

# I prodotti di qualità dell'Alto Adige

## Quadro generale

La denominazione “Prodotti di qualità dell’Alto Adige” è una **denominazione collettiva** riferita a un **sigillo di origine e di qualità** dei **prodotti agroalimentari**.

Comprende:

### Prodotti con una denominazione di origine europea

- Vini Alto Adige DOC (DOC = Denominazione di origine controllata)
- Speck Alto Adige IGP (IGP = Indicazione geografica protetta)
- Mela Alto Adige IGP (IGP = Indicazione geografica protetta)
- formaggio Stelvio DOP (DOP = Denominazione di origine protetta)



La **denominazione di origine europea** e i **loghi di qualità UE** sono stati introdotti da un apposito regolamento dell’Unione Europea e sono disciplinati dalla **Commissione Europea**.

([https://ec.europa.eu/agriculture/quality/schemes\\_it](https://ec.europa.eu/agriculture/quality/schemes_it))

### Prodotti con il marchio di qualità Alto Adige

- Latte e latticini
- Pane e specialità da forno
- Grappa
- Verdure (patata, cavolfiore, asparago, barbabietola rossa, lattuga Iceberg, cavolo cappuccio, crauti, crauti di rapa e cappuccio rosso cotto)
- Piccoli frutti (fragole, lamponi)
- Frutti con nocciolo (ciliegie dolci, albicocche)
- Prodotti da frutta (succhi di frutta, aceto di frutta, pezzi di mela freschi, frutta essiccata, confetture, frutta da spalmare)
- Miele
- Erbe aromatiche e spezie
- Carne (carne bovina, carne suina)
- Uova da allevamento all’aperto
- Birra



Il **marchio di qualità Alto Adige** è stato introdotto nel **dicembre 2005** con la **legge provinciale n. 12** ed è disciplinato dall’**Amministrazione provinciale**. ([https://www.marchioombrello-altoadige.it/marchio\\_ombrello#d385](https://www.marchioombrello-altoadige.it/marchio_ombrello#d385))

## Storia

Nel settore alimentare il nome “**Alto Adige**” è già da molto tempo sinonimo di **alta qualità**.

Questa **immagine positiva** è basata sul ricorso a **processi di produzione** naturali e secolari, tramandati fino a oggi, da un lato e dall’altro è la conseguenza di **attività pluriennali, serie e coerenti, di controlli e di promozione** che la Provincia autonoma di Bolzano ha svolto, e svolge tuttora, in collaborazione con la Camera di commercio di Bolzano, dal 2007 con EOS e dal 2016 con IDM Alto Adige.

Il **presupposto giuridico** per l’utilizzo in campo alimentare della denominazione “Alto Adige” è stato creato **nel 1976** con l’introduzione di un sigillo di qualità dei prodotti locali, il “**marchio di tutela Alto Adige**”.

Questo marchio è stato introdotto su iniziativa dell’Assessorato al commercio con la **legge provinciale** n. 44 del **10 novembre 1976**. Sotto questo aspetto l’Alto Adige ha svolto un **ruolo pionieristico** a livello europeo.

L’allora assessore provinciale all’Economia Werner Frick ha così riassunto il senso del marchio di tutela Alto Adige in occasione del suo venticinquesimo anniversario: “In un’epoca di scandali che riguardano il settore alimentare, il consumatore è alla ricerca di informazioni precise sull’origine, la composizione e la lavorazione dei prodotti. Questa garanzia è fornita dal marchio di tutela Alto Adige che certifica la qualità e l’origine dei prodotti alimentari”.

Questa affermazione è oggi più attuale che mai. L’ottima reputazione e l’elevato livello di notorietà di cui godono ormai i prodotti di qualità altoatesini, sia in Alto Adige sia al di fuori dei suoi confini, sono la prova che la scelta della Provincia autonoma di Bolzano di adottare il “marchio di tutela Alto Adige” come garanzia di **alta qualità controllata** sia stata una scelta vincente.

L’etichetta rotonda Alto Adige è stata introdotta nel 1976 inizialmente per le mele e le pere dell’Alto Adige. Latte, speck, pane, verdura, piccoli frutti, grappa e miele si sono aggiunti nel tempo ampliando la gamma dei prodotti di qualità.

Tutti i prodotti soggetti a tutela devono soddisfare **rigorosi criteri** per potersi fregiare della dicitura “Alto Adige”: per esempio devono essere di produzione altoatesina, rispettare regole rigorose ed essere sottoposti costantemente a severi controlli.

Ai **produttori e agli utenti del marchio**, l’utilizzo del sigillo di qualità garantisce il vantaggio di **accrescere il valore di mercato** dei loro prodotti.

