



*Ministero delle politiche agricole  
alimentari e forestali*

DIPARTIMENTO DELLE POLITICHE COMPETITIVE,  
DELLA QUALITÀ AGROALIMENTARE, IPPICHE E DELLA PESCA

RELAZIONE ILLUSTRATIVA

**Disposizioni per l'indicazione obbligatoria del luogo di provenienza nell'etichetta delle carni suine trasformate in attuazione dell'articolo 4 della legge 3 febbraio 2011, n. 4, come modificato dall'articolo 3-bis del decreto-legge 14 dicembre 2018, n. 135.**

**1. Premessa**

Il regolamento (UE) n. 1169/2011 ha operato un complesso riassetto della normativa in materia di etichettatura prevedendo, tra l'altro, le modalità di indicazione obbligatoria e volontaria dell'origine in etichetta.

L'articolo 26 del regolamento in argomento prevede che la Commissione presenti al Parlamento europeo e al Consiglio delle relazioni sull'indicazione obbligatoria del paese d'origine o del luogo di provenienza per una serie di alimenti, tra cui le carni suine fresche.

Ad oggi la Commissione europea non ha ancora previsto l'indicazione obbligatoria del paese d'origine o del luogo di provenienza per le carni suine trasformate.

In Italia è forte l'esigenza di conoscere l'origine dei prodotti alimentari, come dimostra la legge 4/2011, così come di recente modificata, che disciplina le modalità di indicazione obbligatoria dell'origine in etichetta. Come si dirà più estesamente nell'allegato alla presente nota, l'interesse da parte dei consumatori per l'indicazione del luogo di origine, in particolare delle carni suine trasformate, è stato confermato dalla consultazione pubblica e dai risultati della consultazione pubblica svolta da ISMEA (Allegato 2).

Al fine quindi di tener conto delle richieste dei consumatori italiani e fornire loro un quadro informativo più completo sugli alimenti si è ritenuto di introdurre – nelle more dell'emanazione di atti comunitari – una disciplina dell'etichettatura delle carni suine trasformate.

Il presente schema di decreto reca, pertanto, l'obbligo di indicare in etichetta l'origine delle carni suine usate come ingrediente nei prodotti trasformati.

**2. Analisi dell'articolato**

L'articolo 1 riporta le definizioni di "carni di ungulati domestici", "carni macinate", carni separate meccanicamente", "prodotti a base di carne" e "preparazioni di carni" in linea con quanto disposto dalla normativa europea.

L'articolo 2, al comma 1 reca l'ambito di applicazione ai prodotti a con carni di ungulati domestici della specie suina macinate, separate meccanicamente, preparazioni di carni suine e prodotti a base di carne suina, mentre al comma 2 prevede l'esclusione dei prodotti DOP e IGP.



L'articolo 3 reca, invece, le modalità di indicazione del luogo di provenienza nella etichettatura, stabilendo che è obbligatorio riportare nelle etichette dei prodotti di cui all'articolo 2 l'indicazione del luogo di provenienza della carne suina con le modalità di cui all'articolo 4. L'indicazione del luogo di provenienza della carne suina deve essere apposta in etichetta nel campo visivo principale ed è stampata in modo da risultare facilmente visibile e chiaramente leggibile. Il comma stabilisce anche le dimensioni delle diciture sugli imballaggi.

L'articolo 4 reca, invece, le modalità di indicazione in etichetta dell'origine delle carni suine usate come ingrediente nei prodotti alimentari. Al comma 1 si prevede che l'indicazione del luogo di provenienza delle carni di cui all'articolo 2 include le seguenti informazioni:

- "Paese di nascita: (nome del paese di nascita degli animali)
- "Paese di allevamento: (nome del paese di allevamento degli animali)";
- "Paese di macellazione: (nome del paese in cui sono stati macellati gli animali)".

Al comma 2 si stabilisce che quando la carne proviene da suini nati, allevati e macellati nello stesso paese, l'indicazione dell'origine può apparire nella forma: "Origine: (nome del paese)". La dicitura "100% italiano" è utilizzabile solo quando ricorrano le condizioni del presente comma e la carne è proveniente da suini nati, allevati, macellati e trasformati in Italia.

I commi 3, 4 e 5 regolano i casi in cui a seconda della provenienza della carne suina possano apparire nella forma: "Origine: UE", "Origine: extra UE"; Origine: "UE", "extra Ue" o "UE o extra UE", a seconda dei casi.

L'articolo 5 al comma 1 stabilisce che le sanzioni sono quelle previste per le violazioni degli obblighi di cui al decreto legislativo 15 dicembre 2017, n. 231. Il comma 2 sancisce che restano ferme le competenze spettanti all'Autorità garante della concorrenza e del mercato ai sensi del decreto legislativo 2 agosto 2007, n. 145, e del decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206, e quelle spettanti, ai sensi della normativa vigente, agli organi preposti all'accertamento delle violazioni.

L'articolo 6 reca la clausola di mutuo riconoscimento in base alla quale le disposizioni del decreto non si applicano ai prodotti legalmente fabbricati o commercializzati in un altro Stato membro dell'Unione europea o in Turchia, né ai prodotti fabbricati in uno Stato membro dell'EFTA.

