza in un raggio di 30 km, comprendendo anche la loro commercializzazione, poiché sono venduti o somministrati nelle vicinanze del luogo di produzione. Essi si configurano pure come **alimenti ecosostenibili**, in quanto non necessitando di trasporto, fanno consumare meno carburante e così, riducendo l'emissione di anidride carbonica, contribuiscono a limitare l'inquinamento atmosferico. Tali alimenti hanno per lo più un **prezzo contenuto**, dovuto a costi di trasporto e di distribuzione ridotti, all'assenza di intermediari commerciali, ma anche allo scarso ricarico da parte del venditore, che spesso è lo stesso agricoltore o allevatore. Inoltre, provenendo da una **specificata zona di produzione**, essi offrono maggiori garanzie di **freschezza** e **genuinità**, proprio per l'assenza, o quasi, di trasporto e di passaggi intermedi. In questo modo, è anche valorizzato il consumo dei **prodotti stagionali**, recuperando così il legame del consumatore con i cicli della natura e con la produzione agricola. Oltre a tutto ciò, scegliendo gli alimenti a filiera corta, si valorizza la **produzione locale** e si recupera il legame con le proprie origini, esaltando nel contempo i sapori tipici e le tradizioni gastronomiche locali.

Di conseguenza, la finalità principale della filiera corta è quella di stabilire una relazione diretta fra chi consuma e chi produce, attraverso modalità differenti: infatti, consumatori singoli od organizzati nei cosiddetti "*gruppi di acquisto*", per comprare i loro prodotti si rivolgono direttamente all'agricoltore e all'allevatore.

Gli stessi produttori, inoltre, possono "*aprire*" la loro azienda ai consumatori come anche organizzare *mercati locali*, i cosiddetti "*farmers markets*".

L'acquisto di alimenti "*a filiera corta*" è ormai abbastanza diffuso, soprattutto nelle zone a forte produzione agricola e per particolari prodotti, tra i quali, la frutta e la verdura.