I **consumatori altoatesini** sono disposti a spendere di più per i prodotti di qualità dell’Alto Adige. (indagini Apollis 2008 e 2015)

Poco dopo l’introduzione del marchio di tutela Alto Adige, ci si è posti l’obiettivo di sfruttare al meglio le **sinergie** tra i singoli settori dell’economia per garantire in futuro una sempre **maggiore presenza sul mercato** in Italia e all’estero **del marchio ombrello “Alto Adige”**.

Nel **2005** è stato introdotto il **marchio ombrello Alto Adige**.

Questo marchio ha permesso di sviluppare ulteriori sinergie permettendo all’Alto Adige di essere percepito **in maniera univoca e immediata** in tutte le attività di comunicazione. L’Alto Adige è diventato così un esempio **di grande successo di marketing regionale interconnesso** a livello europeo.

Nel **2005** il **marchio di tutela** è stato sostituito dal **marchio “Qualità Alto Adige”**; il termine aggiuntivo **“Qualità”** fa riferimento all’**alta e controllata qualità** dei prodotti e la dicitura **“Alto Adige”** alla loro **origine**.

Il **marchio di qualità** e il **marchio ombrello Alto Adige** costituiscono un’**entità unica**, per consentire una presenza sul mercato forte e unitaria dei prodotti di qualità e dei servizi locali.

Attualmente sono **12 i prodotti o le categorie di prodotti** che si fregiano del marchio “Qualità Alto Adige”.

### **Il caso particolare del latte**

Nel settore lattiero è presente da un lato il **marchio di qualità** per **l’intero settore**, dall’altro un **prodotto** con una **denominazione di origine europea**, il **Formaggio Stelvio DOP**.

### **Quadro normativo per le denominazioni d’origine europea e il marchio di qualità Alto Adige**

I prodotti con una **denominazione d’origine europea NON** possono riportare in aggiunta anche il **marchio di qualità Alto Adige**; nelle campagne pubblicitarie, pertanto, questi prodotti hanno un’immagine propria (vedi vino).

In caso di **presenza collettiva di tutti i prodotti di qualità**, per esempio in occasione di fiere o delle “Settimane altoatesine” del commercio, si utilizza unicamente il **marchio ombrello Alto Adige**.

Gli **elementi unificativi** in questo caso sono **l’origine garantita** e gli **standard di qualità** superiori rispetto a quelli minimi fissati per legge, oltre ai **controlli obbligatori**.

Tutti i prodotti sono regolati da **specifiche normative di produzione**.

La **differenza** risiede nel fatto che le **denominazioni di origine europea** (Mela Alto Adige IGP, Vini Alto Adige DOC, Speck Alto Adige IGP e Formaggio Stelvio DOP) sono inserite nel **registro europeo delle denominazioni d’origine** (Banca dati DOOR <http://ec.europa.eu/agriculture/quality/door/list.html>), sono di proprietà dei **rispettivi consorzi** come **marchi comunitari** e come tali sono gestite.

Il **marchio di qualità Alto Adige** invece è un **marchio comunitario** di proprietà della **Provincia autonoma di Bolzano**, da essa registrato, e viene ceduto agli utenti del marchio (alle associazioni per quanto riguarda la frutta, ai singoli produttori negli altri casi) tramite un **contratto di utilizzo** secondo determinate condizioni.

Riassumendo è utile ricordare che:

- **Nel loro insieme, tutti i prodotti** (prodotti a marchio di qualità, prodotti con una denominazione d'origine europea quali speck, mela, Formaggio Stelvio e vini) sono denominati **Südtiroler Qualitätsprodukte / Prodotti di Qualità Alto Adige**
- Lo Speck Alto Adige IGP, la Mela Alto Adige IGP, il Formaggio Stelvio DOP e i Vini Alto Adige DOC o DOP hanno una **denominazione d'origine europea**
- Il **marchio di qualità Alto Adige** è in primo luogo un **sigillo di qualità** (lo standard di qualità dev'essere al di sopra del livello stabilito per legge) e in secondo luogo una **garanzia di provenienza**
- Le materie **prime** dei prodotti con marchio di qualità Alto Adige devono provenire **dall'Alto Adige**
- I prodotti e i produttori sono sottoposti a **regolari controlli** (sulla lavorazione e sul prodotto). I criteri di qualità e i programmi di controllo di tutti i prodotti sono stabiliti da **specifiche norme**
- **Proprietaria** del marchio di qualità è la **Provincia autonoma di Bolzano**, mentre le **denominazioni di origine europea** sono inserite in un apposito **registro europeo** e sono gestite dai rispettivi consorzi
- **IDM Alto Adige** è stata incaricata di effettuare ogni anno la **promozione pubblicitaria** dei singoli gruppi di prodotti e la pubblicizzazione del marchio di qualità
- Nella comunicazione **pubblicitaria** deve figurare in primo piano il **marchio di qualità stesso** e non i singoli produttori o i loro marchi

PZ 21.6.2018