

LAURA CARRARA¹

L'azione privata nel bene pubblico: il ruolo dei consorzi alla luce del nuovo Regolamento (UE) 2024/1143

¹ Foro di Salerno, Studio Legale Mondini Bonora Ginevra. Università di Ferrara

I. INTRODUZIONE

Nel corso degli ultimi anni, le politiche dell'Unione Europea hanno progressivamente riconosciuto ai consorzi di tutela un ruolo strategico di *governance* all'interno del sistema delle Indicazioni Geografiche (IG), attribuendo loro funzioni che vanno ben oltre la mera promozione commerciale. Essi rappresentano oggi veri e propri organismi di coordinamento e regolazione del sistema produttivo locale, chiamati a garantire la qualità, la tracciabilità e la sostenibilità dei prodotti, nonché a tutelarne la reputazione sul mercato interno ed esterno. In tale prospettiva, i consorzi operano come intermediari tra le istituzioni pubbliche, i produttori e i consumatori, svolgendo un ruolo – seppur di matrice privatistica – chiave nel rafforzare la competitività dei territori e nel preservare il “bene pubblico” delle IG, quali patrimonio culturale e agroalimentare europeo.

Le politiche dell'Unione si sono progressivamente orientate verso la valorizzazione dei prodotti di qualità, con l'obiettivo di accrescerne non solo il valore culturale, ma anche di promuovere lo sviluppo di un'economia agricola sostenibile e competitiva. Come evidenziato dal Comitato Economico e Sociale Europeo nella fase di proposta del Regolamento (UE) 2024/1143, il reddito dei produttori ha registrato un incremento significativo, poiché il prezzo medio di un prodotto a Indicazione Geografica (IG) risulta essere circa 2,11 volte superiore rispetto a quello di un prodotto non IG equivalente. Parallelamente, il sistema delle IG ha contribuito a stimolare lo sviluppo economico e sociale delle regioni e delle comunità rurali a cui tali prodotti sono intrinsecamente legati.

Il valore delle Indicazioni Geografiche risiede, infatti, nel loro stretto legame con il territorio, con le comunità locali e con il paesaggio circostante, elementi che ne determinano il valore aggiunto e ne costituiscono un fattore distintivo rispetto ai marchi di impresa.

Nel quadro della Strategia “Dal produttore al consumatore”, la Commissione Europea ha avviato una revisione complessiva del sistema delle IG, con l'intento di perfezionarlo ulteriormente e di rafforzarne il contributo alla sostenibilità. La proposta mira a rendere il sistema più coerente e trasparente, potenziando la tutela giuridica e i meccanismi di controllo, valorizzando il ruolo delle associazioni di produttori e integrando in maniera più incisiva la dimensione della sostenibilità. Quest'ultima si fonda su tre pilastri fondamentali – ambientale, economico e sociale – rispetto ai quali le IG possono offrire un contributo rilevante: non solo favorendo pratiche di produzione ecocompatibili, ma anche sostenendo l'occupazione, la coesione territoriale e la creazione di valore aggiunto nelle aree rurali.

Dal punto di vista del mercato, uno degli obiettivi principali perseguiti dal nuovo Regolamento (UE) 2024/1143 consiste nel rafforzare la qualità e la reputazione delle Indicazioni Geografiche, garantendo al contempo condizioni di concorrenza leale all'interno del mercato unico. In tale prospettiva, i gruppi di produttori assumono un ruolo strategico, in quanto il nuovo quadro normativo conferisce loro maggiori poteri e responsabilità nella gestione, promozione e tutela delle IG. Tra le innovazioni più significative introdotte a livello europeo si segnalano, in particolare, il rafforzamento della supervisione sull'utilizzo delle IG nei prodotti composti e la possibilità di adottare misure volte a prevenire la svalutazione dei prodotti e il conseguente abbassamento dei prezzi.

