



Ministero degli Affari Esteri
e della Cooperazione Internazionale

INDICAZIONI GEOGRAFICHE

Scheda informativa



1. Prodotti a indicazione geografica

Le Indicazioni geografiche (IG) hanno acquisito, nel corso degli anni, una sempre più significativa rilevanza economica e commerciale in quanto strumenti per informare i consumatori circa l'origine geografica e le qualità dei prodotti e per differenziare l'offerta sui mercati. Accanto a queste funzioni classiche, le IG ne assolvono anche altre, tra cui la promozione dello sviluppo economico e rurale, la preservazione dell'ambiente, la qualità e la sicurezza alimentare. Nell'ambito del mercato globale, i consumatori (non solo nei Paesi Avanzati) tendono a essere sempre più esigenti con riguardo alla qualità dei prodotti.

Grazie ai diritti sulle IG, da un lato, i consumatori beneficiano di più ampie possibilità di scelta tra prodotti di qualità, in condizioni di maggiore trasparenza del mercato, dall'altro, i produttori valorizzano i propri prodotti sui mercati differenziandoli attraverso il riferimento all'origine dei medesimi. Essendo la produzione a qualità geografica determinata più onerosa di quella di prodotti generici, tali diritti assicurano ai produttori, in cambio dell'investimento richiesto per produrre e commercializzare i prodotti tradizionali di una certa area geografica o località, un diritto di esclusiva sui nomi geografici utilizzati.

L'IG è un tipo di diritto di proprietà intellettuale che conferisce ai produttori di beni rispondenti a determinate specifiche qualitative l'esclusiva sul solo nome geografico utilizzato per identificare i beni in questione e non sull'intera categoria di prodotti cui quei beni appartengono o sui processi di produzione o metodi di trasformazione impiegati. Così, ad esempio, i produttori di "Parmigiano Reggiano", "Prosciutto di Parma" o "Vino Chianti" non hanno il diritto di impedire ad altri di produrre formaggio, prosciutto o vino. Il diritto conferito sull'IG si limita infatti a impedire a coloro che producono all'esterno dell'area geografica delimitata di utilizzare il nome "Parmigiano Reggiano" (o i due termini separatamente o una loro traduzione, come ad es. "Parmesan"), "Parma" o "Chianti" in correlazione con, rispettivamente, formaggio, prosciutto o vino, ma non impedisce ad alcuno di continuare a produrre questi prodotti purché siano commercializzati sotto altri nomi geografici o marchi commerciali.

Ne consegue che i diritti sulle IG non compromettono la concorrenza, né impediscono ai concorrenti di elaborare prodotti simili utilizzando i propri nomi geografici nazionali per la commercializzazione. Al contrario, le IG promuovono comportamenti concorrenziali leali tra i produttori che vogliono differenziare i loro beni attraverso il riferimento all'origine geografica in quanto indice di qualità.



La produzione di prodotti a IG protetta si distingue rispetto ad altre forme di proprietà intellettuale, ad esempio marchi e brevetti, per un maggiore **impiego di conoscenze tradizionali**, generate e trasmesse collettivamente di generazione in generazione, senza per questo sottominuire l'importanza dell'**innovazione** e di **tecnologie capaci di applicazioni industriali**. Anzi, costituisce essa stessa un modello innovativo di organizzazione della produzione, della logistica e della commercializzazione dei prodotti dei territori. Nell'ambito del mercato globale non è infrequente constatare che in numerosi Paesi si sviluppa ormai una maggiore attenzione alle origini dei prodotti e ciò vale anche per PVS. La consuetudine a cercare determinati prodotti identificati con una localizzazione geografica e con specifiche qualità del prodotto è qualcosa che accomuna i consumatori di quasi tutti i Paesi, anche in un mondo globalizzato anzi forse a maggior ragione nel mondo globalizzato.

2. IG e sviluppo economico

La decisione di istituire un sistema di protezione delle IG può rivelarsi una **scelta vincente tanto per i Paesi ad economia matura o avanzata quanto per i Paesi in via di sviluppo**. Anche in parte grazie all'opera di sensibilizzazione di questi anni svolta dal MAECI e dalla Rete diplomatico-consolare diversi Paesi sono o incominciano ad essere interessati a introdurre o se non altro a meglio conoscere il sistema di protezione delle IG. Tali Paesi vedono inoltre giustamente nell'Italia un Paese all'avanguardia in tale settore.

