



PARLAMENTO EUROPEO

2009 - 2014

---

*Commissione per lo sviluppo regionale*

---

**2013/2098(INI)**

16.10.2013

# PARERE

della commissione per lo sviluppo regionale

destinato alla commissione per l'agricoltura e lo sviluppo rurale

sul marchio di qualità regionale: verso migliori prassi nelle economie rurali  
(2013/2098(INI))

Relatore per parere: Oldřich Vlasák

PA\_NonLeg

## SUGGERIMENTI

La commissione per lo sviluppo regionale invita la commissione per l'agricoltura e lo sviluppo rurale, competente per il merito, a includere nella proposta di risoluzione che approverà i seguenti suggerimenti:

1. osserva la particolare importanza che il marchio di qualità regionale riveste per i territori e le economie rurali locali, poiché pone in luce il legame con un territorio specifico e prezioso in termini di origine dei prodotti e dei servizi e favorisce lo sviluppo economico regionale produttivo; è del parere che, in un'epoca di economie globalizzate, i marchi di qualità regionale possano fungere da importanti veicoli di promozione dell'identità regionale, locale e territoriale, fornendo informazioni fondamentali su tale identità, nonché concorrere alla conservazione, alla trasmissione e alla promozione delle tradizioni locali e regionali, della storia e delle caratteristiche specifiche del territorio, che favoriranno il miglioramento della competitività e dell'attrattiva dei territori rurali;
2. condivide l'opinione secondo cui i marchi e le denominazioni regionali protette dell'UE hanno un ruolo specifico in zone caratterizzate da talune restrizioni; riconosce, a tal riguardo, il ruolo delle nuove denominazioni, quale il marchio europeo recentemente introdotto per i prodotti agricoli provenienti dalle regioni di montagna; invita la Commissione a introdurre una denominazione simile per i prodotti provenienti dalle regioni insulari; sottolinea l'importanza dei marchi regionali per alcuni settori specifici, come le industrie creative regionali, nell'ambito delle quali i marchi possono portare alla creazione di nuovi prodotti culturali nel contesto di un processo di sviluppo di un marchio territoriale, nonché contribuire al progresso economico di tali regioni;
3. evidenzia la natura trasversale e il valore aggiunto dei marchi di qualità regionale, che sostengono prodotti agricoli specifici, così come manufatti e abilità artigianali e processi produttivi specifici; sottolinea l'utilità di una cooperazione tra i diversi marchi di qualità regionale basata sulle interazioni tra le risorse condivise da vari marchi regionali a livello locale e regionale e sulle sinergie tra marchi regionali limitrofi; reputa che i prodotti a marchio regionale possano essere utili quali buoni prodotti e guide associati ad altri servizi forniti in ambiente rurale come il turismo sostenibile, gli alloggi, i servizi di ristorazione ecc.; sottolinea, al riguardo, la fondamentale importanza di un approccio integrato e olistico alla promozione dei prodotti a marchio regionale e alla loro realizzazione su scala locale, regionale, nazionale ed europea; ritiene necessario fornire pieno appoggio al miglioramento della commercializzazione dei marchi regionali e delle loro indicazioni geografiche, al fine di rivalorizzare la loro immagine sia all'interno che all'esterno dell'Unione europea; sottolinea la necessità di evitare il rischio che le denominazioni a marchio regionale utilizzate per etichettare i prodotti agricoli siano confuse con le denominazioni di origine e le indicazioni geografiche dell'UE esistenti nel settore agroalimentare, dal momento che i prodotti a denominazione protetta devono rispettare criteri specifici stabiliti dalle autorità di regolamentazione;
4. invita i gruppi di azione locale, nel quadro del programma Leader +, a favorire la creazione di una rete di cooperazione fra produttori locali e regionali, fornitori di servizi e istituzioni culturali, quali università, musei e centri di ricerca, per permettere agli aspetti culturali e storici del territorio di essere sintetizzati in un marchio regionale capace di

creare un legame duraturo fra la formazione, la ricerca e la produzione, creando così anche posti di lavoro;