L'articolo 7 dispone in ordine a norme transitorie e finali.

### ***3. Elementi a supporto del fatto che la maggior parte dei consumatori attribuisce un valore significativo alle informazioni sul Paese di origine delle carni suine usate come ingredienti dei prodotti alimentari (ai sensi del Reg. 1169/2011 art. 39)***

L'etichettatura è uno strumento fondamentale per garantire le necessarie informazioni ai consumatori e consentire scelte di acquisto consapevoli. La sensibilità su tali aspetti è cresciuta sensibilmente nel corso degli anni in molti paesi dell'Unione europea.

In particolare, sono sempre più numerosi i consumatori che chiedono di conoscere le informazioni relative all'origine della materia prima degli alimenti e, più in generale, si orientano verso prodotti con etichettatura più trasparente. Ciò ha un positivo effetto di stimolo su un mercato maturo come quello dei prodotti a base di carni suine trasformate, tenuto conto della propensione dei consumatori a preferire prodotti con una più chiara etichettatura. L'indicazione dell'origine,

infatti, soddisfa allo stesso tempo l'esigenza di valorizzazione del prodotto per i produttori e di trasparenza per i consumatori.

Il Ministero delle politiche agricole ha dato ai cittadini italiani la possibilità di esprimersi sul tema etichettatura, con una consultazione pubblica (prevista dal DL 91/2014 *Piano Campo libero*, e in linea con il citato regolamento UE 1169/11) per ricevere i contributi sull'importanza dell'indicazione dell'origine dei prodotti alimentari e della materia prima agricola utilizzata nella preparazione.

Sono stati oltre 26.500 i partecipanti che hanno espresso il proprio punto di vista, rispondendo ad un questionario con 11 domande sull'importanza della tracciabilità dei prodotti, della indicazione dell'origine e della trasparenza delle informazioni in etichetta.

Oltre il 96% dei consumatori ritiene **molto importante** che sull'etichetta sia indicata, in modo chiaro e leggibile, l'origine dell'alimento e per l'84% è fondamentale ci sia il luogo in cui è avvenuto il processo di trasformazione.

È emerso che gli Italiani vogliono conoscere sempre l'origine delle materie prime e in particolare di alcuni prodotti, quali appunto quelli a base di carni suine trasformate (87,9%).

Per quanto riguarda il luogo dove avviene la trasformazione per oltre 18mila persone (70%) è sempre fondamentale che sia indicato in etichetta in modo chiaro. Anche in questo caso tra i primi posti ci sono i prodotti con carni trasformate (87%).

Quasi 22mila persone (82%) hanno dichiarato che sono disposte a spendere di più per avere la certezza dell'origine e provenienza del prodotto, con quasi la metà pronta a pagare il prodotto dal 5 al 20% in più.

Alla domanda "*Quanto ritiene che la mancanza d'indicazioni sull'origine della materia prima possa essere ingannevole?*" per i prodotti a base di carne trasformata, l'87,38% degli intervistati ha risposto "molto ingannevole".

Nell'ottobre 2015, inoltre, l'istituto IPR-Marketing ha svolto per l'Ismea, ente del Ministero delle politiche agricole, una indagine conoscitiva- realizzata su un campione statisticamente rappresentativo della popolazione maggiorenne residente in Italia, con oltre 2.000 interviste effettuate - sull'etichettatura dei prodotti agroalimentari.

Dalle risposte vengono confermati i risultati della consultazione pubblica. In particolare per il 94,6% del campione è molto/abbastanza importante conoscere l'indicazione esatta del Paese d'origine della materia prima in etichetta dei prodotti a base di carne suina trasformata. Il 94,2% degli intervistati dichiara che la mancanza di questa informazione potrebbe trarre in inganno sulla effettiva provenienza del prodotto.

Questi risultati sono ulteriormente stati confermati da una successiva consultazione pubblica svolta da Ismea (allegato 2) che evidenzia come a distanza di 2 anni dall'ultima rilevazione l'interesse sia rimasto elevato. Per i prodotti a base di carne suina trasformata per l'97,1% degli italiani è molto/abbastanza importante conoscere l'origine della materia prima in etichetta per le carni trasformate.

In conclusione, analizzando i dati complessivamente, quello che le consultazioni pubbliche e l'indagine demoscopica statisticamente rilevante fanno emergere è che la maggior parte dei

consumatori attribuisce un valore significativo, se non essenziale, alla fornitura di tali informazioni.

#### ***4. Elementi che comprovano il nesso tra l'origine e la qualità dei prodotti a base di carni suine trasformate***

La definizione del concetto di qualità delle carni suine trasformate ha subito nel tempo una continua evoluzione dovuta sia all'introduzione di avanzate tecniche di conduzione e gestione negli allevamenti sia al progresso tecnologico delle industrie di trasformazione sia alle aspettative dei consumatori. La ridefinizione della qualità ha riguardato per lo più la composizione, la natura dei vari costituenti, le proprietà nutrizionali, dietetiche, organolettiche, salutistiche e tecnologiche.

Un approfondimento sul legame tra qualità e origine, così come previsto dall'art. 39 del Reg. UE 1169/2011 è stato portato avanti dal Ministero insieme a Ismea e le cui risultanze sono contenute nell'allegato 1 alla presente nota.