2. IL RUOLO DEI CONSORZI IN ITALIA

I consorzi di tutela rappresentano un elemento fondamentale nell'architettura dei sistemi di qualità, sia a livello nazionale che europeo. Tali soggetti sono qualificati come enti di diritto privato a cui sono attribuite potestà pubblicitiche. Il loro ruolo si è sviluppato a partire dalla protezione delle denominazioni d'origine dei prodotti vitivinicoli e agroalimentari, ottenendo una regolamentazione autonoma e uniforme per tutti i settori produttivi dal 1998, in particolare con l'art. 53 della legge n. 128/1998, successivamente modificato. Lo sviluppo della normativa ha dato modo di intervenire sui poteri e gli ambiti di mercato in cui questi possono agire. L'attività del consorzio, oltre a quella della registrazione dell'IG, è sia di funzione consultiva relativa al prodotto e

alla sua promozione sul mercato che, certamente, di tutela e promozione *erga omnes*, cioè nei confronti di tutti i soggetti appartenenti alla filiera produttiva, indipendentemente dalla loro adesione al consorzio. Il nuovo Regolamento si inserisce proprio nell'ampliamento di tali funzioni, così come di seguito esplicitato.

3. UTILIZZO DELL'INGREDIENTE IG

Nell'ambito dell'uso dell'IG, al fine di prevenire pratiche commerciali lesive del valore della denominazione, è stato affidato ai gruppi di produttori il ruolo "confermativo" del lecito utilizzo dell'ingrediente IG in un prodotto composto (diverso dalle bevande spiritose esplicitamente escluse). Lo scopo è arginare eventuali pratiche commerciali sleali che possano svigorire, indebolire o, ancora, pregiudicare la reputazione dell'IG contenuta all'interno di un prodotto composto.

L'art. 27 Reg. (UE) 2024/1143 prevede in particolare che il gruppo di produttori riceva una notifica preventiva da parte del soggetto interessato alla spendita del nome nel prodotto composto nella quale quest'ultimo attesti il soddisfacimento delle condizioni di cui all' art. 27, paragrafo 1, ossia:

- a. il prodotto trasformato non contenga alcun altro prodotto comparabile all'ingrediente designato dall'indicazione geografica;
- b. l'ingrediente designato dall'indicazione geografica sia utilizzato in quantità sufficienti a conferire una caratteristica essenziale al prodotto trasformato in questione; e
- c. la percentuale dell'ingrediente designato dall'indicazione geografica nel prodotto trasformato sia indicata in etichetta.

Dopo il ricevimento della richiesta il gruppo dei produttori può allegare alla conferma anche informazioni non vincolanti riguardanti l'uso dell'indicazione. La mancata risposta entro quattro mesi dalla richiesta equivale a conferma.

Il paragrafo 3 del medesimo articolo, fatto salvo quanto appena descritto, specifica che il gruppo di produttori e il produttore dell'alimento composto possono concludere un «accordo contrattuale» sugli aspetti tecnici e visivi del modo in cui l'indicazione è presentata nel preimballo dell'alimento o nel materiale pubblicitario. Tale potere conferito ai gruppi, quali soggetti di diritto privato¹ con funzione pubblica, rafforza certamente il loro ruolo amministra-

¹ Il Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste, inoltre, riconosce i Con-

tivo nella definizione delle regole della filiera di qualità. Tale prospettiva europea si conferma ancor di più nella proposta iniziale del Regolamento nella quale si riportava addirittura che l'indicazione geografica che designa l'ingrediente di un prodotto non potesse essere utilizzata nel nome del prodotto alimentare del relativo prodotto trasformato, tranne nel caso di un accordo con un'associazione di produttori che rappresenti due terzi dei produttori. Tale prospettiva di azione però è di fatto in conflitto con la natura pubblica delle IG e il ruolo svolto dai gruppi in *quanto seppur i produttori dovrebbero avere il diritto di difendere i loro prodotti, in nessun caso dovrebbero essere considerati responsabili di azioni in tal senso*². La responsabilità della protezione delle IG dovrebbe continuare a incombere alla Commissione e agli Stati membri, che dovrebbero compiere tutti gli sforzi necessari per garantire tale protezione.

Nell'ultimo periodo del paragrafo 2 del sopracitato articolo, vi è poi la possibilità per gli Stati membri di disporre ulteriori norme procedurali a livello nazionale: in tal senso l'Italia aveva già da tempo previsto con l'art. 1, comma, 1, lett. c) del D.Lgs. n. 297/2004 quali dovessero essere i modi e le condizioni di richiesta. Si attenderà al riguardo di comprendere se e come il legislatore nazionale vorrà mantenere le previgenti disposizioni o adeguarle al nuovo contesto europeo.

