



Bozen, 18.7.2017

An den Präsidenten
des Südtiroler Landtages
Bozen

Bolzano, 18/7/2017

Al presidente
del Consiglio della Provincia autonoma di Bolzano
Bolzano

BESCHLUSSANTRAG

Nr. 798/17

Wahrheit für Südtiroler Markenprodukte

Der Gebrauch und die Produktion von regionalen Produkten sind mittlerweile zu einem Megatrend geworden: Die Menschen verbinden sie mit positiven Eigenschaften wie Frische oder Geschmack. Beim Kauf von regionalen Produkten entscheidet man sich gegen die industrielle Produktion und gegen den homologierten Geschmack von Fast-food-Erzeugnissen. Wer eine ausgeprägte Sensibilität für die Umwelt hat, für den sind „Null-Kilometer“-Produkte auch ein Bekenntnis gegen lange Transportwege und die globale Erwärmung.

Um das Image des Landes mit Produkten unverfälschter Qualität zu fördern, können typische und traditionelle Qualitätsprodukte das Siegel „Südtirol/Alto Adige“ tragen, und gerade um dieses Image, das mittlerweile weltweit bekannt ist, beizubehalten, ist es wichtig, dass diese Produkte auch authentisch sind. „Regional“ bedeutet nicht automatisch „beste Qualität“ oder 100 % Südtirolerisch. Für viele Produkte werden nämlich Rohstoffe verwendet, die von außerhalb Südtirol oder sogar von anderen Ländern kommen. Die Verbraucherinnen und Verbraucher dieser Produkte, die stetig steigen, erwarten sich jedoch Authentizität und Ehrlichkeit.

Im Reglement für die Benutzung der Dachmarke „Südtirol/Alto Adige“ werden laut Beschluss der Landesregierung vom 6. September 2011 die Voraussetzungen festgelegt, die nötig sind, um die

MOZIONE

N. 798/17

Verità per i prodotti a marchio Südtirol

L'uso e la produzione di prodotti regionali sono diventati un megatrend: le persone li collegano a caratteristiche positive, come la freschezza o il gusto. Comprare prodotti regionali è una scelta contro la produzione industriale e contro i sapori omologati dei fast food. Per chi ha una sensibilità più spiccata verso l'ambiente, il km0 è una scelta anche contro i lunghi trasporti e il riscaldamento terrestre.

L'Alto Adige/Südtirol per promuovere l'immagine della provincia, come terra di qualità genuina, permette a prodotti tipici e tradizionali di qualità di portare il marchio "Alto Adige/Südtirol" e proprio per preservare la nostra immagine ormai famosa a livello internazionale, è di grande importanza che chi espone questo marchio sia sincero e autentico. Infatti "regionale" non significa automaticamente né "qualità migliore" né 100 % sudtirolese. Per molti prodotti la materia prima viene da fuori provincia se non da altri Paesi. D'altra parte però i consumatori e le consumatrici di questi prodotti, in crescita costante, si aspettano autenticità e sincerità.

Nel Regolamento per l'utilizzo del marchio ombrello "Alto Adige/Südtirol" secondo delibera provinciale del 6 settembre 2011 vengono stabiliti i requisiti necessari per poter esporre il marchio

Dachmarke für typische, bezeichnende und charakteristische Produkte zu verwenden. Die Marke garantiert Qualität und Authentizität. Sie darf für Lebensmittel verwendet werden, die den Voraussetzungen gemäß Landesgesetz Nr. 12/2005 entsprechen (Erzeugnisse, die das Qualitätszeichen „Qualität mit Herkunftsangabe“ führen, Erzeugnisse mit einer garantierten traditionellen Spezialität (g.t.S.), Qualitätsweine laut Verordnung 1999/1493/EG des Rates vom 17. Mai 1999, Erzeugnisse aus ökologischem Anbau). Der Beschluss der Landesregierung weist hierfür explizit auf Artikel 7 Absatz 5 „die durch eine sich auf Südtirol beziehende geschützte geografische Angabe (ggA) oder geschützte Ursprungsbezeichnung (g.U.) unter Schutz gestellt sind“ hin. Der Unterschied dabei ist, dass es bei der g.t.S-Bezeichnung genügt, wenn die Produktion oder die Verarbeitung in Südtirol stattfindet, während für die ggA alle Schritte in Südtirol erfolgen müssen.