In conclusione, si conferma che in Italia le aziende zootecniche e di trasformazione delle carni suine hanno avviato un processo di organizzazione aziendale idoneo a realizzare prodotti caratterizzati da standard qualitativi nettamente superiori alla media; che questi elevati standard qualitativi sono espressione di un equilibrato rapporto tra sistema produttivo e territorio; e che la percezione da parte del mondo degli allevatori, dell'industria e dei consumatori associa al suino italiano contenuti di qualità, originalità e salubrità nettamente elevati (ai sensi del Reg. UE 1169/2011 art. 39).

È pertanto ritenuto indispensabile consentire l'indicazione dell'origine della materia prima nei prodotti a base di carne suina trasformata in risposta alla crescente richiesta di trasparenza in questo senso da parte dei cittadini, come evidenziato anche dalla recente Iniziativa dei cittadini europei che ha raccolto 1,1 milioni di firme a partire dall'Italia.

# INDICAZIONE DELL'ORIGINE IN ETICHETTA PER LE CARNI SUINE TRASFORMATE

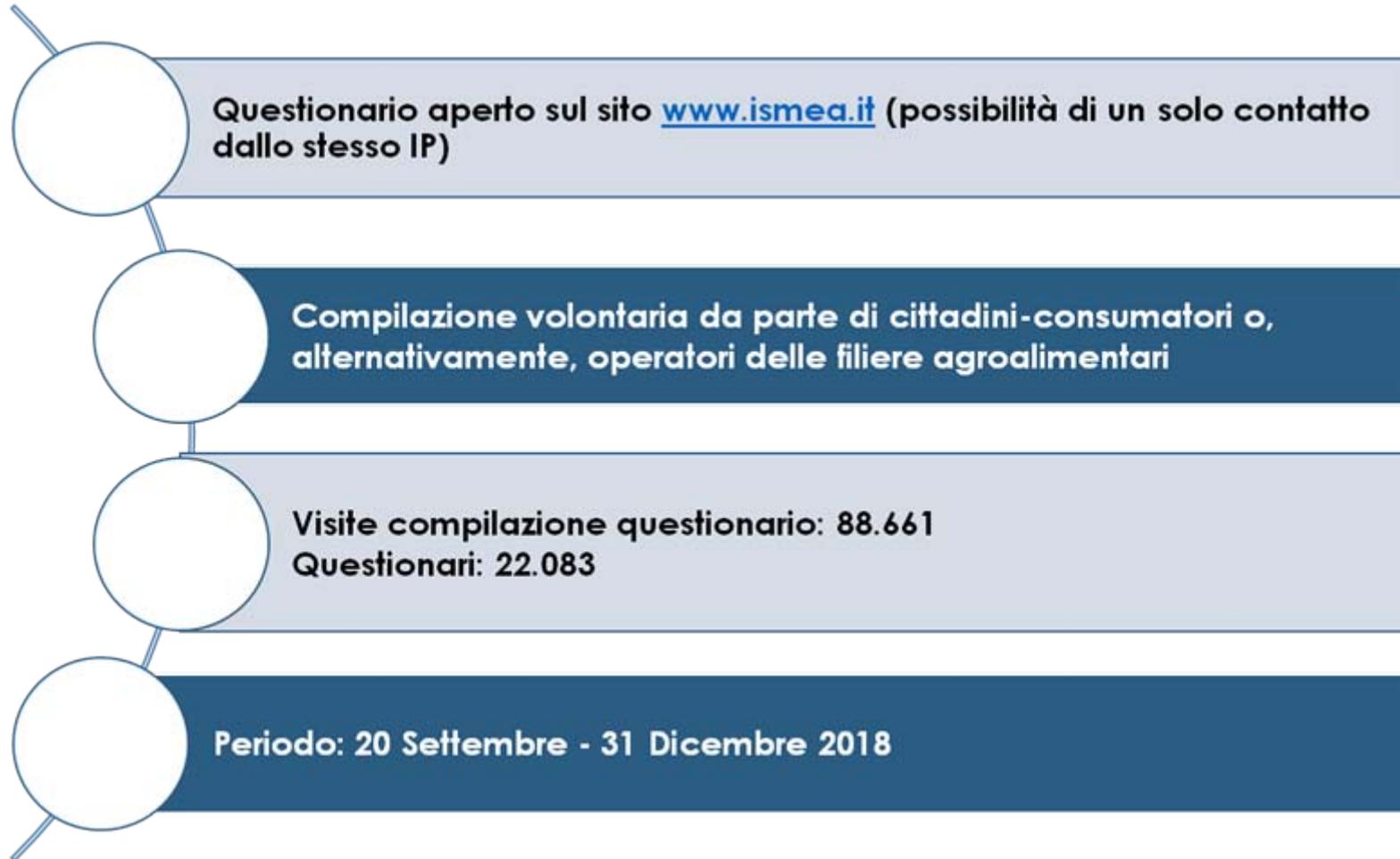
ALLEGATO 2

Giugno 2019

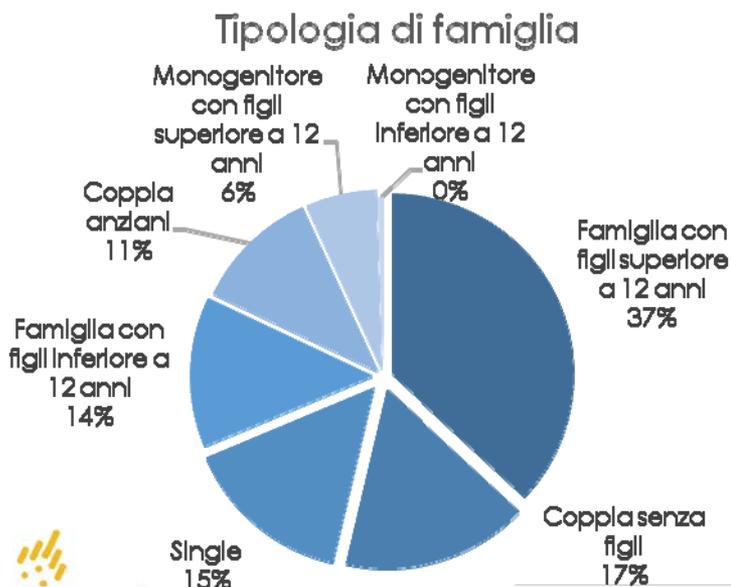
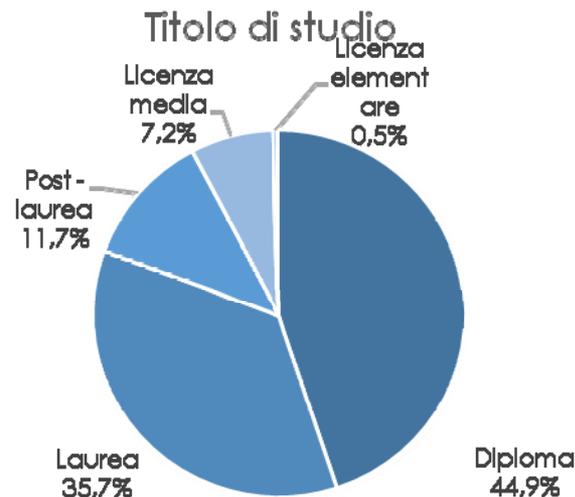
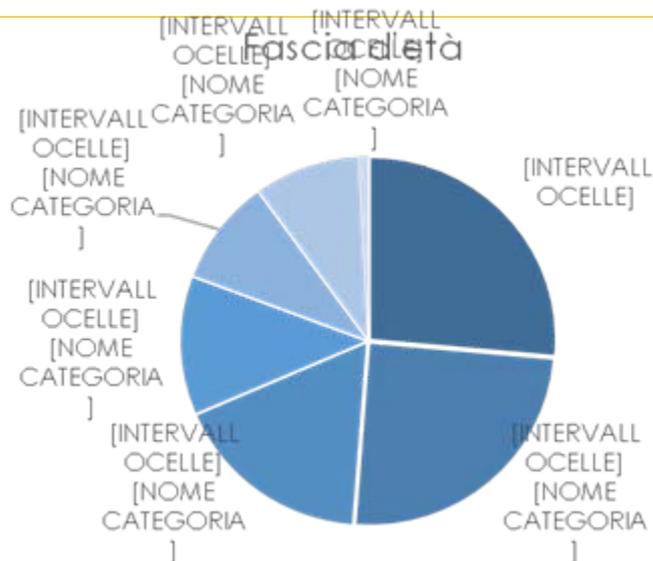
# CONSULTAZIONE PUBBLICA