Occorre poi considerare che la materia non è ancora completa; infatti, sin dal considerando 75 e conformemente al paragrafo 5 dell'art. 27, si prevede che la Commissione possa adottare a norma dell'articolo 290 TFUE norme supplementari:

- sull'uso delle indicazioni geografiche nel nome dei prodotti trasformati con riferimento all'uso di ingredienti comparabili e ai criteri per conferire caratteristiche essenziali ai prodotti trasformati;
- integrative delle norme sull'uso delle specialità tradizionali garantite nel nome dei prodotti trasformati con riferimento all'uso di ingredienti comparabili e ai criteri per conferire caratteristiche essenziali ai prodotti trasformati.

sorzi di Tutela (costituiti ai sensi del Codice civile, articoli 2602 e seguenti), ai sensi dell'art. 14 della l. n. 526 del 1999 e dell'art. 41 della L. n. 238 del 2016, rispettivamente per le DOP e IGP agroalimentari e del vino.

² Punto 4.18 del Parere del Comitato economico e sociale europeo sulla proposta di regolamento del Parlamento europeo e del Consiglio relativo alle indicazioni geografiche dell'Unione europea di vini, bevande spiritose e prodotti agricoli e ai regimi di qualità dei prodotti agricoli, che modifica i regolamenti (UE) n. 1308/2013, (UE) 2017/1001 e (UE) 2019/787 e che abroga il regolamento (UE) n. 1151/2012 [COM(2022) 134 final — 2022/0089 (COD)] (2022/C 443/17).

4. LA SVALUTAZIONE DEL PRODOTTO E LA DETERMINAZIONE DEI PREZZI

Oltre alla redazione e aggiornamento del disciplinare, al rendersi parte attiva nelle contestazioni inerenti a conflitti di proprietà intellettuale, al guidare verso pratiche sostenibili, al combattere pratiche fraudolente attraverso il monitoraggio del mercato, compreso l'online, i gruppi possono «adottare misure per la valorizzazione dei prodotti e, se necessario, adottare provvedimenti volti a impedire o contrastare misure o pratiche commerciali che pregiudicano o rischiano di pregiudicare l'immagine e il valore dei rispettivi prodotti, compresi le pratiche commerciali che svalutano il prodotto e l'abbassamento dei prezzi» (ai sensi dell'art. 32, par. 4, lett. g del Reg. (UE) 2024/1143). Né il testo della norma né i lavori preparatori allo stesso però forniscono indicazioni su quali mezzi concretamente siano a disposizione dei gruppi per contrastare eventuali pratiche che possano pregiudicare i prodotti IG. Ulteriore riflessione attiene anche al caso in cui si tratti di contrastare un «abbassamento dei prezzi» in tal senso non vi sono attualmente parametri indicativi in merito al prezzo del prodotto e da cosa lo stesso debba dedursi. In merito a quest'ultimo profilo il precedente Reg. (UE) n. 1151/2012 all' art. 45, lett. f) precisava che il gruppo di produttori potesse adottare misure per la valorizzazione dei prodotti e, se necessario, provvedimenti volti a impedire o contrastare misure svalorizzanti per l'immagine dei prodotti. Dunque, dalla comparazione dei due articoli risulta chiara l'aggiunta relativa ai prezzi che, al più, poteva dedursi in chiave interpretativa dalla lettura del considerando 3 del precedente regolamento, nel quale si chiariva che gli sforzi dei produttori dovessero essere «equamente ricompensati». Tale obiettivo è parte dell'attuale Regolamento, che aspira a «garantire che i produttori ricevano una remunerazione equa per il loro prodotto con le sue qualità connesse alla produzione e che possano rafforzare la propria posizione nella filiera alimentare». Dunque, se da un lato è possibile immaginare che il riferimento consequenziale tra svalutazione e prezzo sia da ascrivere al voler perseguire una equa remunerazione degli sforzi della filiera, dall'altro però non risulta un criterio di valutazione circa la definizione di eventuali prezzi «svalutativi» e di come i consorzi possano intervenire in merito. Tale vuoto sollecita non poche riflessioni, in quanto crea – almeno astrattamente – uno strumento nelle mani dei gruppi senza però definirne i confini, determinando così il prospettare di scenari di mercato incerti. Come ribadito anche dal Comitato economico e sociale europeo nella proposta di Regolamento i consorzi non potrebbero essere responsabili di azioni ma questi, seppur abbiano compiti di difesa, dovrebbero agire sempre e solo in base ai compiti loro conferiti in delega dell'autorità nazionale competente.

