

LE DOP-IGP SVIZZERE:



# PANORAMICA SU 20 ANNI DI ESPERIENZE



1997-2017

# \* l'origine

\* le persone con  
il proprio mestiere  
artigianale

## INDICE

<i>Il concetto di DOP-IGP</i>	4-5
<i>Il quadro normativo</i>	6-7
<i>Le DOP-IGP svizzere nel 2017</i>	8-15
<i>Motivazioni, effetti e sfide</i>	16-20
<i>Il sistema di controllo e di repressione delle frodi</i>	21-23
<i>Promozione e comunicazione</i>	24-25
<i>Il punto di vista degli altri attori</i>	26-29
<i>Le DOP-IGP nel contesto europeo</i>	30-31

## Le DOP-IGP svizzere: panoramica su 20 anni di esperienze

*La riforma della politica agricola svizzera, cominciata all'inizio degli anni 90, si è tradotta in un cambio di paradigma e in una radicale trasformazione della realtà agricola del paese. La concezione produttivistica ha ceduto il posto a un'agricoltura multifunzionale. Grazie a una produzione in linea con le esigenze di sviluppo sostenibile, l'agricoltura contribuisce a garantire l'approvvigionamento alimentare e gioca al contempo un ruolo chiave per la conservazione delle risorse naturali, la tutela della diversità dei paesaggi e la decentrazione delle attività e degli habitat nello spazio rurale, così come nelle zone di montagna. Diverse misure sono state introdotte, soprattutto allo scopo di promuovere la produzione e la commercializzazione di prodotti agricoli di alta qualità. La Svizzera ha quindi attuato nel 1997 alcune disposizioni sulla designazione dei prodotti con un carattere distintivo legato all'origine. A oggi, 33 filiere svizzere hanno intrapreso la strada delle Denominazioni di origine protetta (DOP) o delle Indicazioni geografiche protette (IGP) per valorizzare le proprie specialità. Queste filiere si sono impegnate a proteggere il nome di un prodotto ancestrale, a definire i limiti geografici della zona di origine, a fissare le regole di*

*fabbricazione in un elenco degli obblighi, a elaborare una strategia di promozione e a definire una politica di remunerazione equa per i vari attori della filiera. Tutto questo con un duplice obiettivo: valorizzare un patrimonio e un'artigianalità ereditati dai nostri predecessori, per poterli conservare e trasmettere alle generazioni future quanto più intatti possibile. Oggi, le DOP e le IGP permettono a tanti agricoltori e artigiani di vivere del frutto del proprio lavoro. Nella regione di origine, spesso periferica, apportano un'importante diversità economica, ecologica e culturale. Inoltre, offrono una garanzia di grande piacere gustativo agli appassionati di prodotti tipici autentici e di qualità. In un contesto socioeconomico in costante evoluzione, caratterizzato da una progressiva liberalizzazione degli scambi commerciali, le sfide per le filiere DOP-IGP non sono da sottovalutare. Questa pubblicazione si pone come obiettivo quello di offrire, a 20 anni dall'introduzione di un sistema di protezione delle denominazioni di origine in Svizzera, uno scorcio trasversale della situazione per le filiere che gestiscono le 33 DOP e IGP svizzere registrate fino a questo momento dalla Confederazione.*



Associazione svizzera delle AOP-IGP



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra

Dipartimento federale dell'economia DFE  
Ufficio federale dell'agricoltura UFAG



agridea

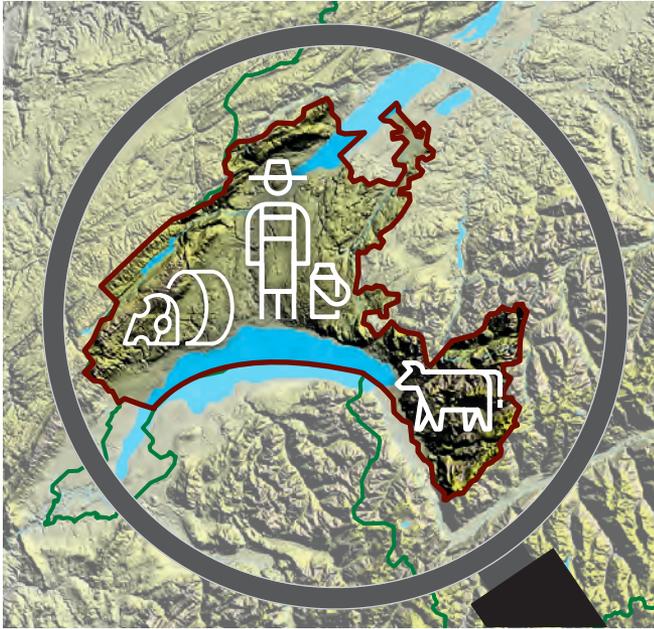
ENTWICKLUNG DER LANDWIRTSCHAFT UND DES LÄNDLICHEN RAUMS  
DÉVELOPPEMENT DE L'AGRICULTURE ET DE L'ESPACE RURAL  
SVILUPPO DELL'AGRICOLTURA E DELLE AREE RURALI  
DEVELOPING AGRICULTURE AND RURAL AREAS



## Le DOP e le IGP: come orientarsi?

*Le Denominazioni di origine protetta (DOP) e le Indicazioni geografiche protette (IGP) sono delle denominazioni riservate ai prodotti che presentano un forte legame con la regione geografica di origine e che sono elaborate da generazioni, secondo metodi tradizionali e con passione, da casari, macellai, panettieri, distillatori o altri artigiani. Queste due designazioni sono protette e gestite dalla Confederazione.*

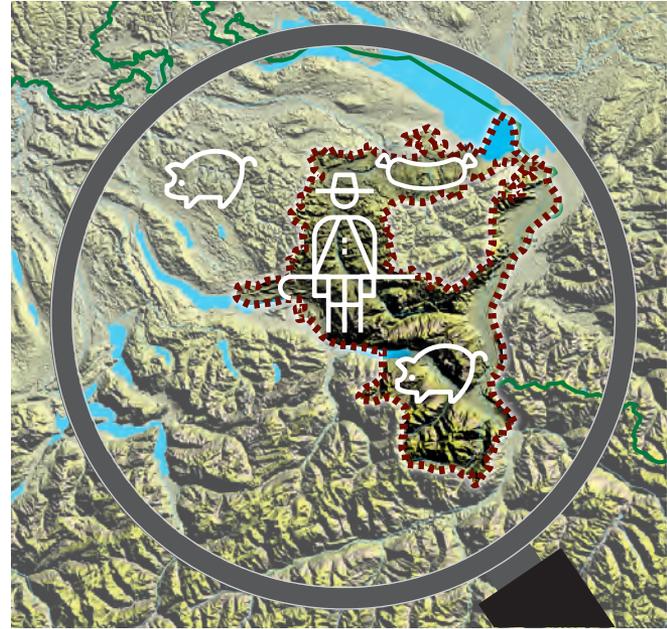
\* il concetto  
di DOP-IGP



### **DOP = Denominazione di origine protetta**

*Affinché un prodotto sia DOP, tutte le fasi produttive devono essere eseguite secondo una specifica artigianalità, in una regione geografica delimitata. La tipicità di tali prodotti è imputabile a fattori umani e naturali tipici della regione. Un esempio è costituito dalle DOP casearie svizzere, per le quali la produzione del latte, la trasformazione in formaggio e la stagionatura hanno luogo nella stessa area geografica.*

*La denominazione del prodotto è costituita in generale da un nome geografico (ad es. «Gruyère») o da un termine specifico seguito da un nome geografico (ad es. «Formaggio d'Alpe Ticinese»). Alcune denominazioni tradizionali provenienti da una regione specifica possono ugualmente essere registrate (ad es. «Tête de Moine, Fromage de Bellelay»).*



### **IGP = Indicazione geografica protetta**

*Per ottenere l'IGP, almeno una delle fasi del processo di produzione – di solito la fase di trasformazione – si deve svolgere nella regione geografica delimitata.*

*Le IGP attualmente registrate in Svizzera riguardano esclusivamente prodotti trasformati (soprattutto salumi) che si distinguono per l'artigianalità dei trasformatori.*

# \*il quadro normativo

La politica agricola svizzera si è dotata nel 1997 di una base legale che consente di emanare disposizioni sulle designazioni dei prodotti (Art. 14–16 della Legge sull'agricoltura LAgr, RS 910.1) al fine di garantire la credibilità delle designazioni stesse e promuovere la qualità e la commercializzazione dei prodotti agricoli e dei prodotti agricoli trasformati.