In via generale, le IG costituiscono in particolare un **valido strumento per i produttori, che vedono tutelata la propria reputazione e gli investimenti in qualità, e per i consumatori, che ricevono maggiori informazioni e garanzie circa la qualità dei prodotti che acquistano**.

Le IG recano altresì una serie di **vantaggi alle comunità locali che hanno generato la conoscenza e le attività produttive** necessarie a stabilire un legame tra il prodotto e la zona geografica interessata in quanto:

- a) consentono ai prodotti di **acquisire una certa reputazione** sui mercati nazionali ed internazionali;
- b) **attragono investimenti** pubblici e privati nei settori interessati, con effetti positivi per l'economia nazionale, in termini di sviluppo sostenibile, maggiore competitività, diversificazione delle esportazioni;
- c) creano **posti di lavoro**, essendo la loro produzione strettamente legata al contesto territoriale di origine e quindi non soggetta a delocalizzazione;
- d) generano effetti positivi in termini di **distribuzione del reddito** tra i piccoli produttori in aree geografiche rurali o svantaggiate e di occupazione nei settori collegati, come ad esempio in quello turistico.



Quanto ai **PVS** e ai **PMA**, il ricorso al modello di protezione speciale delle IG può essere d'ausilio per:

- a) trasformare le materie prime, le risorse o le conoscenze di cui sono ricchi in prodotti con **maggior valore aggiunto** più facilmente commerciabili sui mercati globali, attenuando gli effetti negativi della c.d. “*commodity trap*” e divenendo esportatori di prodotti - soprattutto agroalimentari e artigianali - di alta qualità;
- b) ottenere quote crescenti del **commercio globale**;
- c) mettere maggiormente a frutto il **vantaggio competitivo** di cui godono nei settori ad alta intensità di lavoro, come l'agricoltura, l'artigianato o le produzioni semi-industriali;
- d) accrescere il **potere contrattuale** dei produttori locali rispetto alla grande distribuzione internazionale attraverso la valorizzazione e l'utilizzo proficuo degli elementi identitari o delle caratteristiche uniche del proprio territorio di produzione (conoscenze tradizionali e biodiversità);
- e) contribuire a **preservare** le culture locali e le identità territoriali.

L'armonizzazione della protezione delle IG a livello internazionale è quindi altamente auspicabile per i benefici che apporterebbe alla comunità internazionale nel suo insieme, anche in termini di maggior trasparenza e minori rischi di confusione e inganno nel commercio multilaterale, nonché quale contributo all'affermazione di un modello sostenibile di sviluppo rispettoso dell'ambiente, della biodiversità, delle conoscenze tradizionali e del paesaggio.



3. Importanza economica delle IG in Italia e nell'Unione Europea

L'Unione Europea - e l'Italia in quanto suo Stato membro - garantisce nel suo ordinamento una protezione rafforzata alle IG, generalmente più avanzata rispetto a quella di altre realtà dei Paesi Avanzati.

Il sistema delle IG dell'Unione europea favorisce il sistema produttivo e l'economia del territorio, tutela l'ambiente perché il legame indissolubile con il territorio di origine esige la salvaguardia degli ecosistemi e della biodiversità e sostiene la coesione sociale dell'intera comunità. Esso si è inoltre dimostrato uno strumento fondamentale nell'ambito delle **politiche di sviluppo delle aree rurali**, avendo consentito di preservare le conoscenze e le tecniche di produzione tradizionali nelle aree geografiche europee svantaggiate attraverso la remunerazione dei prodotti sui mercati.

Allo stesso tempo, grazie alla certificazione comunitaria si danno **maggiori garanzie ai consumatori**

con un livello di tracciabilità e di sicurezza alimentare più elevato rispetto ad altri prodotti.

L'Italia è il Paese europeo con il maggior numero di prodotti agroalimentari a indicazione geografica riconosciuti dall'Unione europea. Un'ulteriore dimostrazione della grande qualità delle nostre produzioni, ma soprattutto del forte legame che lega le eccellenze agroalimentari italiane al proprio territorio di origine.

L'Italia vanta **315 prodotti DOP, IGP, STG** (Specialità Tradizionale Garantita) e **526** e vini **DOCG, DOC, IGT**. Si tratta di dati che peraltro tendono a mutare, ad es. mano a mano che vengono concluse le procedure volte a ottenere i riconoscimenti DOP, IGP, STG (e per i vini DOCG, DOC, IGT).