5. è del parere che il marchio di qualità regionale, fondato su un approccio territoriale dal basso verso l'alto, promuova la cooperazione e le reti fra i vari attori economici e le organizzazioni socioprofessionali locali, grazie alle quali essi sviluppano e migliorano i propri prodotti e i propri servizi, introducendo processi più ecocompatibili; insiste sul fatto che il rispetto dei diritti dei lavoratori e la considerazione degli effetti ambientali siano aspetti particolarmente importanti per il criterio della qualità;
6. invita gli Stati membri e le autorità sub-nazionali a tenere debitamente conto dei marchi di qualità regionale e del ruolo dei marchi stessi nei territori rurali, inserendoli nelle proprie strategie di sviluppo locale e regionale;
7. è del parere che, per ottenere successo, i marchi regionali necessitino di un'indispensabile massa critica di professionisti e finanziamenti in modo da rendere possibile, tra l'altro, lo sviluppo di strategie commerciali volte a migliorare la loro presenza sui mercati europei e dei paesi terzi; chiede un sostegno migliore e più adeguato ai marchi regionali mediante i Fondi strutturali e di investimento europei; invita gli Stati membri e gli altri organismi di pertinenza a sostenere tale approccio nei relativi documenti programmatici per il prossimo periodo di programmazione 2014-2020, in particolare nei loro programmi transfrontalieri; è dell'opinione che sia necessario introdurre misure aggiuntive volte a difendere i prodotti a marchio regionale, ad esempio per evitare l'imitazione o la confusione con denominazioni di qualità agroalimentare protette dell'UE;
8. evidenzia che, ai fini del successo dei finanziamenti ottenuti dai Fondi strutturali e di investimento europei, è opportuno rendere le relative procedure amministrative il più semplici, coerenti e lineari possibili per i beneficiari;
9. ritiene essenziali, al fine di assicurare un maggior successo dei marchi di qualità regionale, lo scambio di esperienze, la messa in rete, i partenariati nonché il patrimonio storico, culturale e simbolico di un territorio; riconosce il ruolo degli organismi di rappresentanza, come le associazioni, su scala regionale, nazionale ed europea, che si occupano della promozione dei marchi regionali ed esaltano e rafforzano la crescente visibilità della regione; invita a prestare maggiore attenzione alle iniziative per i marchi regionali quali eventuale tema comune della cooperazione territoriale europea e delle iniziative di finanziamento europee nonché quali strumenti che rappresentano un investimento nella vitalità a lungo termine della competitività della regione.

## ESITO DELLA VOTAZIONE FINALE IN COMMISSIONE

<b>Approvazione</b>	14.10.2013
<b>Esito della votazione finale</b>	+: 30 -: 0 0: 0
<b>Membri titolari presenti al momento della votazione finale</b>	Luís Paulo Alves, Francesca Barracciu, Victor Boștinaru, Nikos Chrysogelos, Danuta Maria Hübner, María Irigoyen Pérez, Seán Kelly, Mojca Kleva Kekuš, Constanze Angela Krehl, Iosif Matula, Jan Olbrycht, Wojciech Michał Olejniczak, Georgios Stavrakakis, Nuno Teixeira, Lambert van Nistelrooij, Oldřich Vlasák, Kerstin Westphal, Hermann Winkler, Joachim Zeller
<b>Supplenti presenti al momento della votazione finale</b>	Andrea Cozzolino, Cornelia Ernst, Catherine Grèze, Karin Kadenbach, Maurice Ponga, Elisabeth Schroedter, Richard Seeber, Patrice Tirolien, Giommara Uggias, Derek Vaughan
<b>Supplenti (art. 187, par. 2) presenti al momento della votazione finale</b>	Edvard Kožušník