## **A oggi, le disposizioni sulla designazione dei prodotti agricoli regolate dalla Confederazione sono<sup>1</sup>:**

*Prodotti che sono fabbricati secondo determinati procedimenti*

**BIO**

*Prodotti provenienti da regioni di montagna*

**MONTAGNA e ALPE**

*Prodotti che si distinguono per la loro origine*

**DOP e IGP**

Secondo le normative vigenti già in altri paesi come ad esempio la Francia e l'Italia, la Svizzera ha adottato alcune disposizioni sulla designazione dei prodotti con caratteristiche legate all'origine (Articolo 16 della LAgr).

In conformità a quest'articolo, il Consiglio federale ha emanato l'ordinanza del 28 maggio 1997 sulla protezione delle denominazioni di origine e delle indicazioni geografiche dei prodotti agricoli, dei prodotti agricoli trasformati, dei prodotti della silvicoltura e dei prodotti trasformati della silvicoltura (Ordinanza sulle DOP e le IGP, RS 910.12). Tale ordinanza precisa quali tipi di denominazione possono essere registrati, il tipo di protezione della quale beneficiano, le modalità di registrazione e le esigenze di controllo.

<sup>1</sup> Queste designazioni possono essere impiegate contemporaneamente per uno stesso prodotto

## Perché un registro federale delle DOP e delle IGP?

*Il registro delle Denominazioni di origine (DOP) e delle Indicazioni geografiche (IGP), stabilito dal Consiglio federale in conformità all'articolo 16 della LAg, ha lo scopo di proteggere le denominazioni geografiche o tradizionali dei prodotti agricoli (ad eccezione del vino) la cui identità e le cui caratteristiche intrinseche sono strettamente legate all'origine. L'utilizzo di un nome protetto è appannaggio dei produttori situati nell'area geografica definita e che rispettano le indicazioni di un dettagliato elenco degli obblighi.*

### **Raggruppamento:**

*La registrazione di una DOP o di un'IGP dev'essere il risultato di un'iniziativa comune. Non è consentito utilizzare la DOP o l'IGP per imporre un metodo praticato da una minoranza. Perciò, è indispensabile che la maggioranza degli operatori non soltanto rientri nel raggruppamento, ma aderisca anche alle condizioni stabilite nell'elenco degli obblighi. Per raggruppamento, s'intende un'interprofessione, un'organizzazione di produttori o di categoria.*

### **Elenco degli obblighi:**

*L'elenco degli obblighi è l'elemento principale della domanda. Rappresenta il consenso raggiunto dagli operatori della filiera sulla definizione del prodotto (designazione del prodotto, area geografica di produzione, metodo di fabbricazione, tracciabilità, test sul prodotto finito, organismo di certificazione). Ha un ruolo di estrema importanza, poiché dal momento della registrazione in poi dovrà essere rispettato da chiunque desideri fregiarsi della denominazione. Descrive i parametri che i vari attori della filiera sono tenuti a osservare per ogni fase di fabbricazione del prodotto.*

### **Manuale di controllo:**

*Il manuale di controllo è parte integrante dell'elenco degli obblighi. Disciplina l'insieme dei controlli ai vari stadi della realizzazione di prodotti DOP o IGP e quelli per la certificazione. Specifica inoltre le sanzioni applicate in caso di mancato rispetto delle esigenze del documento (non conformità).*

*L'Ufficio federale dell'agricoltura si occupa di trattare le domande di registrazione per una DOP o IGP, di valutare la conformità alle esigenze così come sono definite nell'ordinanza, di tenere il registro delle denominazioni registrate e di sorvegliare gli organismi di certificazione.*