I consorzi, in Italia, ai sensi dell'art. 53, co. 15, della legge 24 aprile 1998, n. 128 (c.d. "Legge comunitaria 1995-1997"), successivamente modificato dall'art. 14 della legge 21 dicembre 1999, n. 526, per delega dell'autorità nazionale preposta, hanno funzioni di tutela, di promozione, di valorizzazione, di informazione del consumatore e di cura generale degli interessi relativi alle denominazioni. Nello svolgimento della loro attività i consorzi di tutela:

- a. possono avanzare proposte di disciplina regolamentare e svolgono compiti consultivi relativi al prodotto interessato;
- b. possono definire programmi recanti misure di carattere strutturale e di adeguamento tecnico finalizzate al miglioramento qualitativo delle produzioni in termini di sicurezza igienico-sanitaria, caratteristiche chimiche, fisiche, organolettiche e nutrizionali del prodotto commercializzato;
- c. possono promuovere l'adozione di delibere con le modalità e i contenuti di cui all'articolo 11 del decreto legislativo 30 aprile 1998, n. 173, purché rispondano ai requisiti di cui al comma 17 del richiamato articolo;
- d. collaborano, secondo le direttive impartite dal Ministero delle politiche agricole e forestali, alla vigilanza, alla tutela e alla salvaguardia della DOP, della IGP o della attestazione di specificità da abusi, atti di concorrenza sleale, contraffazioni, uso improprio delle denominazioni tutelate e comportamenti comunque vietati dalla legge; tale attività è esplicita ad ogni livello e nei confronti di chiunque, in ogni fase della produzione, della trasformazione e del commercio.

Di qui, come chiarito dalla giurisprudenza l'attività dei consorzi, infatti, è «principalmente finalizzata alla difesa della denominazione di origine protetta mediante azioni di salvaguardia, promozione, valorizzazione, informazione del consumatore e cura generale degli interessi relativi alle denominazioni»³.

È certamente facoltà, anzi, onere dei consorzi intervenire dinanzi ad atti di concorrenza leale o uso improprio nei confronti di chiunque, ma nella lettura della delega italiana rispetto ai nuovi compiti europei dovrebbe anzitutto chiarirsi comprendere cosa si intenda per "abbassamento dei prezzi" e come questo danneggi l'immagine e il valore dei prodotti. È relativamente semplice individuare pratiche che danneggiano l'immagine del prodotto, come vendite in contesti distributivi che non valorizzano l'identità del prodotto (es. posizionamento caotico o promozioni non trasparenti), la vendita sottocosto o la promozione aggressiva, di contro, risulta più complesso definire quale prezzo sia considerato dannoso per il valore percepito di un prodotto IG. Nel

³ T.A.R. Lazio, sez. II, 22 aprile 2004, n. 3477, in Foro amm. TAR, 2004, p. 1110 ss.

contesto attuale, caratterizzato da un'inflazione diffusa e un potere d'acquisto in calo per molte famiglie, è fondamentale ripensare alla rigidità con cui si interpreta la "svalutazione" legata al prezzo. Se una DOP o una IGP è proposta a prezzo ridotto per un periodo limitato, ciò può rappresentare un'occasione per consumatori con meno disponibilità economica di scoprire e apprezzare quel prodotto. In tal senso, l'operazione promozionale assume un valore educativo e culturale, espandendo la platea dei consumatori consapevoli e potenzialmente fidelizzabili. Tuttavia, questa visione richiede condizioni precise per non degenerare in svalutazione reale. In tal senso, occorrerebbe adottare una linea nazionale con criteri specifici che siano in grado di determinare una promozione corretta e che garantisca strumenti di accesso democratico alla qualità rispetto ad una politica commerciale che mina la reputazione delle DOP e IGP.