Nel settore agroalimentare, la **produzione italiana di IG (DOP e IGP) nel 2019** ammonta a **€ 16,9 miliardi** (in crescita del 4,2 % rispetto al 2018), un contributo del 19% al fatturato complessivo dell'agroalimentare italiano, di cui **circa € 9,5 mld esportati verso Paesi UE e non UE (pari al 21% dell'export agroalimentare italiano)**, come risulta dal XVIII rapporto sulle produzioni agroalimentari e vitivinicole di ISMAAE-Qualivita, ed. 2020.

La globalizzazione dei mercati, che offre la possibilità di una più ampia offerta dei prodotti italiani, comporta però dei rischi legati all'apertura stessa dei mercati e alla diversificazione dell'offerta. La diffusione di illeciti quali la contraffazione (oltre ad adulterazioni e sofisticazioni alimentari) provoca non soltanto un gravissimo danno economico, ma sono lesive della professionalità, dell'impegno, delle tradizioni e dei valori che caratterizzano i prodotti del nostro Paese. Gli svantaggi che ne derivano non sono, dunque, quantificabili unicamente in termini prettamente monetari, ma risiedono anche nel danno d'immagine e nella conseguente violazione della fiducia dei consumatori, la cui compromissione può dimostrarsi esiziale in mancanza di un sistema di garanzie efficace a loro tutela.



Su un piano diverso ma ugualmente con impatto negativo per l'agroalimentare italiano si colloca il fenomeno dell'uso ingannevole delle informazioni concernenti l'alimento, che può modificare sensibilmente gli atteggiamenti d'acquisto dei consumatori facendo ricadere la preferenza su prodotti non originali. In questo ambito rientra il cosiddetto *Italian Sounding*, ossia l'insieme delle pratiche di commercializzazione di prodotti che "suonano" italiani a seguito dell'evocazione parassitaria di una provenienza, uno stile o una qualità italiana che tuttavia non corrisponde al vero.

Si tratta di un fenomeno che comporta una sottrazione di mercato di notevoli proporzioni al commercio italiano, particolarmente diffuso negli Stati Uniti, in Canada, in Australia, in America Latina, oltreché nei mercati europei.

L'Italia è conosciuta in tutto il mondo per la creatività, la qualità e l'eccellenza dei propri prodotti ("*Made in Italy*"). In questo senso, le IG italiane godono di un'alta reputazione sia sul mercato nazionale che all'estero. Questo evidenzia che esse costituiscono non soltanto una parte importante del patrimonio culturale nazionale dell'Italia, ma anche una componente fondamentale dell'economia e della produzione nazionale anche nei rapporti di scambio con l'estero.

Alla luce di questi elementi, l'Italia è da anni in prima linea nella protezione delle IG con l'obiettivo di ridurre le contraffazioni e l'utilizzo parassitario e tutelare i consumatori dagli effetti fuorvianti che tali fenomeni producono.



4. Protezione delle IG nell'Unione Europea

L'UE garantisce protezione solo ad alcune categorie di prodotti agricoli e alimentari, incluse alcune tipologie di bevande. Le fonti normative sono quattro regolamenti riguardanti rispettivamente i vini, le bevande spiritose, i liquori e i prodotti agro-alimentari.

Il Regolamento sui prodotti agro-alimentari (Reg. UE n. 1151/2012), che costituisce lo strumento di portata più ampia e generale, attribuisce ai produttori di IG registrate **diritti autonomi rispetto alle altre categorie di diritti della proprietà intellettuale (ad es. marchio commerciale)**. La protezione è ampia e generalizzata e consiste nella **proibizione di qualsiasi forma di usurpazione, imitazione, evocazione, anche attraverso la registrazione di marchi simili, e nel divieto di generalizzazione del nome geografico una volta registrato**.

I prodotti tutelati come IG sono generalmente molto apprezzati dai consumatori grazie alla loro **qualità, che dipende dal rispetto rigoroso dei sistemi di controllo e monitoraggio della produzione previsti dal disciplinare di produzione, a cui i produttori sono tenuti ad adeguarsi per utilizzare le IG per i propri prodotti**. Le ricerche di mercato dimostrano che i consumatori, ove ricevano informazioni e garanzie circa l'origine e la qualità dei prodotti, sono disposti a pagare un prezzo più elevato di quello che pagherebbero per i prodotti privi di tali caratteristiche.