# \* le DOP-IGP svizzere nel 2017

Ordinanza  
DOP-IGP

1997 1998 1999 2000 2001 2002 2003 2004 2005 2006 2007 2008 2009



1



2



3



7



8



9



17



18



19



15



16



22



23



25



4



5



6



10



11



12



13



20



21



14



24

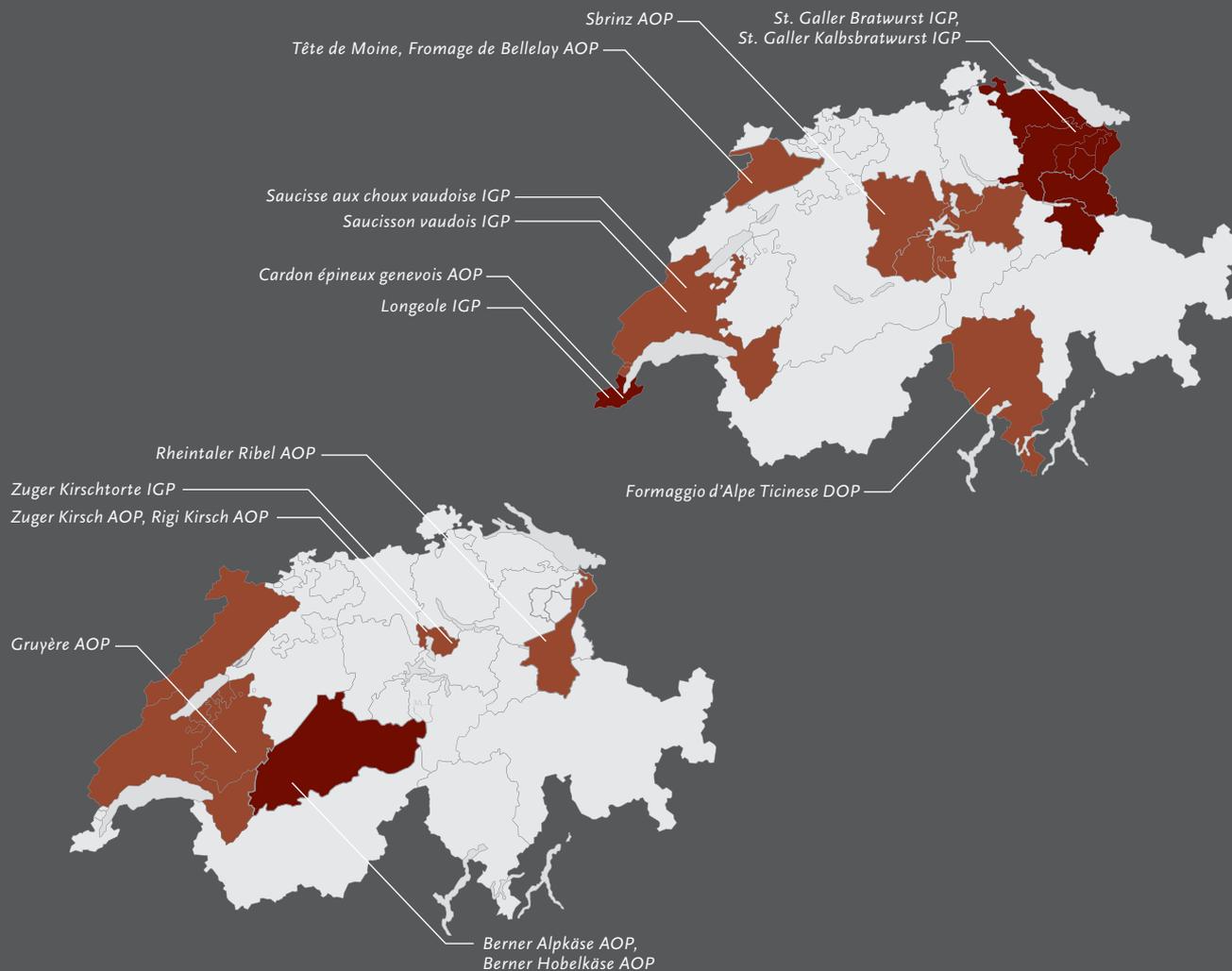
# In 20 anni, 33 prodotti registrati

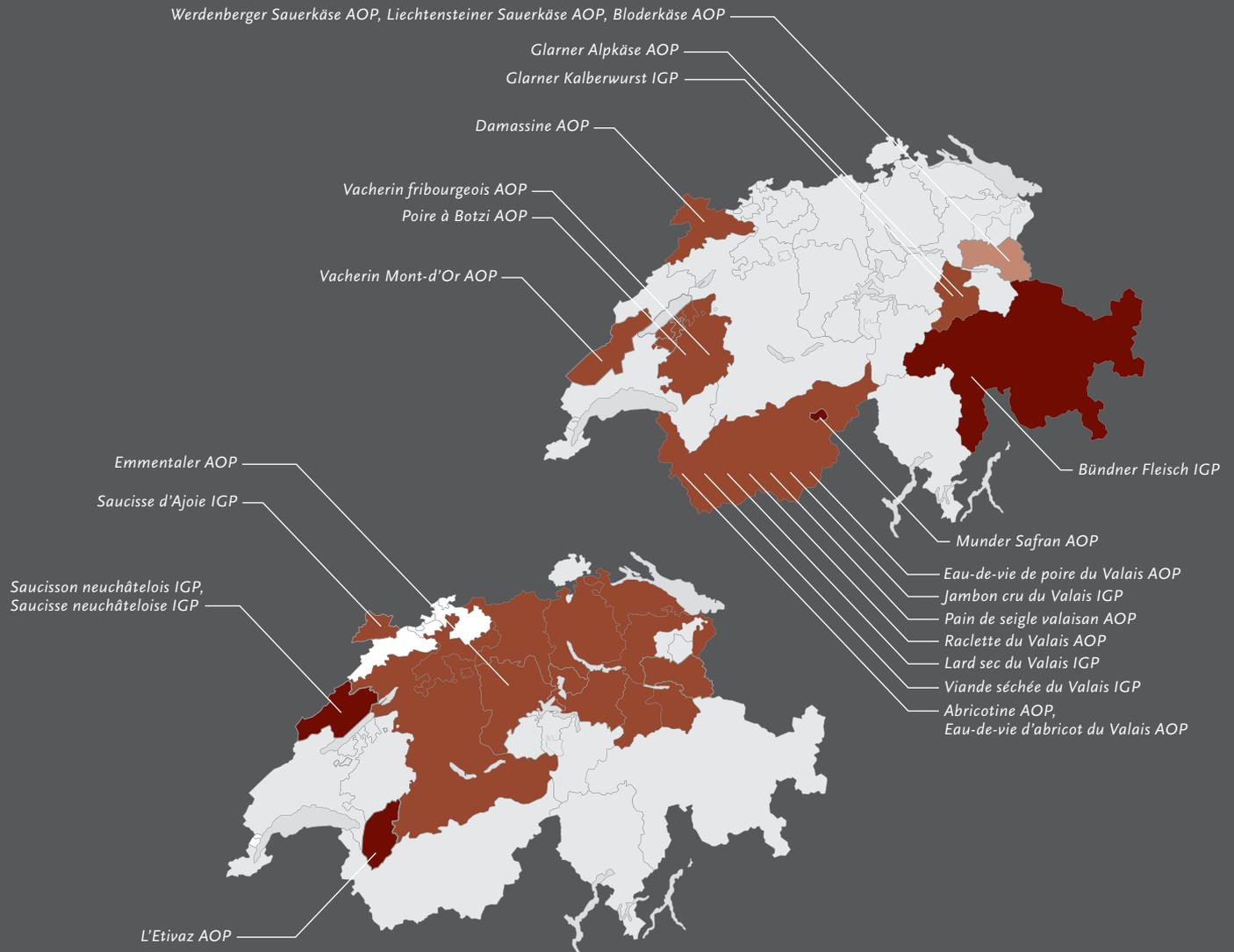


2010 2011 2012 2013 2014 2015 2016 2017

1. L'Étivaz AOP
2. Rheintaler Ribel AOP
3. Bündner Fleisch IGP
4. Tête de Moine, Fromage de Bellelay AOP
5. Gruyère AOP
6. Eau-de-vie de poire du Valais AOP
7. Sbrinz AOP
8. Formaggio d'Alpe Ticinese DOP
9. Saucisse d'Ajoie IGP
10. Abricotine AOP,  
Eau-de-vie d'abricot du Valais AOP
11. Viande séchée du Valais IGP
12. Vacherin Mont-d'Or AOP
13. Saucisson neuchâtelois IGP,  
Saucisse neuchâteloise IGP
14. Cardon épineux genevois AOP
15. Pain de seigle valaisan AOP
16. Munder Safran AOP
17. Berner Alpkäse AOP,  
Berner Hobelkäse AOP
18. Saucisse aux choux vaudoise IGP
19. Saucisson vaudois IGP
20. Vacherin fribourgeois AOP
21. Emmentaler AOP
22. Poire à Botzi AOP
23. Raclette du Valais AOP
24. St. Galler Bratwurst IGP,  
St. Galler Kalbsbratwurst IGP
25. Longeole IGP
26. Werdenberger Sauerkäse AOP, Liechtensteiner Sauerkäse AOP, Bloderkäse AOP
27. Damassine AOP
28. Glarner Kalberwurst IGP
29. Zuger Kirsch AOP, Rigi Kirsch AOP
30. Glarner Alpkäse AOP
31. Zuger Kirschtorte IGP
32. Jambon cru du Valais IGP
33. Lard sec du Valais IGP