Una volta definito tale aspetto, ove si rientrasse in uno dei comportamenti di cui alla lettera d) di cui sopra ben si potrebbe immaginare che la delega trovi applicazione, ma allo stato attuale senza chiarimenti e una correlazione effettiva tra la lettera d) e l'abbassamento dei prezzi diviene difficile estendere i confini della delega e, di conseguenza, la sua liceità. Se la delega statale da un lato potrebbe essere di facile estensione (una volta compreso il punto di cui sopra), più complessa è la giustificazione sui prezzi alla luce della normativa *antitrust* italiana ed europea.

L'intervento dei consorzi di tutela nella determinazione dei prezzi, quando rivolto ai soggetti consorziati, può trovare una legittimazione nella logica dell'intesa di filiera orientata al miglioramento qualitativo dell'offerta. È questo, ad esempio, il caso dei Piani di Regolazione dell'Offerta previsti per le DOP e le IGP⁴, inizialmente limitati ai settori dei formaggi e dei prosciutti. Tuttavia, un'analisi più approfondita rivela come la legittimità di simili interventi sia ben più problematica quando si estende a soggetti esterni alla filiera consortile, in particolare ai rivenditori o ad altri operatori economici non vincolati da rapporti associativi diretti con il consorzio. In tali circostanze, l'adozione di provvedimenti volti, anche solo indirettamente, a condizionare i prezzi di vendita – per esempio attraverso raccomandazioni, intese implicite o pressioni commerciali – solleva fondati dubbi di compatibilità con la normativa in materia di concorrenza, sia a livello europeo che nazionale.

⁴ Il Consiglio di Stato con sentenza n. 1299/2021 ha ritenuto che i Piani di regolazione siano pienamente compatibili con la disciplina della concorrenza, non essendo limitati a situazioni di crisi, ma potendo essere adottati anche per adeguare l'offerta alla domanda e garantire il valore aggiunto e la qualità, in linea con gli obiettivi della PAC.

In particolare, l'articolo 101 del Trattato sul Funzionamento dell'Unione Europea (TFUE) vieta in modo esplicito gli accordi tra imprese che abbiano per oggetto o per effetto quello di restringere o falsare la concorrenza all'interno del mercato interno. Un'eventuale iniziativa dei consorzi volta a determinare o orientare i prezzi di rivendita, ancorché in una prospettiva di tutela della qualità o del valore del prodotto, rischierebbe di costituire una forma di cartello tra produttori, con effetti potenzialmente distorsivi e dannosi per il corretto funzionamento del mercato.

La questione appare ancor più delicata se si considera che allo stato attuale non esiste un quadro normativo sufficientemente chiaro e dettagliato in merito ai limiti dell'azione dei consorzi in materia di prezzi. Tale lacuna normativa rischia di generare due conseguenze opposte, ma ugualmente problematiche: da un lato, un'inibizione pratica dell'utilizzo dello strumento, che diventa inapplicabile per timore di violazioni; dall'altro, un'applicazione arbitraria o incontrollata, che potrebbe sfociare in tensioni nei rapporti con la distribuzione organizzata o in interventi sanzionatori da parte delle autorità garanti della concorrenza.

A ciò si aggiunge una riflessione di ordine economico: un'ingerenza eccessiva da parte dei consorzi nella determinazione dei prezzi di rivendita potrebbe produrre effetti negativi non soltanto sul piano della competitività del prodotto IG, ma anche in termini di disincentivo alla commercializzazione da parte della grande distribuzione, la quale, percependo una limitazione alla propria libertà commerciale, potrebbe progressivamente ridurre l'interesse a promuovere tali prodotti. Il rischio di «boomerang economico» non dovrebbe essere sottovalutato, poiché potrebbe tradursi in una contrazione della domanda, danneggiando proprio quei produttori che il sistema delle IG intende tutelare.

In questo contesto, anche qualora si volesse invocare una giustificazione normativa, come ad esempio la delega contenuta nella lettera d) del regolamento o il riferimento alla cosiddetta "eccezionalità agricola" (principio in base al quale il settore agricolo può beneficiare di alcune deroghe alle regole ordinarie della concorrenza), tale legittimazione non può prescindere da un rigoroso rispetto dei principi di proporzionalità, temporaneità e necessità. Le restrizioni eventualmente imposte dovrebbero dunque essere attentamente calibrate, giustificate da obiettivi specifici, misurabili e coerenti con l'interesse generale, ed evitare qualsiasi forma di imposizione generalizzata e indefinita.

