



# Il nuovo pacchetto qualità: Innovazioni normative tra criticità e opportunità

11 febbraio 2025 – Accademia dei Georgofili – Firenze

Laura Carrara

*Il mercato ed il nuovo ruolo dei Gruppi di produttori*

## ABSTRACT

Il nuovo Regolamento sulle Indicazioni Geografiche (IG) rafforza il ruolo dei gruppi di produttori agroalimentari, attribuendo loro una funzione poliedrica e di "governance". Ciò implica la capacità di prendere decisioni strategiche per proteggere la posizione dei produttori di IG, ivi incluse la gestione della qualità, la difesa del valore del prodotto e la protezione contro pratiche dannose. Tra i poteri conferiti dalla normativa in commento, spicca la possibilità di interferire sui prezzi, adottare misure per promuovere i prodotti e contrastare pratiche che ne riducono il valore.

Tuttavia, emergono criticità legate alla mancanza di criteri chiari per definire il concetto di "svalorizzazione" e come i consorzi possano intervenire nella regolazione dei prezzi con la possibilità anche di porsi in conflitto con le normative antitrust. In tal contesto, infatti, un'applicazione troppo rigida delle regole da ultimo introdotte rischia di allontanare i grandi distributori dalla vendita/promozione delle IG e, conseguentemente, di danneggiare i consorziati e le stesse IG.

Pertanto, pur essendo legittimi gli obiettivi di protezione della qualità e della reputazione del prodotto, è essenziale che non vengano compromesse le dinamiche concorrenziali del mercato. Di qui, la necessità di porsi interrogativi sui limiti di legittimità delle pratiche di ingerenza dei consorzi nell'attività economica altrui, sulla definizione di pratiche e/o prezzi "svalutativi" e sui mezzi coercitivi che i consorzi possono applicare nei confronti di soggetti esterni.

\* \* \* \* \*

The new Regulation on Geographical Indications (GIs) strengthens the role of agri-food producer groups by assigning them a multifaceted function of "governance." This entails the ability to make strategic decisions to protect the position of GI producers, including quality management, defence of product value, and protection against harmful practices. Among the powers conferred by the regulation, the ability to influence prices, adopt measures to promote products, and counteract practices that diminish their value stands out.

However, there are critical issues regarding the lack of clear criteria for defining the concept of "devaluation" and how consortia can intervene in price regulation, potentially leading to conflicts with antitrust regulations. In this context, an overly rigid application of the recently introduced rules risks distancing major distributors from selling/promoting GIs and, consequently, damaging both the consortium members and the GIs themselves.

Therefore, while the objectives of protecting quality and product reputation are legitimate, it is essential that market competition dynamics are not compromised. This raises the need to question the limits of legitimacy concerning the interventionist practices of consortia in the economic activities of others, the definition of "devaluing" practices and/or prices, and the coercive measures consortia may apply to external parties.