Ab 1. April 2015 muss auf den Produktetiketten verpflichtend der Aufzucht- und Schlachtort von Schweine-, Schaf- und Ziegenfleisch und von Geflügel angegeben werden. Die Verbraucher können dadurch im Supermarkt das Fleisch auch aufgrund der Herkunft wählen. Die EU-Richtlinie 1337/2013 schließt aber Wurstwaren aus, die mit Schweinefleisch hergestellt werden, wie Schinken, Speck und andere italienische DOC-Produkte. Es ist also derzeit für den Verbraucher unmöglich, die Herkunft des Schweinefleisches, das für die Speckherstellung verwendet wird, zu erfahren. Und es ist auch nicht verpflichtend, die Herkunft der Rohstoffe anzugeben, die für Fruchtsäfte oder Käse verwendet werden.

Es ist gut, dass Produkte, die in der ganzen Welt bekannt sind, Botschafter für die Qualität unserer Erzeugnisse und die Schönheit unseres Landes werden. Gerade aufgrund dieser großen Verantwortung müsste hier 100%ige Ehrlichkeit herrschen. Für eine Dachmarke wie jene Südtirols ist es entscheidend, hohe Qualität sicherzustellen. Ein weiterer wichtiger Schritt ist es aber, ehrliche Informationen zu den Produkten, die sich damit schmücken, zu vermitteln und ehrliche Bilder, die die Geschichte ihrer Herstellung erzählen, zu verwenden.

“Alto Adige/Südtirol” sui prodotti tipici, peculiari e caratteristici della regione. Il marchio è garanzia di qualità e autenticità. Di tale marchio possono fare uso prodotti agroalimentari che rispondono ai requisiti previsti dalla legge provinciale n.12 del 2005 (i prodotti recanti il “marchio di qualità con indicazione di origine”, i prodotti contrassegnati dalla specialità tradizionale garantita (STG), i vini di qualità di cui al regolamento 1999/1493/CE del Consiglio del 17 maggio 1999, prodotti di produzione biologica) e cita espressamente al comma 5 dell’art. 7 quelli “tutelati da indicazione geografica protetta (IGP) o da denominazione d’origine protetta (DOP) riferibili all’Alto Adige/Südtirol”. La differenza tra le due denominazioni è che per la prima (STG) basta che o la produzione, o la trasformazione o la elaborazione avvengano in Alto Adige, mentre per la seconda (IGP) tutti questi passaggi devono avvenire nella nostra provincia.

Dal 1 aprile 2015 è diventato obbligatorio indicare nelle etichette il luogo di allevamento e di macellazione della carne fresca di maiale, pecora, capra e dei volatili. In questo modo al supermercato i consumatori possono scegliere queste carni anche in base alla loro origine. Dall’entrata in vigore del regolamento dell’Unione europea 1337/2013, però sono rimasti esclusi i salumi confezionati proprio con la carne di maiale, come i prosciutti, lo speck e altri prodotti doc italiani. A oggi è dunque impossibile per la consumatrice o il consumatore conoscere l’origine dei maiali utilizzati per la produzione dello speck, per esempio, così come non c’è obbligo di indicare l’origine delle materie prime di succhi di frutta e formaggi.

È corretto che prodotti famosi ormai in tutto il mondo diventino testimonial della qualità e bellezza del nostro territorio. A maggior ragione, proprio per questa grande responsabilità, dovrebbero essere sinceri al 100%. Garantire la qualità è decisivo per un marchio territoriale come il nostro, ma un secondo passo, dovrebbe essere quello di garantire la sincerità dei prodotti che lo espongono, così come sincere dovrebbero essere le immagini che pretendono di raccontarne la storia.

Aus diesem Grund

**verpflichtet
der Südtiroler Landtag
die Landesregierung,**

1. das Reglement für die Benutzung der Dachmarke „Südtirol/Alto Adige“ abzuändern, damit die Verwendung von Rohstoffen, die aus Südtirol stammen, als Voraussetzung eingefügt wird;
2. wo dies nicht möglich ist, ist die Herkunft der Rohstoffe in Prozenten anzugeben;
3. die Hersteller, die die Dachmarke führen dürfen, zu verpflichten, ehrliche Bilder zu verwenden, mit denen sie die Geschichte und die Herkunftsgeschicht ihrer Produkte erzählen.

gez. Landtagsabgeordnete
dott.ssa Brigitte Foppa
dott. Riccardo Dello Sbarba
Dr. Hans Heiss

Per questo motivo,

**il Consiglio della Provincia
autonoma di Bolzano
impegna la Giunta provinciale**

1. A inserire tra i requisiti previsti nel Regolamento per l'uso del marchio ombrello "Alto Adige/Südtirol" che le materie di cui è composto devono provenire dal territorio provinciale.
2. Ove questo non sia possibile, che venga indicata la provenienza delle materie prime in percentuale.
3. A vincolare chi ottiene l'uso del marchio ombrello anche alla sincerità delle immagini che ne raccontano la storia e la provenienza.

f.to consiglieri provinciali
dott.ssa Brigitte Foppa
dott. Riccardo Dello Sbarba
dott. Hans Heiss