L'UE ha negoziato in questi anni una serie di **Accordi di libero scambio con i propri partner commerciali preferenziali nell'ambito dei quali ha riservato uno spazio privilegiato alle IG e ha scambiato con le Parti di tali Accordi le c.d. "liste di protezione"** nelle quali ha collocato le principali IG dei rispettivi Paesi (**Accordi UE-Canada, UE-MERCOSUR, UE-Sudafrica, UE-Vietnam, UE- Giappone**).

Di grande importanza anche l'**accordo UE-Cina sulle indicazioni geografiche**, firmato nel 2020 ed entrato in vigore il 1° marzo 2021, che assicura protezione da usurpazioni e imitazioni a 100 indicazioni geografiche di ciascuna parte e, dopo quattro anni dall'entrata in vigore, potrà essere esteso a ulteriori 175 prodotti per ciascuna parte. **L'Italia è il principale beneficiario dell'accordo**, con 26 prodotti italiani inclusi nella lista dei 100 prodotti europei ai quali viene assicurata tutela da imitazioni o pratiche che possano indurre in errore il consumatore sulla vera origine del prodotto. La firma di tale accordo, giunta a seguito di negoziati durati oltre 10 anni, consente alle produzioni europee in esso contenute di avere a disposizione un solido strumento di protezione dei diritti di proprietà intellettuale per tutelarsi contro le pratiche ingannevoli di traduzione o l'utilizzo inappropriato delle indicazioni geografiche protette accompagnate da termini come "tipo", "stile" o simili. I 100 prodotti europei oggetto dell'intesa, che come detto diventeranno 275, possono presentarsi sul mercato cinese godendo di una reputazione rafforzata e una maggiore riconoscibilità agli occhi dei consumatori cinesi.



5. Protezione delle IG nell'ambito del sistema multilaterale degli scambi (OMC)

Le IG, proprio in considerazione del legame con il territorio di origine, necessitano di una tutela che non operi soltanto nei Paesi d'origine, ma anche nei Paesi di esportazione. Da questo punto di vista, la protezione delle IG presenta ancora sostanziali carenze per la diversità dei sistemi nazionali di protezione e i limiti degli strumenti internazionali esistenti.

Se, da un lato, vi sono Paesi (es. UE) che proteggono le IG come diritto esclusivo, sancito da una normativa speciale, inibendo le imitazioni o le usurpazioni, dall'altro, altri (USA, Australia, Canada, Nuova Zelanda, ecc.) proteggono le IG solo se registrate come marchi commerciali (di certificazione o collettivi) o sotto l'egida delle disposizioni sulla repressione della concorrenza sleale. Quest'ultima presenta tuttavia il limite di rimanere basata sulla percezione del pubblico nazionale, con la conseguenza che una IG rimane priva di protezione se non viene concretamente utilizzata su un mercato nazionale o finisce per essere percepita dal pubblico nazionale in un determinato paese come un nome generico di prodotto o come un marchio individuale.

L'Accordo sugli aspetti commerciali dei diritti di proprietà intellettuale (Accordo TRIPS), concluso nell'ambito degli Accordi per l'istituzione dell'Organizzazione Mondiale del Commercio (OMC) a metà degli anni '90, ha tentato di fornire alle IG un certo grado di protezione omogenea nella vastaplatea dei Paesi Membri dell'OMC, ma non è riuscito a superare alcuni tra i limiti più significativi esistenti in materia sui mercati internazionali. Ad esempio, il TRIPS non protegge le IG già utilizzate sui mercati alla data in cui l'accordo è entrato in vigore ("*grandfathering clause*"), stabilisce solo alcuni parametri minimi di protezione dei diritti della proprietà intellettuale che gli Stati membri

dell'OMC devono adottare nel proprio ordinamento interno, prevedendo in particolare che essi predispongano gli strumenti giuridici che consentono alle parti interessate di impedire che terzi utilizzino IG protette negli Stati membri dell'OMC qualora tale uso risulti ingannevole per i consumatori con riguardo alla provenienza del prodotto o costituisca un atto di concorrenza sleale. Questo sistema di protezione, incentrato sulla repressione dell'inganno e della concorrenza sleale, richiede che venga provata l'ingannevolezza dell'uso dell'IG, che è a sua volta basata sulla percezione del pubblico nazionale (il rischio di confusione per i consumatori), e non impedisce quindi che terzi utilizzino le IG quando non sia dimostrato l'inganno, ovvero quando le IG sono utilizzate come nomi generici o comuni di prodotto, o in combinazione con l'indicazione della vera origine o con espressioni come tipo, genere, stile e simili.