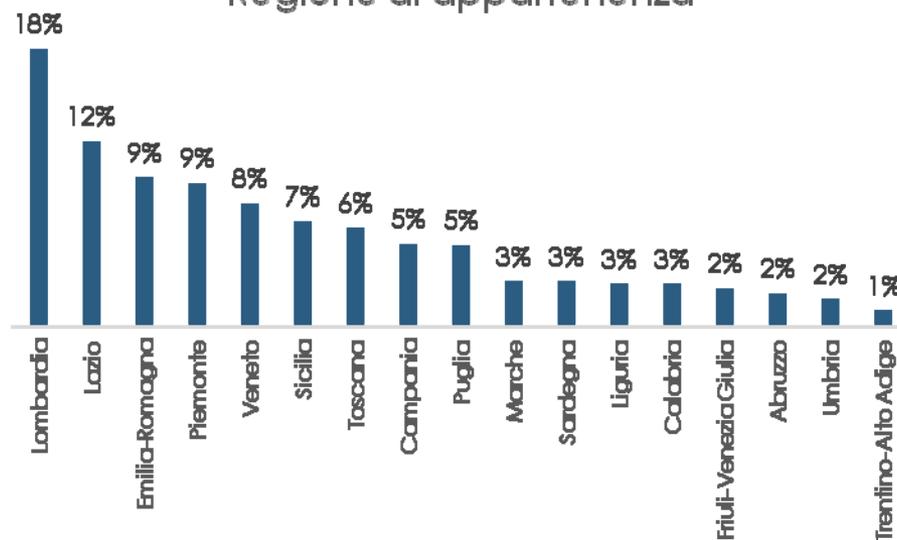
## METODO D'INDAGINE



# CARATTERISTICHE DEI RISPONDENTI



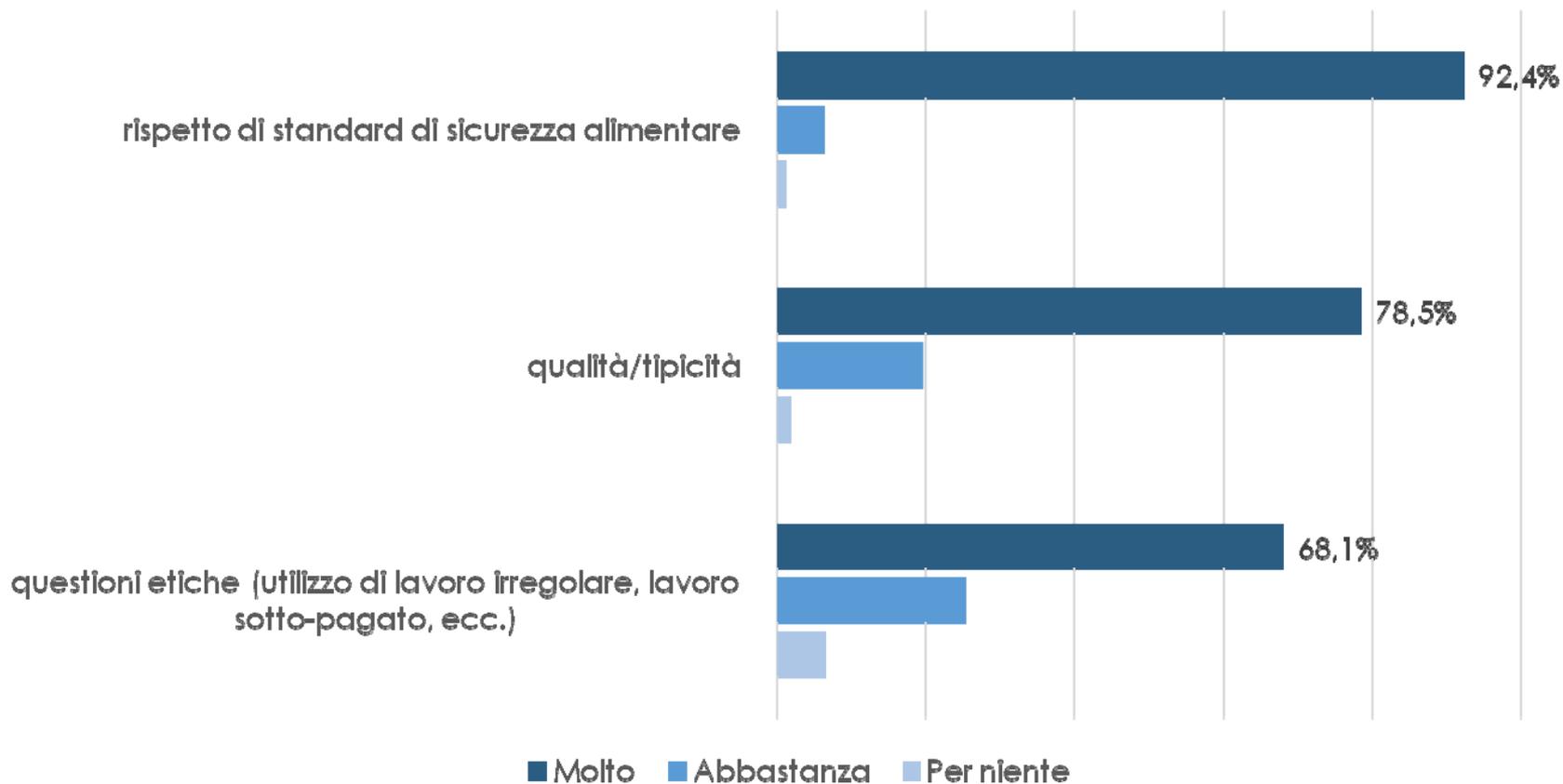
**Regione di appartenenza**



# INTERESSE SULL'ORIGINE DEL PRODOTTO



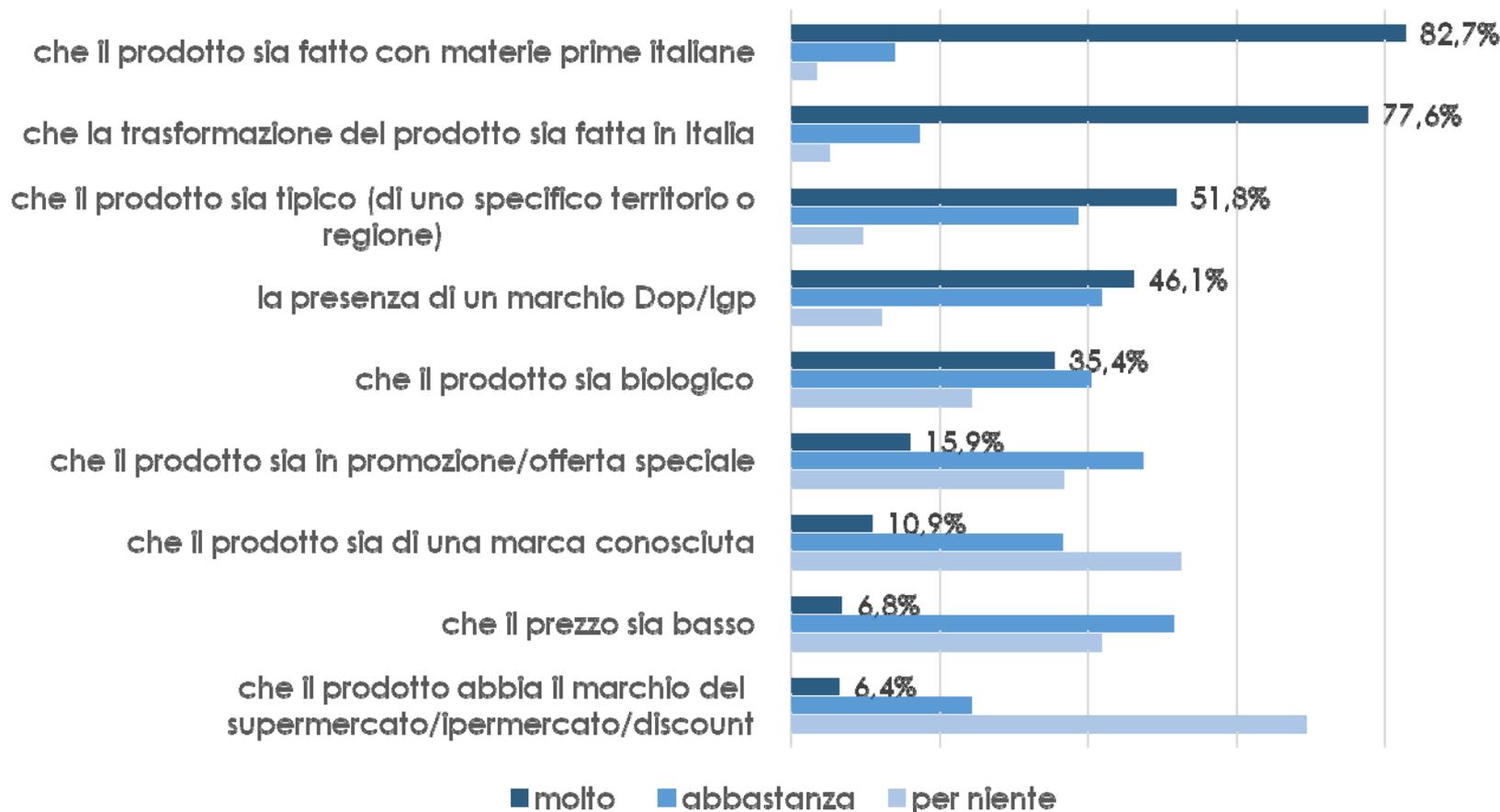
- Conoscere l'**origine** dei prodotti alimentari acquistati è fondamentale in merito alla percezione del rispetto di **standard di sicurezza alimentare**.