# Le aree geografiche





## Gli indicatori chiave delle DOP e IGP svizzere (2016)



**33** prodotti certificati, di cui **21** DOP e **12** IGP



**29** gruppi di gestione collettiva riconosciuti



**8'350** produttori di materia prima



**1'661** trasformatori



**15'000** posti di lavoro a tempo pieno



**64'299** tonnellate di prodotti certificati



**30'415** tonnellate esportate



**890** milioni di CHF di fatturato all'uscita dall'unità di trasformazione



**1.56** miliardi di CHF di fatturato al consumo

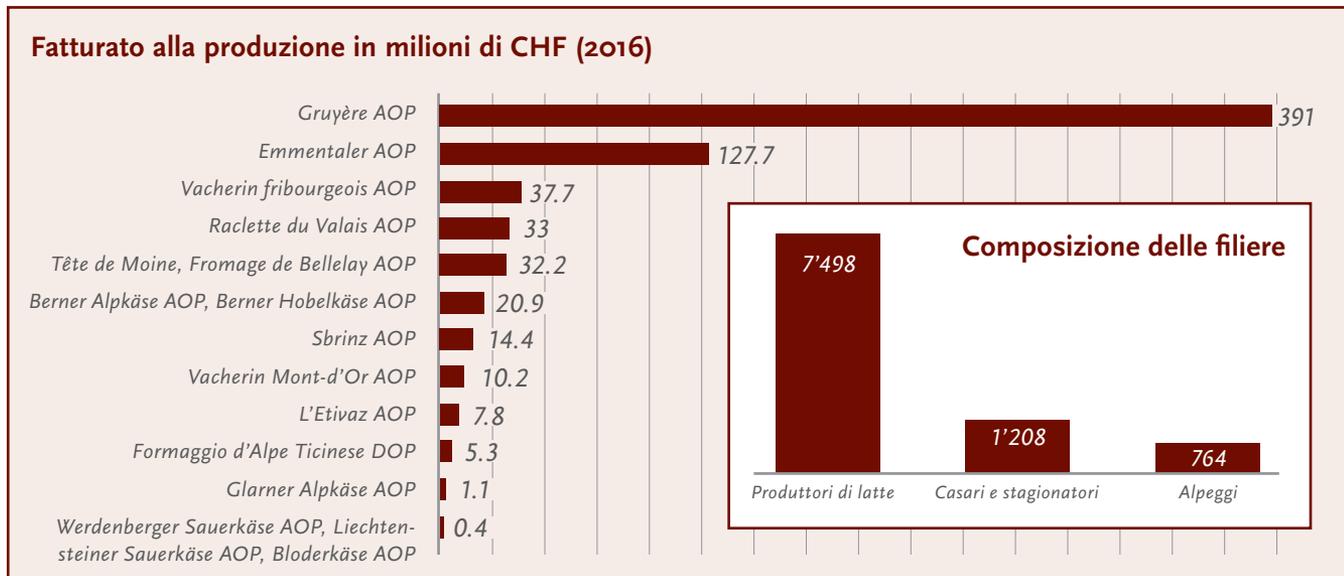


**2** organismi di certificazione accreditati, **26** chimici cantonali

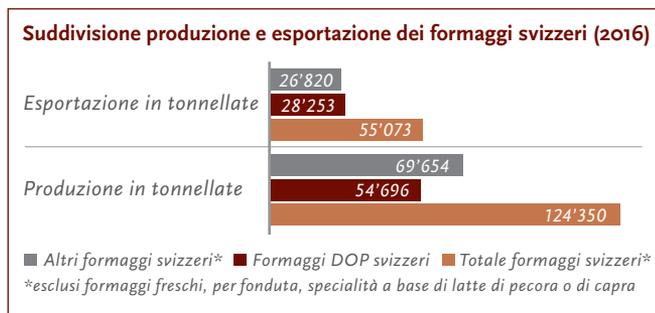


**8'300** aziende certificate DOP o IGP

# I formaggi (12 DOP)

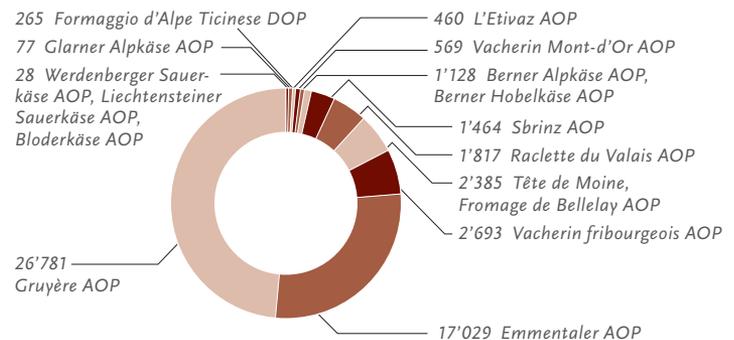


Nel 2016, il 36% dei produttori di latte su un totale di 20'987 (escluse le aziende di estivazione) hanno consegnato il proprio latte nelle filiere di formaggi DOP; sulla totalità di equivalente-latte trasformato in formaggio (41%), 21% è stato trasformato in formaggi DOP dal 75% dei caseifici e alpeggi censiti in Svizzera. (Fonte: TSM Fiduciaire Sàrl, Fromarte)

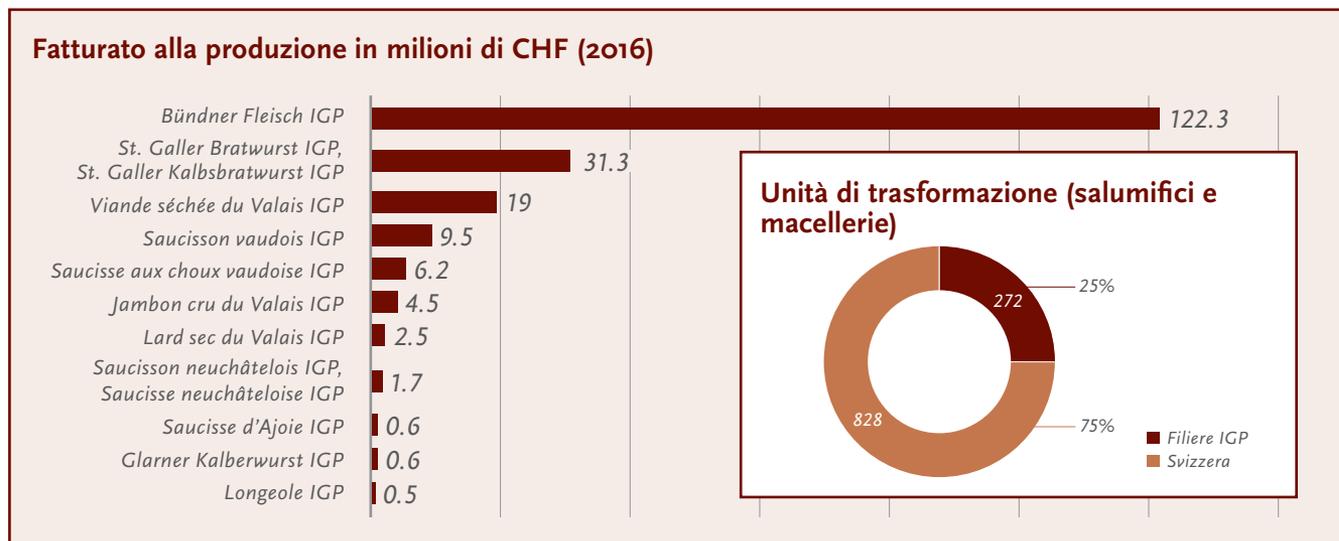


Nel 2016, la quantità di formaggi DOP rispetto alla totalità di formaggi svizzeri (esclusi formaggi freschi, per fonduta, specialità a base di latte di pecora o di capra) rappresentava il 44% della produzione totale e il 51% delle esportazioni. (Fonte: SCM et TSM Fiduciaire Sàrl)

## Volume della produzione in tonnellate (2016)



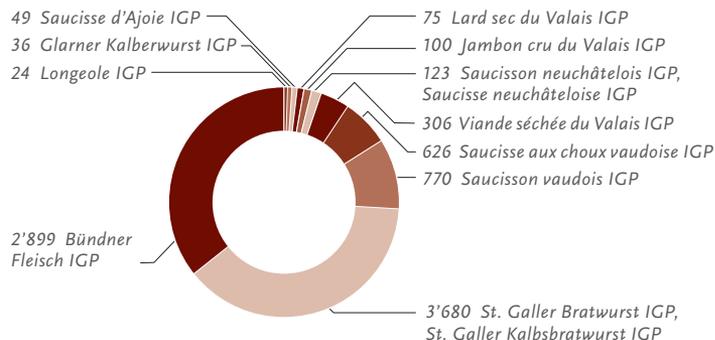
## I prodotti a base di carne (11 IGP)



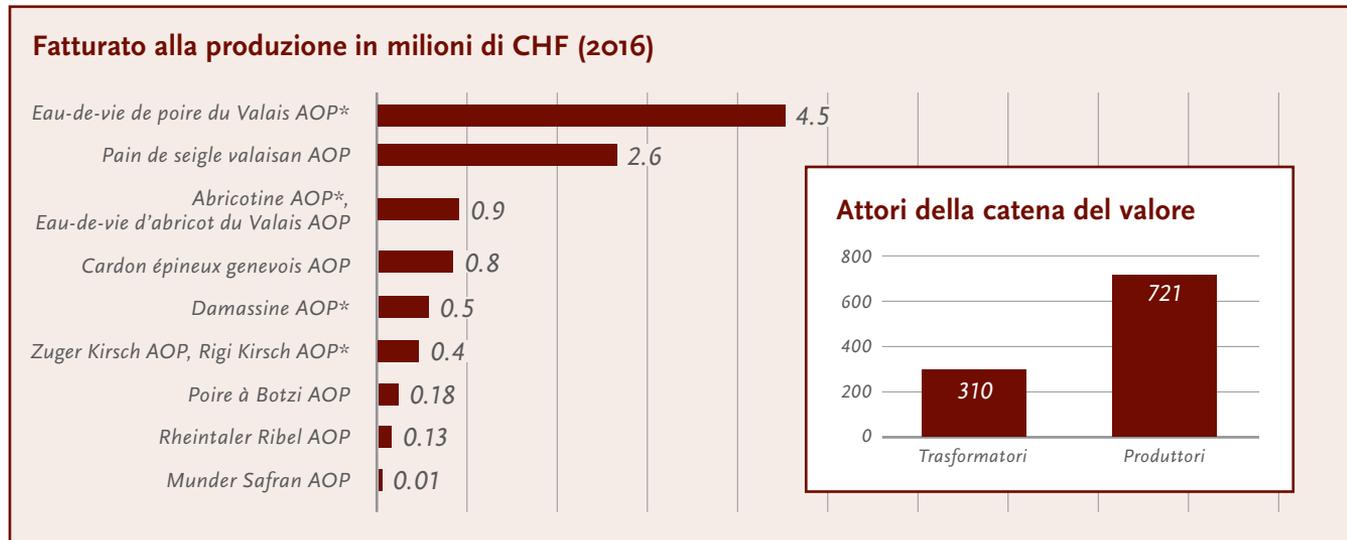
### Esportazioni in tonnellate (2016)

L'unico prodotto IGP con un volume di esportazione importante è la Carne secca dei Grigioni IGP. Nel 2016, 1'882 tonnellate di prodotto sono state esportate, soprattutto in Germania e Francia, contro le 1'017 tonnellate consumate in Svizzera. Il 65% della produzione totale è stato quindi esportato.