6. Protezione delle IG nell'ambito della World Intellectual Property Organization (WIPO)

Lo strumento internazionale più importante per la protezione internazionale delle IG è l'Accordo di Lisbona del 1958 per la protezione delle denominazioni d'origine e la loro registrazione internazionale, gestito dalla World Intellectual Property Organization (WIPO), agenzia specializzata delle Nazioni Unite. L'Accordo ha istituito un sistema internazionale di protezione (c.d. "Sistema di Lisbona") che protegge il nome geografico di prodotto attraverso una singola registrazione presso l'OMPI, con formalità e costi ridotti rispetto a quelli che dovrebbero sostenersi ricorrendo a più registrazioni nazionali.

L'Accordo ha una copertura geografica limitata (28 Paesi, di cui 7 Stati membri dell'UE: Bulgaria, Francia, Italia, Portogallo, Slovacchia, Repubblica Ceca e Ungheria) e protegge le sole denominazioni di origine, ovvero una categoria ristretta di IG (normalmente prodotti naturali o agro-alimentari, es. Prosciutto di Parma, Chianti, Feta) che identificano prodotti con un legame particolarmente stretto con il territorio d'origine in quanto integralmente elaborati (dalla raccolta della materia prima alla trasformazione e confezionamento) nella medesima area geografica delimitata.

L'Atto di Ginevra, concluso nel 2015 con la convinta partecipazione dell'Italia ed entrato in vigore il 26/2/2020, ha esteso il sistema di registrazione e protezione internazionale dalle sole denominazioni d'origine alla più ampia categoria delle IG, anche non agroalimentari, includendo quindi tutti quei prodotti che devono la propria qualità, una peculiare caratteristica (ma non necessariamente tutte) o anche la semplice reputazione alla circostanza che anche una sola fase (la raccolta delle materie prime, la trasformazione) sia localizzata nell'area geografica, o che sia stata impiegata nella produzione una risorsa naturale ivi disponibile (es. l'acqua o i luppoli utilizzati per le birre) o una particolare tecnica di lavorazione (es. lavorazione e maturazione degli aceti nell'Aceto Balsamico di Modena). Il sistema di protezione così modificato è di potenziale interesse per un maggior numero di Paesi, rispondendo all'esigenza di agevolare la protezione delle IG anche di Paesi che sono privi di eccellenze produttive agroalimentari, ma che vantano eccelse produzioni non agricole (prodotti artigianali, industriali o semi-industriali).

Esso consente inoltre l'adesione di organizzazioni intergovernative, che non hanno potuto a suo tempo accedere all'Accordo di Lisbona. L'UE ha aderito all'Atto di Ginevra il 26/11/2019.

Attualmente il Sistema di Lisbona (Accordo di Lisbona del 1958 + Atto di Ginevra del 2015) conta 36 Parti contraenti, coprendo 55 Paesi (<https://www.wipo.int/lisbon/en/>)



Quanto alla sostanza, il Sistema di Lisbona non ha alcun impatto negativo sulla **coesistenza** tra l'approccio dei Paesi (es. UE) che proteggono le IG attraverso discipline speciali e le qualificano come una forma di diritti di esclusiva della proprietà intellettuale diversi e separati dal marchio commerciale e quello dei Paesi che invece ne riconoscono la protezione solo nell'ambito del marchio collettivo o di certificazione (USA, Canada, Australia e altri).

La possibilità che convivano diversi approcci è d'altronde coerente con la flessibilità prevista dall'Accordo TRIPs-OMC del 1994.

In tale contesto, l'Italia è a favore di una più ampia adesione all'Atto di Ginevra, in specie da parte di PVS e PMA, che potrebbero trarre numerosi e consistenti vantaggi per le economie nazionali.

7. Conclusioni

L'Italia auspica che le **potenzialità socio-economiche delle IG** vengano maggiormente **comprese e sfruttate a livello internazionale** e che i Paesi, in specie se PVS e PMA, trovino nelle IG un **modello di produzione più adatto alle proprie esigenze e più coerente con i principi dello sviluppo sostenibile**, divenendo partner fondamentali dell'Italia e dell'UE sul fronte dell'impegno per una **dinamica degli scambi più equa e trasparente**.

Questa prospettiva **estende il perimetro dei mercati esteri** verso cui le IG italiane possono essere esportate in condizioni di maggior tutela da contraffazioni e *Italian sounding*.