Prodotti Dop, il logo diventa rosso

Cambia il tradizionale logo delle denominazioni di origine protette (Dop), che finora aveva identiche caratteristiche per forma, colore e disegno a quelle delle indicazioni geografiche protette (Igp), con l'unico elemento di distinzione nella legenda figurante all'interno dei due simboli. Per marcare meglio la distinzione tra i due loghi, la Commissione – con il nuovo Regolamento Ce n. 628/2008 – ha deciso di differenziare i relativi colori, lasciando inalterati la forma e il disegno: [diventa giallo-rosso il logo delle Dop](#), mentre [restano giallo-blu quelli delle Igp](#) e delle Stg (le specialità tradizionali garantite).

Per evitare che la modifica del colore dei simboli comunitari crei un pregiudizio economico ai produttori e agli operatori interessati, la Commissione ha previsto un periodo transitorio, fino al 1° maggio 2010, entro il quale potranno essere utilizzati i simboli comunitari conformi alle disposizioni applicabili anteriormente alla data di entrata in vigore del nuovo regolamento.

Sebbene l'obiettivo di agevolare agli occhi del consumatore la distinzione dei due marchi di origine sia certamente condivisibile, resta qualche dubbio sulla scelta di modificare il tradizionale colore blu dell'Unione Europea delle Dop, che rappresentano il patrimonio più cospicuo dei prodotti tradizionali a denominazione d'origine, con il colore rosso, spesso associato all'idea di pericolo. Sarebbe forse stato meglio far precedere questa decisione da uno studio preliminare accurato, che valutasse con attenzione l'impatto di questa scelta sul mercato e sui consumatori.

Si tratta di un mercato importante, che, secondo i dati Ismea, in Italia è cresciuto nel 2007 con un incremento del fatturato alla produzione e al consumo, rispettivamente del 7,9% e del 5,4% rispetto all'anno precedente, anche se, va detto, resta preponderante il peso dei "comparti storici", rappresentati dai formaggi e dai prodotti a base di carni, in particolare i salumi, che insieme coprono una quota pari al 90% circa del fatturato complessivo in entrambe le fasi.

Questo è un settore nel quale l'Italia detiene il primato in Europa per numero di registrazioni, 172 in totale per Dop e Igp, seguita dalla Francia, con 157 prodotti, e dalla Spagna con 115. Attualmente sono 113 le Dop e 59 le Igp riconosciute nel nostro Paese, tra cui 29 prodotti a base di carne, 35 formaggi, 38 oli di oliva, 56 ortofrutticoli, 2 aceti, 4 prodotti della panetteria, 2 carni e frattaglie fresche, 3 spezie o essenze, 2 pesci, molluschi, crostacei freschi e prodotti derivati, 1 miele (vedi l'elenco).

Occorre, comunque, tenere sempre presente che la semplice adozione di un marchio d'origine non è sufficiente da sola a risolvere eventuali debolezze strutturali né di raggiungere il successo sul mercato, se non c'è dietro un chiaro disegno organizzativo, sul piano produttivo e commerciale, che trovi la piena condivisione e partecipazione delle imprese e che sia capace di far percepire al consumatore la differenza qualitativa che giustifichi il maggior costo rispetto ai corrispondenti prodotti convenzionali.