### Volume della produzione in tonnellate (2016)

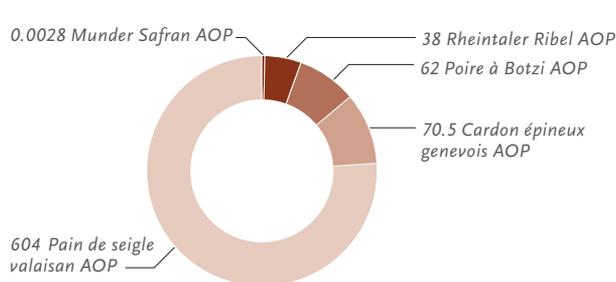


# Bevande spiritose e altri prodotti (9 DOP, 1 IGP)

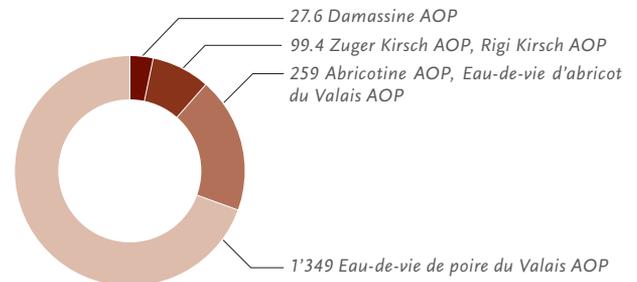


N.B. I dati della Zuger Kirschtorte IGP non sono disponibili \*(Ø 2014–2016)

## Volume di produzione degli altri prodotti in tonnellate (2016)



## Volume di produzione bevande spiritose in ettolitri (Ø 2014–2016)



# \* motivazioni, effetti e sfide

## Perché proteggere un prodotto con una DOP o IGP ?

*Elaborare un prodotto con una specificità legata all'origine richiede un'artigianalità particolare. Questo tipo di prodotti presentano una qualità e una tipicità che dipendono dall'origine; si tratta di prodotti senza tempo, che fanno parte della tradizione. Contrariamente all'idea che proteggere un prodotto attraverso una DOP o una IGP possa essere una scelta dettata principalmente da ragioni economiche, per gli agricoltori, gli artigiani e le aziende di trasformazione, le DOP e le IGP servono soprattutto a:*

- difendere e conservare un patrimonio regionale;
- lottare contro le imitazioni e altri abusi sia in Svizzera che all'estero, grazie alla protezione giuridica del nome;
- mantenere la coesione all'interno della filiera;
- distinguersi dai concorrenti;
- arginare la delocalizzazione;
- promuovere le vendite.

**«Grazie alla DOP, l'interprofessione mirava a poter sopravvivere in un mercato altamente competitivo e garantire allo stesso tempo ai produttori un prezzo e margini di guadagno accettabili.»**

*Hansueli Burri, ex-presidente dell'Interprofessione del Berner Alpkäse AOP, Berner Hobelkäse AOP (CasAlp)*

**«L'obiettivo dell'IGP era di evitare la delocalizzazione delle aziende di trasformazione e la perdita di valore aggiunto e di posti di lavoro a essa collegati.»**

*Urs Bolliger, responsabile dell'Interprofessione «St. Galler Bratwurst»*

**«Per noi, si trattava prima di tutto di proteggere e valorizzare la Longeole in quanto prodotto fortemente tipico della zona ginevrina, facente parte del patrimonio alimentare regionale.»**

*Claude Corvi, presidente della Comunità interprofessionale della Longeole*

**«Per noi, proteggere il Vacherin Mont d'Or con una DOP, significava soprattutto impedire che il prodotto diventasse industriale.»**

*Pascal Monneron, responsabile dell'Interprofessione del Vacherin Mont d'Or*

**«L'obiettivo, con la registrazione della Damassine AOP, era quello di mantenere questo patrimonio in mani regionali ed evitare la delocalizzazione.»**

*Victor Egger, membro del comitato dell'Associazione interprofessionale della Damassine*

## Perché una marca piuttosto che una DOP-IGP?

Alcune aziende o filiere hanno preferito una strategia di marca piuttosto che intraprendere la strada di una DOP o IGP. Una marca è un segno distintivo protetto legalmente, che identifica i prodotti e i servizi di un'impresa rispetto a quelli delle altre. A differenza di una DOP-IGP, che una volta registrata conferisce un diritto di uso collettivo, la marca fa riferimento al diritto privato e può essere depositata da una persona fisica, un'azienda o un raggruppamento. Un esempio è quello della filiera «Appenzeller», che ha registrato la marca individuale verbale «Appenzeller» allo scopo di proteggere il suo formaggio nel mondo intero.

Per il direttore dell'interprofessione «Appenzeller Käse GmbH», Christoph Holenstein, vi sono due principali motivi che giustificano questa scelta:

**«Con la nostra marca, abbiamo una migliore copertura su gran parte dei mercati internazionali, ovvero riusciamo a proteggere più efficacemente la nostra marca a livello internazionale. Grazie al nostro consulente di marca, incaricato di sorvegliare gli abusi che riguardano la nostra marca e il nostro slogan, stiamo sempre allerta e riusciamo a reagire rapidamente contro le usurpazioni. Inoltre, la gestione delle quantità è più semplice da controllare di quanto non lo sarebbe con una DOP. Diversamente da quanto avviene con il sistema della DOP, un produttore Appenzeller deve essere membro della nostra interprofessione oltre che rispettare l'elenco degli obblighi.»**

Per lo specialista di diritto dei marchi Lorenz Hirt, le principali differenze tra una marca e una DOP sono le seguenti:

**«Una pura strategia di marca può essere interessante nel momento in cui si pone l'accento sullo sviluppo di un prodotto, compresa la gestione delle quantità e dei canali di distribuzione. Si può raccomandare solo in caso di marche individuali forti. Quando si tratta di offrire a un segno collettivo una protezione efficace e duratura, una strategia DOP-IGP è più opportuna, dal momento in cui offre alla denominazione la maggior protezione possibile a livello nazionale, cosa che il diritto dei marchi non può garantire nemmeno ai marchi più conosciuti. La DOP e l'IGP costituiscono pertanto lo strumento legale più potente per proteggere un'indicazione geografica contro le imitazioni all'interno della Svizzera. Le DOP e le IGP sono inoltre riconosciute in tutta l'Unione Europea e in alcuni altri paesi, dove beneficiano di una protezione altrettanto forte.»**

## Quali risultati a distanza di diversi anni?

*I professionisti delle filiere DOP e IGP rilevano i principali effetti socioeconomici qui descritti per i prodotti protetti da una DOP o un'IGP:*

- salvaguardia o miglioramento della qualità;
- definizione del prodotto e difesa contro abusi e distorsioni;
- protezione contro l'uso improprio del nome;
- custodia dell'identità e del patrimonio regionale;
- trasmissione delle aziende regionali e dell'alpe;
- mantenimento dei prezzi alla produzione, trasformazione e consumo;
- mantenimento o aumento dei volumi di produzione;
- prezzi remunerativi e stabili per i produttori;
- accesso alla grande distribuzione e aumento delle vendite.

**«Il Saucisson vaudois IGP e la Saucisse aux choux IGP hanno potuto in pratica raddoppiare le vendite una volta ottenuta l'IGP, posizionando i prodotti nel settore della grande distribuzione senza essere costretti a un ribasso dei prezzi.»**

*Didier Blanc, Responsabile dell'Associazione Charcuterie vaudoise*

**«L'obiettivo principale, quello di ottenere una migliore protezione del prodotto contro le contraffazioni, è in gran parte stato raggiunto; esiste una limitata quantità di prodotti che si ispirano al particolare sistema di consumo della Tête de Moine.»**

*Olivier Isler, Responsabile dell'Interprofessione della Tête de Moine AOP*

**«Grazie alla DOP, sono state definite delle direttive di produzione ed è stato possibile proteggere un prodotto tradizionale che rischiava di scomparire.»**

*Heinz Trachsel, Responsabile della cooperativa casearia Glarona*

**«Grazie alla DOP, gli alpeggi più grandi hanno la possibilità di vendere il loro Formaggio d'Alpe Ticinese DOP a Migros e Coop.»**

*Renato Bontognali, Presidente della commissione di tassazione, membro del comitato della Società Ticinese di Economia Alpina (STEA)*

**«Grazie all'elenco degli obblighi e ai controlli, tutte le macellerie si sono allineate all'alto livello di qualità della salsiccia.»**

*Urs Kern, Presidente del «Glerner Metzgermeisterverein»*

**«La DOP ha permesso di aumentare le quantità prodotte e quelle esportate, mantenendo il prezzo pagato ai produttori e a tutta la filiera.»**

*Philippe Bardet, Direttore dell'Interprofessione del Gruyère*



*Il controllo sistematico dei produttori e dei trasformatori da parte degli organismi di certificazione, unito al controllo finale della qualità dei prodotti, hanno permesso, secondo varie filiere, di migliorare in generale la qualità dei prodotti DOP e IGP, preservando allo stesso tempo il loro carattere tradizionale e la diversità dei sapori. Le contraffazioni sono inoltre meno numerose nell'area geografica, sia in Svizzera sia all'estero.*