- Conoscere l'**origine** degli alimenti rassicura i consumatori anche in merito alla **qualità** dei prodotti acquistati



# DETERMINANTI DI ACQUISTO DI UN PRODOTTO ALIMENTARE



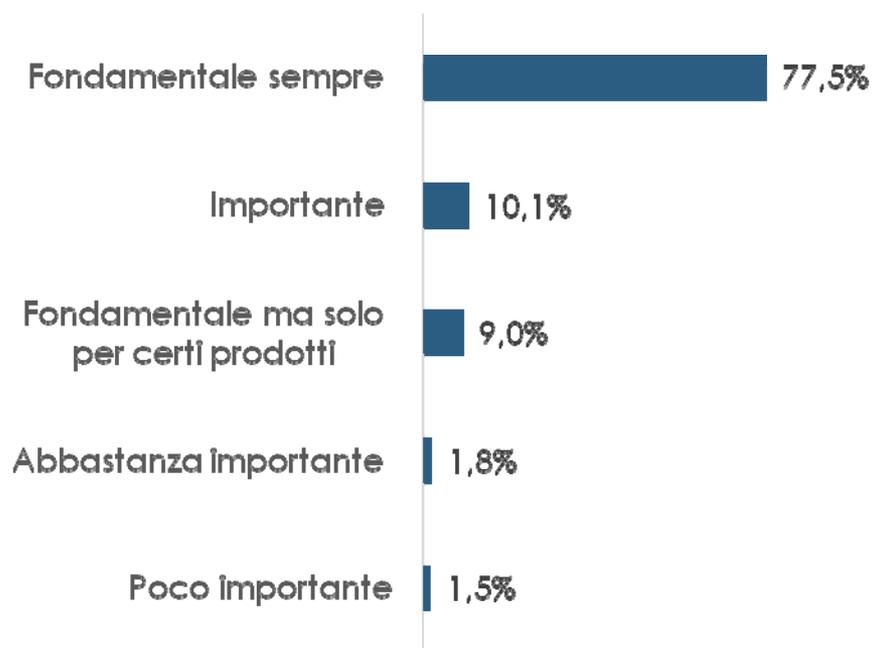
- L'**origine italiana delle materie prime** è un fattore di scelta determinante al momento dell'acquisto.
- Analoga importanza è attribuita al fatto che il **processo di trasformazione** sia realizzato in Italia.



