

Bruxelles, 28 agosto 2003

Discussioni all'Organizzazione mondiale del commercio (WTO): l'UE rilancia l'idea di una migliore protezione dei prodotti regionali di qualità

Gli Stati membri dell'UE hanno stilato un breve elenco di 41 prodotti regionali di qualità dell'UE, i cui nomi vuole recuperare. Tale elenco sarà discusso ai negoziati agricoli nel quadro dell'Agenda di sviluppo di Doha. L'elenco di oggi contiene prodotti europei di comprovata qualità, delle cui denominazioni è stato fatto abuso, come il formaggio Roquefort, il prosciutto di Parma o i vini della regione Rioja. Per prevenire che le indicazioni geografiche attualmente non costituenti oggetto di abuso siano usurate in futuro, l'UE sta anche negoziando la stesura di un registro multilaterale delle indicazioni geografiche e l'estensione della protezione prevista per i vini e gli alcolici a prodotti diversi da vini e alcolici.

“Sono lieto che gli Stati membri abbiano preparato questo elenco. Insieme ai nostri alleati, l'UE si adopererà al massimo per ottenere ai negoziati della WTO una migliore protezione dei prodotti regionali di qualità: dal formaggio Roquefort dell'Europa al tè Darjeeling dell'India, dal caffè Antigua del Guatemala all'olio Argan del Marocco. Non si tratta di protezionismo, ma di equità. È inaccettabile che l'UE non possa vendere il suo genuino prosciutto di Parma italiano in Canada perché il marchio “Parma Ham” è riservato a un prosciutto prodotto in Canada”, ha dichiarato il commissario Franz Fischler.

“Le indicazioni geografiche offrono la migliore protezione ai prodotti di qualità commercializzati facendo valere la loro origine e reputazione e altre caratteristiche speciali legate a tale origine. Esse compensano l'investimento nella qualità effettuato dai nostri produttori. Gli abusi nei paesi terzi danneggiano la reputazione dei prodotti dell'UE e creano confusione tra i consumatori. Vogliamo porre termine a questa situazione per la maggior parte dei prodotti oggetto di usurpazione a livello mondiale”, ha aggiunto il commissario UE preposto al Commercio, Pascal Lamy.

I negoziati della WTO sulle indicazioni geografiche si concentrano su tre aspetti principali:

- istituzione di un registro multilaterale delle indicazioni geografiche (*Trade Related International Property* - TRIP);
- estensione della protezione prevista per i vini e gli alcolici a prodotti diversi (TRIP);
- recupero di alcune indicazioni geografiche dell'UE le cui denominazioni sono usurate in tutto il mondo (Agricoltura).

L'UE e paesi come India, Thailandia, Kenya, Svizzera, Turchia e diversi paesi dell'Europa orientale come Polonia e Ungheria, sostengono un rafforzamento della protezione delle indicazioni geografiche ai negoziati della WTO. Alcuni di essi hanno presentato proposte specifiche in sede di WTO.

Perché le indicazioni geografiche sono importanti – non soltanto per l'UE

È nell'interesse generale garantire che la denominazione di prodotti di esportazione la cui reputazione e/o caratteristiche e qualità sono legate alla loro specifica origine geografica, a causa del particolare ambiente geografico intrinsecamente legato a fattori naturali e/o umani, non sia indebitamente usata da altri produttori in altre parti del mondo. Per questo motivo, l'UE si adopererà attivamente onde ottenere regole più severe che proteggano i prodotti di alta qualità e regionali. Siamo fiduciosi che altri paesi esportatori con interessi analoghi sosterranno questa posizione. L'UE sostiene che la domanda dei consumatori di prodotti specifici provenienti da determinate regioni offra valide opportunità commerciali ai produttori di tutto il mondo. Affinché sia i produttori che i consumatori ottengano un trattamento equo, questi prodotti devono essere protetti dall'usurpazione.