#### **Altri effetti delle DOP-IGP rilevati dalle filiere:**

##### **Creazione di valore nell'area geografica**

*I prodotti DOP-IGP generano valore aggiunto indotto nella regione anche per altri settori di attività, come quello delle costruzioni, la vendita di attrezzature o servizi agli agricoltori e alle unità di trasformazione.*

##### **Contributo al patrimonio gastronomico dell'area geografica**

*I prodotti DOP-IGP contribuiscono a rafforzare l'immagine gastronomica delle regioni interessate e sono una risorsa importante per la ristorazione e per le attività turistiche in generale. Alcuni cantoni giocano la carta di un portafoglio ampio di prodotti con un'indicazione geografica che possono essere facilmente associati gli uni agli altri.*

##### **Tutela degli spazi e contribuzione alla biodiversità**

*Il pascolo del bestiame contribuisce alla lotta contro l'avanzare delle zone incolte e della foresta, oltre che alla conservazione della biodiversità.*

## Le DOP e IGP tra traguardi e sfide!

### I professionisti delle filiere sono consapevoli dei punti di forza dell'iniziativa...

- *Sistemi di produzione che rispettano l'ambiente, l'uomo e gli animali, offrendo una grande ricchezza di sapori.*
- *Interprofessioni solide ed efficaci, che gestiscono le quantità e offrono così un prezzo stabile e remunerativo ai vari attori.*
- *Denominazioni riconosciute, con un posizionamento di alta gamma.*
- *Finanziamenti importanti, politici e commerciali.*
- *Un legame con altre tradizioni e usi di consumo locali.*
- *Una domanda crescente da parte dei consumatori di prodotti alimentari sostenibili e di qualità.*

### ...e delle sfide che li aspettano

- *Costruire relazioni commerciali stabili con la grande distribuzione: mantenere i prodotti DOP e IGP in assortimento e garantire un prezzo corretto, senza lasciarsi cannibalizzare dall'assortimento dei prodotti regionali con il marchio del distributore.*
- *Mantenere una buona coesione all'interno di ogni filiera DOP e IGP, nonostante le diversità che caratterizzano ogni azienda.*
- *Adattarsi all'evoluzione dei mercati all'esportazione.*
- *Mantenere un carattere distintivo rispetto ai prodotti concorrenti che non hanno la DOP o IGP, per non divenire sostituibili.*
- *Proporre soluzioni che si adattino ai nuovi usi di consumo come lo snacking e il convenience food e rispondere alle intolleranze alimentari, preservando allo stesso tempo le caratteristiche specifiche dei prodotti DOP e IGP.*
- *Garantire la formazione delle nuove generazioni e il futuro dei prodotti.*

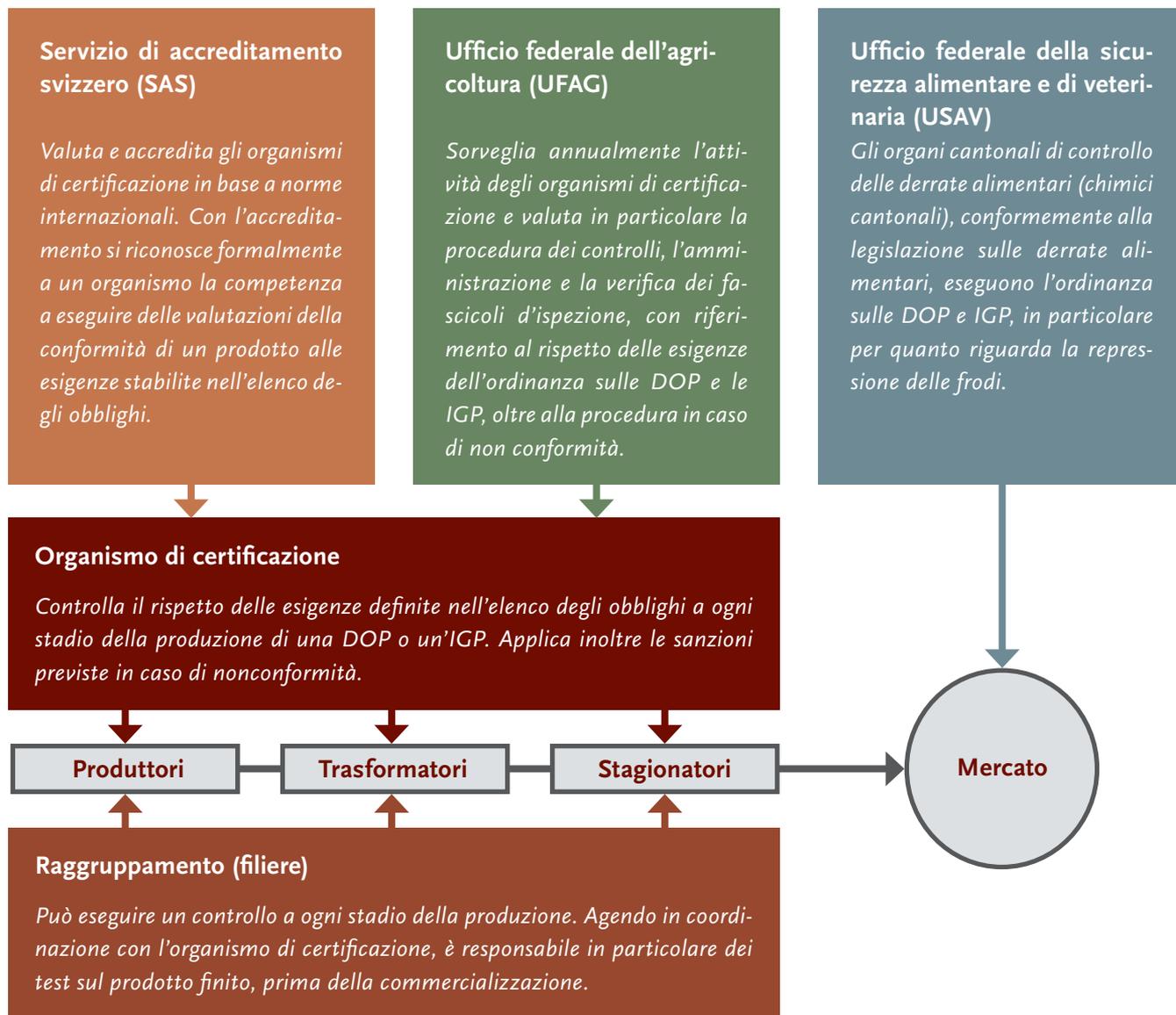
**«Agire per mantenere l'equilibrio»**

**tra i principi fondamentali delle DOP-IGP  
e le aspettative dei consumatori**



\* il sistema di controllo  
e di repressione  
delle frodi

## Chi fa cosa?

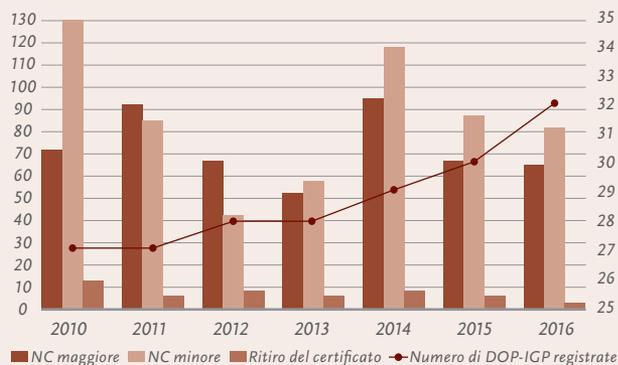


# Le cifre chiave

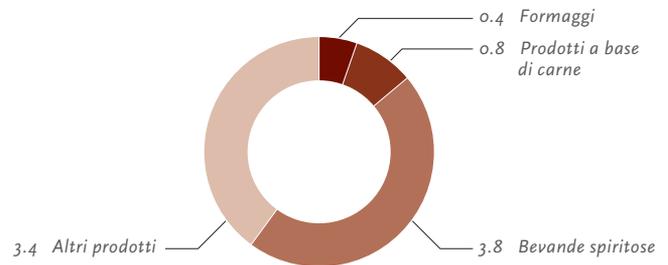
**Numero di aziende controllate in confronto al numero di aziende certificate, per categoria di prodotto (2016)**