# IMPORTANZA DELL'ORIGINE DELLE MATERIE PRIME



- La maggioranza dei rispondenti (circa 8 casi su 10) afferma che è **fondamentale sempre** avere informazioni circa l'**origine delle materie prime** con cui è fatto un prodotto alimentare. La maggioranza dei rispondenti (7 casi su 10) afferma che è fondamentale sempre avere informazioni anche circa **il luogo in cui avviene la trasformazione** delle materie prime di un prodotto alimentare (ad es. lavorazione industriale, confezionamento, ecc.).
- L'origine «**100% italiana**» della materia prima impiegata nei prodotti alimentari è un elemento importante nelle scelte di acquisto per la quasi totalità dei rispondenti (circa 9 su 10).
- Ai fini delle decisioni di acquisto è comunque importante **conoscere con esattezza il Paese di origine** delle materie prime (6 casi su 10).



Domanda: «Per lei quanto è importante conoscere l'origine delle materie prime con cui è fatto un prodotto alimentare?»



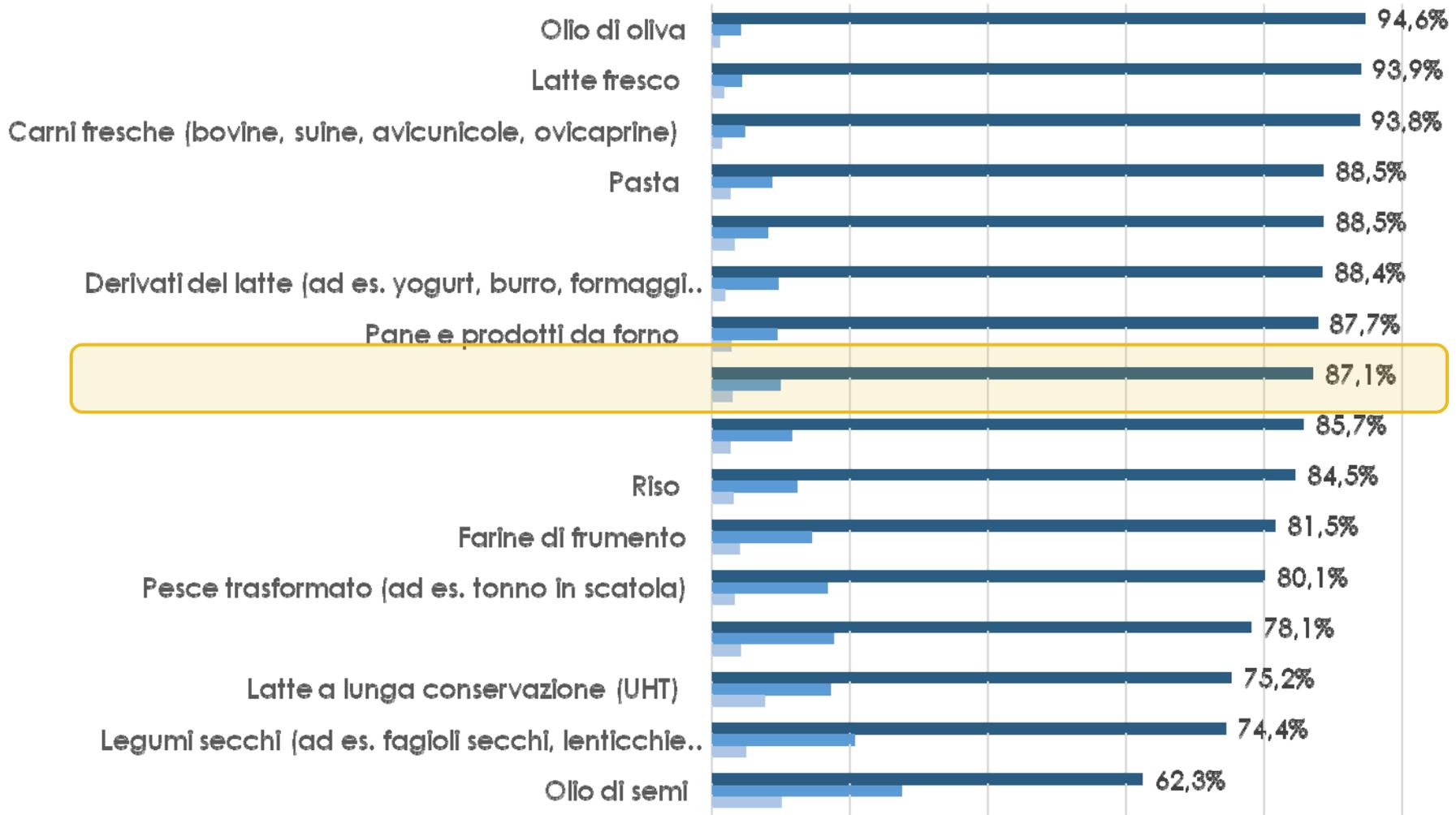
Domanda: «Per lei quanto sono importanti le seguenti informazioni sull'origine della materia prima dei prodotti alimentari che acquista?»