In mancanza di una normativa secondaria o di linee guida interpretative chiare, il rischio è che l'attuale assetto generi incertezza giuridica e operativa, favorisca il proliferare di interpretazioni divergenti tra Stati membri, autorità garanti e operatori del settore. Un simile scenario risulta eviden-

temente incompatibile con la *ratio* stessa del sistema delle Indicazioni Geografiche, che si fonda sulla necessità di coniugare tutela qualitativa del prodotto, trasparenza normativa e corretto funzionamento del mercato. Per tali ragioni, appare urgente e auspicabile un intervento chiarificatore da parte del legislatore europeo – o, in subordine, di quello nazionale – che stabilisca con chiarezza i limiti entro cui i consorzi possono legittimamente operare nel campo della regolazione dei prezzi, definendo le condizioni, le modalità applicative e le garanzie procedurali da rispettare. Solo attraverso una tale azione normativa sarà possibile evitare il rischio di un'applicazione disomogenea della disciplina e garantire una tutela effettiva e sostenibile delle IG, che non si traduca, paradossalmente, in un ostacolo alla loro commercializzazione.

5. CONCLUSIONI

Il recente regolamento in materia di Indicazioni Geografiche attribuisce ai consorzi di tutela un ruolo di primaria importanza nella protezione e nella valorizzazione delle produzioni tipiche, configurando un quadro normativo che amplia le loro responsabilità e competenze. Tale evoluzione normativa, tuttavia, comporta significative problematiche sia sotto il profilo giuridico che operativo, soprattutto in relazione alla disciplina della regolazione dei prezzi. Nonostante quest'ultima persegua obiettivi legittimi, quali la salvaguardia della qualità e dell'identità del prodotto, essa potrebbe dar luogo a potenziali conflitti con la normativa europea in materia di concorrenza, generando distorsioni che pregiudicano il regolare funzionamento del mercato. In tale ottica, appare necessario un intervento chiarificatore da parte del legislatore europeo – o, in via subordinata, di quello nazionale – finalizzato a definire in modo preciso i limiti e le condizioni entro cui i consorzi possono operare. Solo mediante una disciplina normativa trasparente e coerente sarà possibile contemperare le esigenze di tutela delle Indicazioni Geografiche con il rispetto delle regole concorrenziali, evitando così interferenze ingiustificate nelle dinamiche competitive. In conclusione, il bilanciamento tra valorizzazione del prodotto, libertà d'impresa e tutela della concorrenza rappresenta una sfida cruciale per il futuro del sistema delle Indicazioni Geografiche. Un intervento legislativo calibrato e coerente costituisce, pertanto, la condizione imprescindibile affinché gli strumenti attribuiti ai consorzi risultino efficaci e compatibili con i principi fondamentali dell'ordinamento europeo.

RIASSUNTO

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 privata, sulla definizione di pratiche e/o prezzi “svalutativi” e sui mezzi coercitivi che gli stessi possono applicare nei confronti di soggetti esterni.

ABSTRACT

The new Regulation on Geographical Indications (GIs) strengthens the role of agri-food producer groups, assigning them a multifaceted governance function. This entails the ability to take strategic decisions aimed at safeguarding the position of GI producers, including quality management, the protection of product value, and defense against harmful practices. Among the powers conferred by the Regulation, particular significance is given to the possibility of influencing prices, adopting measures to promote products, and counteracting practices that diminish their value.

Nevertheless, certain critical issues arise from the lack of clear criteria for defining the concept of “devaluation” and for determining how consortia may intervene in price regulation, potentially placing them in conflict with antitrust rules. In this context, an overly rigid application of the newly introduced rules risks discouraging large distributors from selling or promoting GIs, thereby ultimately harming both consortium members and the GIs themselves.

Therefore, while the objectives of protecting product quality and reputation are legitimate, it is essential that competitive market dynamics are not undermined. This highlights the need to reflect on the limits of the legitimacy of consortia’s interference in private economic activity, on the definition of “devaluing” practices and/or prices, and on the coercive measures that consortia may apply vis-à-vis third parties.