**Evoluzione del numero di nonconformità (NC) tra il 2010 e il 2016**



**Investimenti in certificazione e controllo espressi in % sul fatturato alla produzione (2016)**

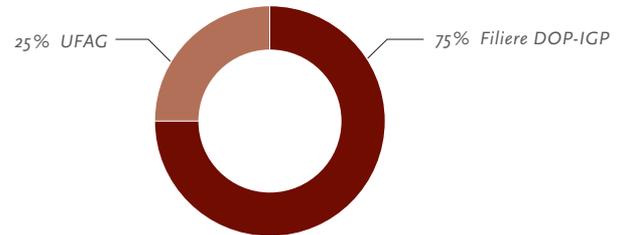




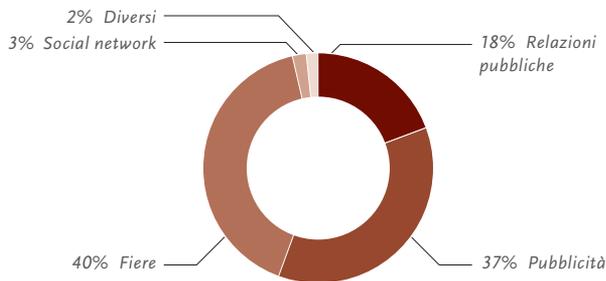
promozione e comunicazione

Nel 2016, gli investimenti in misure di promozione (fiere, pubblicità in TV, media, etc.) nel settore delle DOP e IGP sono state pari a 47'810'000 CHF, di cui 35'690'000 CHF provenienti dalle filiere (senza considerare gli investimenti individuali delle aziende) e 12'120'000 CHF attraverso le misure per la promozione delle vendite dell'Ufficio federale dell'agricoltura (UFAG).

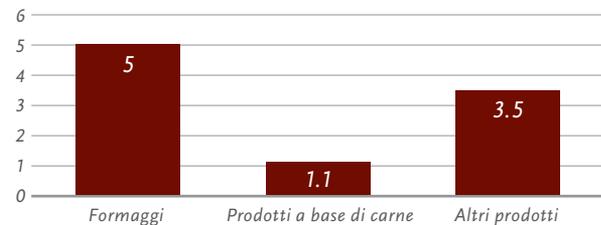
### Ripartizione degli investimenti promozionali tra filiere e UFAG



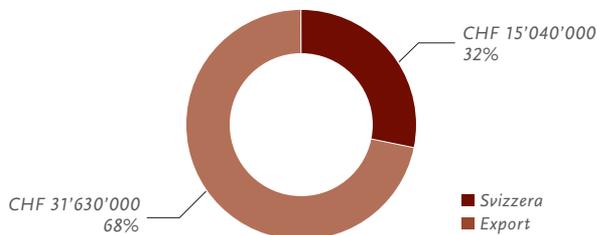
### Investimenti promozionali dell'Associazione svizzera delle AOP-IGP divisi secondo i vettori di comunicazione



### Investimenti promozionali sul fatturato alla produzione espressi in % per categoria di prodotti



### Investimenti promozionali in Svizzera e all'esportazione per i formaggi DOP



Mentre la parte di formaggi DOP esportati è pari al 52% sul totale, la parte di investimenti promozionali all'esportazione si eleva al 68%.

### Appuntamenti chiave dei prodotti DOP e IGP in Svizzera

- Cheese-Festivals (vari luoghi in Svizzera)
- Schlaraffia (Weinfelden)
- Slowfood Markets (Berna et Zurigo)
- Cucina e Tavola (Winterthur)
- Offa (San Gallo)
- Luga (Lucerna)
- BEA (Berna)
- Fête de la Tomate (Carouge)
- Settimana del Gusto (tutta la Svizzera)
- Gourmesse (Zurigo)
- Foire du Valais (Martigny)
- Züspa (Zurigo)
- Concorso Svizzero dei prodotti regionali (Courtemelon, anni dispari)
- Olma (San Gallo)
- Saperi e Saperi (Giubiasco)
- Feinmesse (Basilea)
- Les Automnales (Ginevra)
- Salon des Goûts et Terroirs (Bulle)

Oltre a queste manifestazioni, molte filiere organizzano anche eventi specifici legati ai loro prodotti. **Maggiori informazioni: [www.aop-igp.ch](http://www.aop-igp.ch)**

\*  
il punto di vista  
degli altri attori



# La grande distribuzione

## COOP

*«Per noi è importante che i prodotti regionali siano protetti in base all'origine e alla fabbricazione. Nonostante questo, per il momento non utilizziamo attivamente le denominazioni DOP e IGP. Abbiamo puntato chiaramente sul nostro label <La mia Terra>, che promuoviamo attivamente e che definisce la regionalità nel senso più stretto. Dal nostro punto di vista, il sistema delle DOP-IGP offre sicuramente alcuni vantaggi per i produttori, soprattutto per la commercializzazione all'estero. Tuttavia, nel nostro canale di distribuzione, le DOP-IGP non hanno, per il momento, un valore aggiunto ben definito rispetto al label <La mia Terra> e altri.»*

*Christian Rüttimann,  
Responsabile CM/acquisto bevande/prodotti speciali*

## MIGROS

*«Per il posizionamento dei prodotti, MIGROS dà priorità ai propri label e marchi (<Nostrani del Ticino>, Terra-suisse, M-Bio, etc.). Il posizionamento delle DOP e IGP varia da un prodotto all'altro. Le denominazioni di origine occupano un posto piuttosto secondario nella nostra strategia di comunicazione. Non si può comunque negare che, in quanto simboli di qualità della Confederazione, le denominazioni abbiano un impatto esterno diretto. Le DOP e le IGP puntano a obiettivi come lo sviluppo sostenibile e la competitività dell'agricoltura svizzera. Per i consumatori che attribuiscono importanza alla provenienza e soprattutto alla storia del prodotto, le DOP e le IGP garantiscono questi plusvalori.»*

*Jürg Maurer,  
Vice-capo della Direzione Politica economica*

## I consumatori

*«Estendere il sistema delle DOP-IGP ai prodotti diversi dai formaggi ha rappresentato un beneficio sia per i consumatori che per i produttori. Ha permesso, infatti, di conservare e dinamizzare alcuni prodotti, come la Longeole IGP o il Pain de seigle valaisan AOP. Le DOP-IGP svolgono un importante ruolo di contrappeso rispetto all'industrializzazione del gusto. Questi prodotti hanno caratteristiche tipiche, che gli conferiscono maggiori possibilità di posizionarsi sul mercato internazionale. La forza del sistema risiede nel fatto che i produttori e i trasformatori tirano la stessa corda, vi sono regole ben definite dagli attori del mercato e controlli. Cogliere le forze e i vantaggi del sistema per poterli comunicare ai consumatori è indispensabile, così come lo è chiarire cos'è una DOP o un'IGP. Bisogna rimanere vicini ai consumatori e conoscerne bene le aspettative, soprattutto in Svizzera tedesca. Il consumatore ricerca l'autenticità del prodotto, ma s'interessa soprattutto ai metodi di fabbricazione sostenibili. L'aspetto della sostenibilità è in questo momento il punto debole degli elenchi degli obblighi delle DOP-IGP, integrarlo è necessario. Le imitazioni sono anche un altro tema cui i consumatori sono sensibili, ed è un peccato che non esista per il momento un sistema antifrode soddisfacente.»*

*Barbara Pfenniger, Responsabile alimentazione alla Federazione romanda dei consumatori (FRC)*

## Le organizzazioni dei prodotti regionali

*«Il mutuo riconoscimento dei prodotti registrati come DOP e IGP tra Svizzera e Unione Europea ha costituito una tappa importante, che ha portato un grande valore aggiunto alla Svizzera. Le esigenze riguardanti la rappresentatività all'interno delle filiere sono particolarmente preziose, poiché impediscono che la domanda di registrazione sia spinta da interessi individuali. Rinforzare il profilo delle IGP è il prossimo passo, soprattutto per quanto riguarda le materie prime.»*