# INFORMAZIONE SU ORIGINE DELLA MATERIA PRIMA



## IMPORTANZA DELL'INDICAZIONE DELL'ORIGINE PER PRODOTTO



■ Molto ■ Abbastanza ■ Per niente

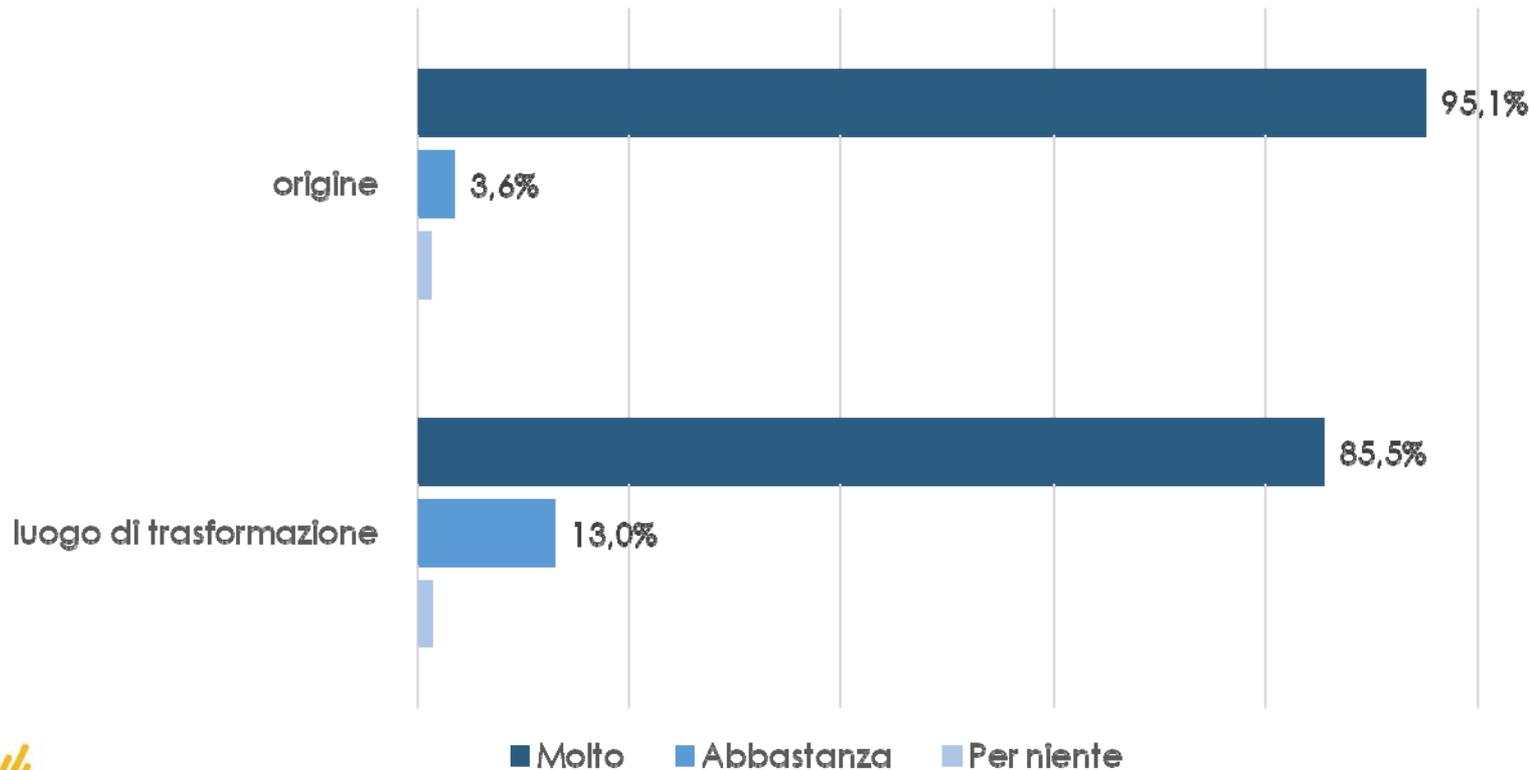
Domanda. «Per ciascuno dei seguenti prodotti, indichi quanto è importante per lei che l'etichetta riporti il paese d'origine delle materie prime»



# VISIBILITÀ DELL'ORIGINE IN ETICHETTA



- Per la quasi totalità dei rispondenti è molto importante riuscire a **individuare facilmente in etichetta** sia l'origine della materia sia il luogo in cui avviene la trasformazione dei prodotti alimentari (ad es. lavorazione industriale, confezionamento, ecc.)
- Tra le opzioni proposte la maggioranza dei rispondenti (8 su 10) afferma che l'indicazione di origine risulterebbe più efficacemente leggibile nell'etichetta se **evidenziata nei caratteri** (dimensione, colore, ecc.); meno efficace l'indicazione nella parte anteriore della confezione.



# DISPONIBILITÀ A SPENDERE



- Pur di avere la certezza dell'origine e provenienza italiana del prodotto che acquista, la **quasi totalità** dei rispondenti **dichiara una disponibilità a spendere di più**.
- In particolare, oltre la metà afferma di essere disposto a spendere oltre il 5% in più.

