



**L'ESPERIENZA  
PARMIGIANO REGGIANO**

**italiaintesta**

*23 Novembre*

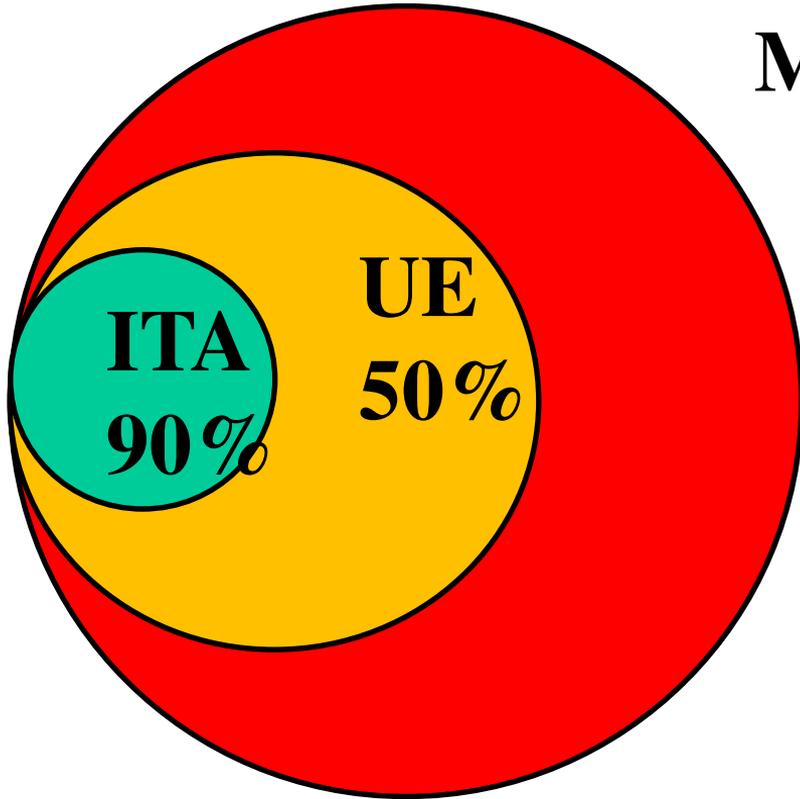
# TEMI DI DISCUSSIONE

**1.OLTRE LA «CONTRAFFAZIONE»:**

**1.IL RUOLO PUBBLICO PER DOP e IGP**

**1.L'OPPORTUNITA' «RISTORAZIONE»**

# LA MAPPA DELLA TUTELA



**MONDO**

**10%**

**Misurazione  
dell'efficacia  
aggregata**

# PARMESAN FORMAGGIO «GENERICO»?

Survey Usa 2015

•Parmesan è un formaggio  
tipico di una specifica area  
o Paese?:

**SI**  
**66%**



Di cui  
**ITALIA**  
**90%**

**Se per i consumatori USA fosse un termine  
generico non verrebbe associato ad una specifica  
origine geografica**

# PARMESAN E SEGNI DISTINTIVI



A

Qual'è il Paese di origine del «parmesan» mostrato nella foto?

(prima A poi B)  
*Entrambe i prodotti di produttori Usa*



B

# PARMESAN E SEGNI DISTINTIVI

A	B
38%	67%
52%	22%
10%	11%

**I risultati dimostrano che l'uso dei segni distintivi evocativi dell'Italia, producono un effetto ingannevole sulla percezione del consumatore**

# MONDO: LE PRATICHE INGANNEVOLI

Le pratiche ingannevoli (legalmente non  
«contraffazioni»)

Determinano danno sui produttori

Ma prima ancora sono un danno per i

«consumatori»



Quindi dalla tutela di un interesse di un Paese terzo,  
si passa alla tutela di un diritto interno al  
Paese/mercato

- **Dare maggiore efficacia all'Ex-officio**
- **Sostegno alle azioni legali a tutela delle denominazioni registrate**

# ITALIA, ... UE, ... MONDO

**Gran parte dei menù che indicano  
Parmigiano Reggiano (o parmesan ....)**

**Norme Nazionali e Comunitarie per rafforzare la tutela negli esercizi  
di ristorazione (esperienza olio extra-vergine)**

**Non solo repressione ma anche promozione (i prodotti di qualità  
possono incrementare il calore economico delle imprese di  
ristorazione!)**

# CONCLUSIONI

## 1.OLTRE LA «CONTRAFFAZIONE»:

- Coinvolgere le organizzazioni dei consumatori nei mercati oggetto di «sounding» e pratiche ingannevoli

## 1.IL RUOLO PUBBLICO PER DOP e IGP:

- Strumenti evoluti per il sostegno della tutela legale diretta
  - Contributi diretti in tutela legale (prima che promozione)
  - Servizio di legal-advice pubblico in chiave UE e Internazionale

## 1.LA «RISTORAZIONE»:

- Veicolo futuro di «LEGALITA'» agroalimentare