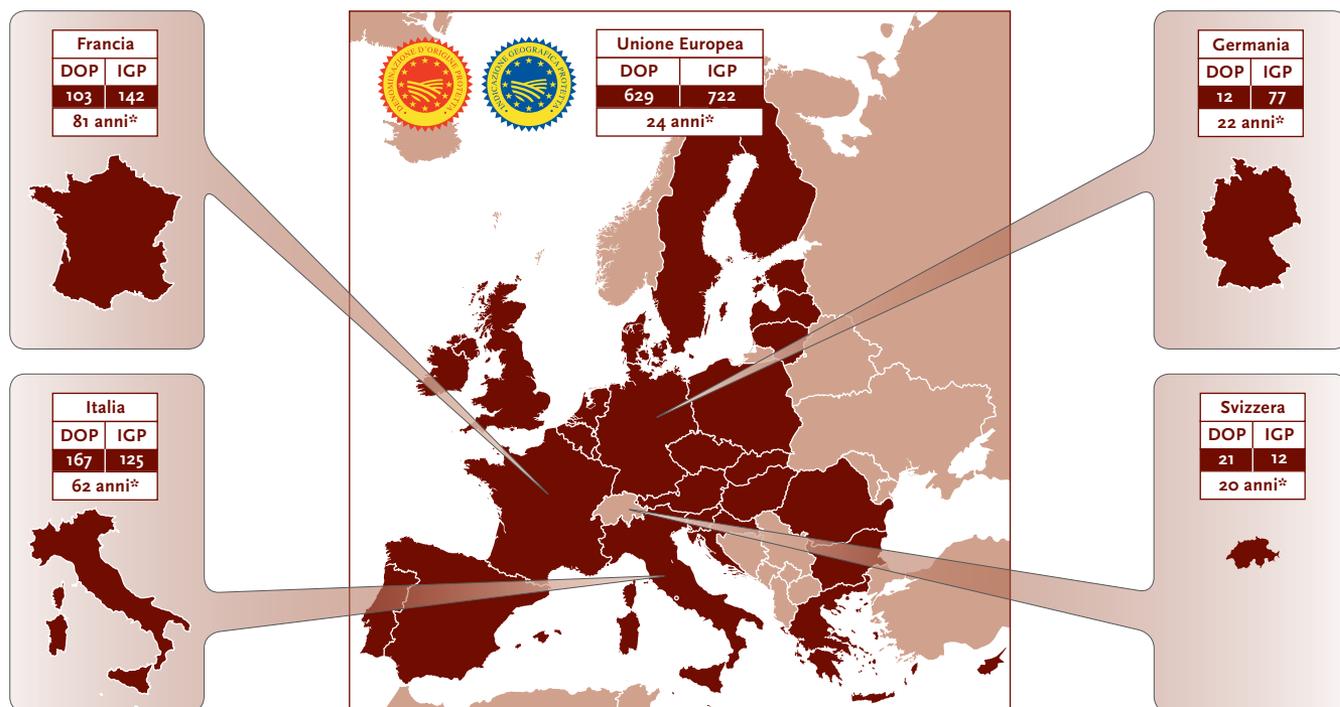
*Nadine Degen, Responsabile di «Das Beste der Region»*

*«Tra i principali punti di forza delle DOP-IGP, c'è sicuramente il fatto che si tratta di iniziative collettive che riuniscono tutti gli attori attivi nella filiera. Questo permette, fra le altre cose, una migliore visibilità dei prodotti. Per quanto riguarda le sfide, bisogna considerare i casi di imitazione e gli scandali alimentari con i quali le DOP-IGP, così come i marchi regionali, devono confrontarsi e che possono mettere a rischio la loro credibilità.»*

*Elisa Domeniconi, Responsabile «Pays Romand-Pays Gourmand»*



# \* le DOP-IGP nel contesto europeo



\*dall'entrata in vigore della regolamentazione

Numero di DOP e IGP, esclusi i vini e le bevande spiritose, tranne che per la Svizzera, dove il numero include anche le bevande spiritose

Grazie all'accordo tra Svizzera e Unione Europea sul mutuo riconoscimento delle DOP e delle IGP del 1 dicembre 2011, integrato come allegato 12 nell'accordo agricolo bilaterale del 1999, le DOP e le IGP dei due paesi sono reciprocamente riconosciute e protette. La sola eccezione è costituita dall'Emmentaler AOP, che l'UE considera una denominazione generica. Le bevande spiritose beneficiano dello stesso mutuo riconoscimento, ma tramite l'allegato 8.

## Autorità incaricate delle DOP-IGP e regolamenti

Unione Europea	Francia	Italia	Germania	Svizzera
<b>Commissione europea: Agricoltura e Sviluppo rurale</b>	<b>Istituto nazionale dell'origine e della qualità (INAO)</b>	<b>Ministero delle politiche agricole, alimentari e forestiere (Mipaaf)</b>	<b>Ministero federale della giustizia e della Protezione del consumatore (BMJV)</b>	<b>Ufficio federale dell'agricoltura (UFAG)</b>
Regolamento CEE n° 2081/92 del Consiglio, del 14 luglio 1992, relativo alla protezione delle indicazioni geografiche e delle denominazioni di origine dei prodotti agricoli e delle derrate alimentari	Decreto legge del 1935 e Codice rurale e della pesca marittima, articoli dal R.641-1 al R.641-10	Legge n° 125 del 10 aprile 1954 stabilisce la base legale per l'attribuzione e la protezione delle denominazioni di origine o tipiche per i formaggi; legge n° 169 del 1992 sulla protezione dell'origine per gli olii d'oliva	Legge sulle marche del 25 ottobre 1994	Ordinanza del 28 maggio 1997 riguardo la protezione delle denominazioni di origine e delle indicazioni geografiche dei prodotti agricoli, dei prodotti agricoli trasformati, dei prodotti silvicoli e dei prodotti silvicoli trasformati

## Base dati dei prodotti DOP-IGP

Unione Europea	Francia	Italia	Germania	Svizzera
<b>DOOR</b>	<b>INAO</b>	<b>Mipaaf</b>	<b>DOOR</b>	<b>UFAG</b>
<a href="http://www.ec.europa.eu/agriculture/quality/door/list.html">www.ec.europa.eu/agriculture/quality/door/list.html</a>	<a href="http://www.inao.gouv.fr/Les-signes-officiels-de-la-qualite-et-de-l-origine-SIQO">www.inao.gouv.fr/Les-signes-officiels-de-la-qualite-et-de-l-origine-SIQO</a>	<a href="http://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/309">www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/309</a>	<a href="http://www.ec.europa.eu/agriculture/quality/door/list.html">www.ec.europa.eu/agriculture/quality/door/list.html</a>	<a href="http://www.blw.admin.ch/blw/it/home/instrumente/kennzeichnung/ursprungsbezeichnungen-und-geografische-angaben.html">www.blw.admin.ch/blw/it/home/instrumente/kennzeichnung/ursprungsbezeichnungen-und-geografische-angaben.html</a>

**oriGIn ([www.origin-gi.com](http://www.origin-gi.com)):** Rete di cooperazione che difende gli interessi e promuove le indicazioni geografiche a livello mondiale. Gestisce una base dati che include circa 8'000 indicazioni geografiche da tutto il mondo ([www.origin-gi.com/i-gi-origin-worldwide-gi-compilation-uk.html](http://www.origin-gi.com/i-gi-origin-worldwide-gi-compilation-uk.html)).

## Impressum

<b>Pubblicazione</b>	Novembre 2017
<b>Tiraggio</b>	8'500 copie; 5000 d, 3000 f, 500 i
<b>Editore</b>	Associazione svizzera delle AOP-IGP
<b>Studi</b>	AGRIDEA
<b>Redazione</b>	Astrid Gerz, Magali Estève, Sophie Réviron (AGRIDEA) Alain Farine (Associazione svizzera delle AOP-IGP) Paolo Degiorgi (UFAG)
<b>Grafica</b>	Thomas Zbinden, tomydesign, Biel/Bienne
<b>Stampa</b>	Länggass Druck AG Bern
<b>Indirizzo</b>	Associazione svizzera delle AOP-IGP, Belpstrasse 26, 3007 Bern, info@aop-igp.ch, www.aop-igp.ch, www.facebook.com/aopigp telefono 031 381 49 53, info@aop-igp.ch



Associazione svizzera delle AOP-IGP



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra

Dipartimento federale dell'economia DFE  
Ufficio federale dell'agricoltura UFAG



ENTWICKLUNG DER LANDWIRTSCHAFT UND DES LÄNDLICHEN RAUMS  
DEVELOPPEMENT DE L'AGRICULTURE ET DE L'ESPACE RURAL  
SVILUPPO DELL'AGRICOLTURA E DELLE AREE RURALI  
DEVELOPING AGRICULTURE AND RURAL AREAS

[www.aop-igp.ch](http://www.aop-igp.ch)

[www.blw.admin.ch](http://www.blw.admin.ch)

[www.agridea.ch](http://www.agridea.ch)