Un elemento essenziale del valore di molti prodotti agricoli è il loro stretto legame con il territorio di produzione che è espresso nelle indicazioni geografiche. Citiamo a titolo di esempio: il prosciutto di Parma italiano, il formaggio Roquefort francese, il tè Darjeeling dell'India, il tè di Ceylon dello Sri Lanka, il caffè Antigua del Guatemala, l'olio Argan del Marocco o il formaggio svizzero Etivaz. Senza protezione, il valore di tali prodotti è gravemente danneggiato.

Per porre rimedio a questa situazione, nel gennaio 2003 l'UE ha proposto che sia stabilito un breve elenco di denominazioni attualmente usate da produttori diversi dai titolari dei diritti nel paese di origine onde vietarne l'uso. Secondo la Commissione è ora giunto il momento di precisare dettagliatamente le denominazioni che l'UE vuole includere nell'elenco, in modo che i membri della WTO possano avere una discussione più mirata su questo aspetto e i negoziati procedano.

Le denominazioni che l'UE intende tutelare sono riportate in allegato. Esse sono incluse nell'apposito registro UE e sono state selezionate in base al fatto che, in molti paesi terzi, si sostiene che esse siano termini generici e/o siano state registrate come marchi dai produttori locali. È stata conferita una particolare attenzione ai paesi terzi dove questo tipo di abuso è stato osservato con maggiore frequenza e che rappresentano i mercati di sbocco più importanti per questi prodotti.

Esiste una grande differenza con marchi e articoli di marca: il nesso con il territorio. I marchi possono essere venduti e delocalizzati. Ciò non è possibile con l'indicazione geografica. Il marchio è un diritto individuale esclusivo. L'indicazione geografica è accessibile a qualsiasi produttore della località o regione interessata.

Le indicazioni geografiche rafforzano la competitività. In Europa costituiscono uno strumento strategico per lo sviluppo dell'agricoltura e ciò può valere anche a livello internazionale, laddove esse contribuiscono allo sviluppo economico, soprattutto per le materie prime scambiate a livello mondiale. Il caso del caffè è significativo. Gli scambi internazionali di caffè sono praticamente liberalizzati, ma un eccesso di produzione ha portato a un crollo dei prezzi a livello mondiale. Soltanto il caffè di una data origine geografica può spuntare prezzi più elevati. Questa esperienza mostra che le indicazioni geografiche o simili iniziative promuovono la qualità anziché la quantità.

Per maggiori informazioni sulle indicazioni geografiche consultare i siti seguenti:

http://europa.eu.int/comm/agriculture/foodqual/quali1_it.htm

http://europa.eu.int/comm/trade/issues/sectoral/intell_property/argu_en.htm

Tutte le proposte della CE concernenti le indicazioni geografiche (sul registro multilaterale e sull'estensione) sono inoltre disponibili all'indirizzo seguente:

http://europa.eu.int/comm/trade/issues/sectoral/intell_property/wto_nego/index_en.htm

Indicazioni geografiche con origine nelle Comunità Europee^{1 2}

Vini e Alcolici

Beaujolais
Bordeaux
Bourgogne
Chablis
Champagne
Chianti
Cognac
Grappa di Barolo, del Piemonte, di Lombardia, del Trentino,
del Friuli, del Veneto, dell'Alto Adige
Graves
Liebfrau(en)milch
Malaga
Marsala
Madeira
Médoc
Moselle
Ouzo
Porto
Rhin
Rioja
Saint-Emilion
Sauternes
Jerez, Xerez

Altri prodotti

Asiago
Azafrán de la Mancha
Comté
Feta
Fontina
Gorgonzola
Grana Padano
Jijona y Turrón de Alicante
Manchego
Mortadella Bologna
Mozzarella di Bufala Campana
Parmigiano Reggiano
Pecorino Romano
Prosciutto di Parma
Prosciutto di San Daniele
Prosciutto Toscano
Queijo São Jorge
Reblochon
Roquefort

¹ Conformemente alla proposta di modalità della CE, la protezione proposta copre anche le traduzioni, come "Burgundy", "Champaña", "Coñac", "Port", "Sherry", "Parmesan/o", "Parma ham", ecc. nonché traslitterazioni in altri alfabeti, come "КОГЬЯК" per Cognac.

² La presente lista sarà completato con le indicazioni geografiche che hanno origine nei paesi aderenti (alla UE).