



**PARMIGIANO
REGGIANO**



PRATICHE COMMERCIALI INGANNEVOLI E IG: IL CASO «PARMESAN»
Roma 22 Marzo 2016

IL PERCORSO DEI NEGOZIATI TTIP

- Il nodo delle indicazioni geografiche
- Il nodo delle pratiche commerciali «sounding»



Le tesi UE (e Italia):

Protezionismo o Regole eque e trasparenti?

**CONCORENZA
«NON-FAIR»?**

**CONSUMATORI
INGANNATI?**

CONCORRENZA «FAIR» – STIMA DANNO

TRA 2003 e 2014 export Parmigiano Reggiano



VERSO UE (26)

+124%



VERSO USA

+30%

Non è possibile misurare in punti % l'effetto, ma di certo il trend UE è anche da collegare alla «protezione» del nome nei confronti di usurpazioni/evocazioni e pratiche ingannevoli al consumatore

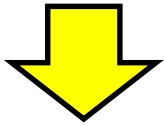
CONSUMATORI USA, PARMESAN e ITALIAN SOUNDING

Le tesi dei produttori USA sono che:

- **Parmesan è per i consumatori USA un nome generico, senza legami a Parmigiano Reggiano**
- **L'uso di elementi grafici «italiani» sulle confezioni non è ingannevole perché i consumatori USA conoscono le differenze tra i prodotti e dalla lettura delle etichette**

L'INDAGINE: METODOLOGIA

- **Indagine web (questionario on-line)**
- **7 domande**
- **Nessun riferimento a Parmigiano Reggiano o Italia**



- **1.236 interviste**
- **Tutto il territorio nazionale**



L'INDAGINE: METODOLOGIA

Nell'indagine nessun richiamo all'Italia o al Parmigiano Reggiano


Società incaricata «Aicod»

Esempi di Adv-online

L'INDAGINE: METODOLOGIA

 **Aicod**
Sponsored · 




If you love healthy recipes fill in this questionnaire and get a free tasty cookbook!






Like cooking and cheese?

We collected healthy cheese recipes from all over the world, just fill in this quick questionnaire and download your free recipe book.


WWW.AICOD.IT

 16  1  12

[LikeComment](#)  [Share](#)

 **Aicod**
Sponsored · 


Fill in this questionnaire and get a free cookbook with recipes from all over the world!




Love cooking and cheese?

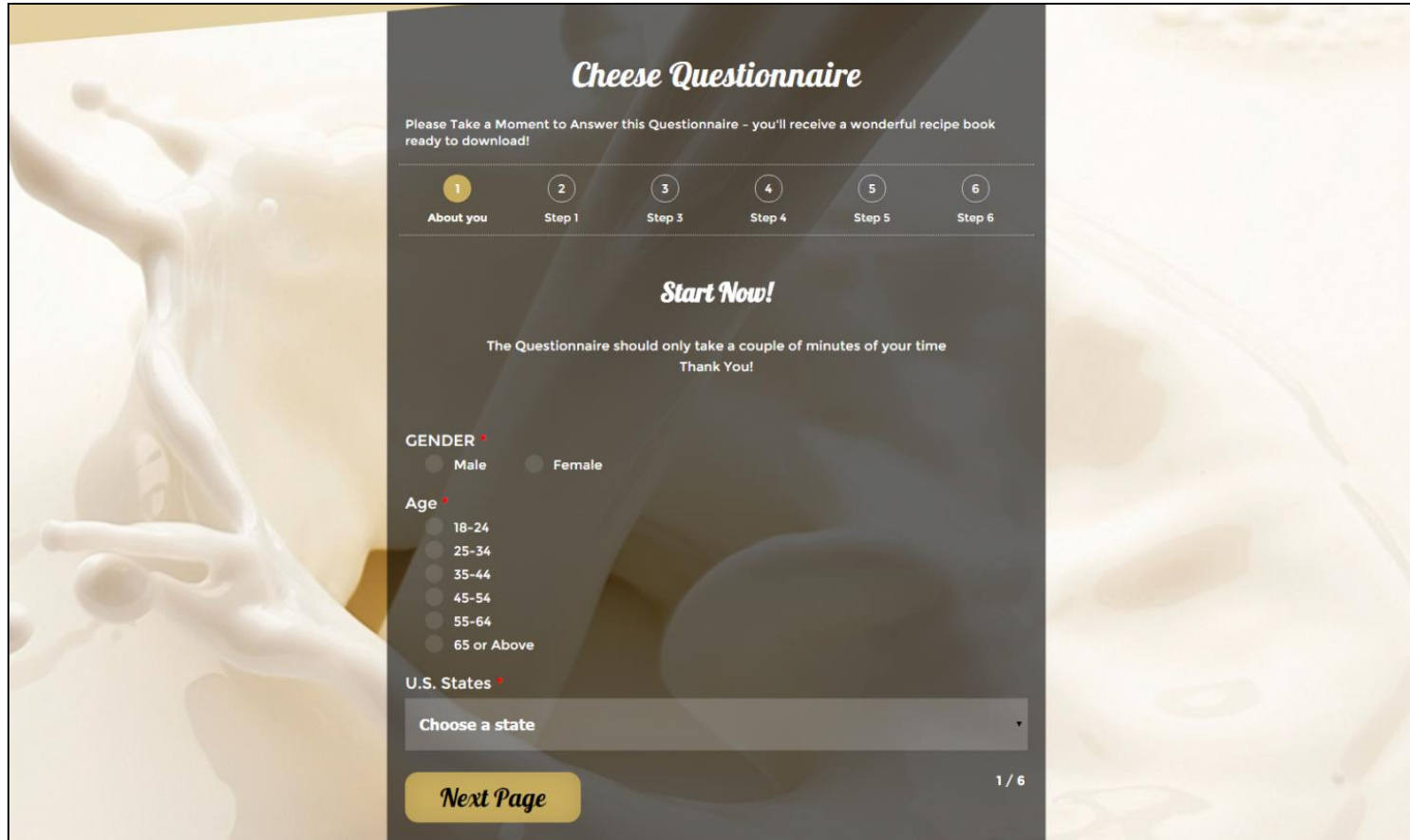
We collected healthy cheese recipes from all over the world. Download the cookbook for free, just fill in a quick questionnaire!

WWW.AICOD.IT

 1

[LikeComment](#)  [Share](#)

L'INDAGINE: METODOLOGIA

A screenshot of a web-based questionnaire titled "Cheese Questionnaire". The form is set against a background of a cheese wheel and a splash of milk. It features a progress bar with six steps, a "Start Now!" button, and several form fields for user information.

Cheese Questionnaire

Please Take a Moment to Answer this Questionnaire - you'll receive a wonderful recipe book ready to download!

1 About you 2 Step 1 3 Step 3 4 Step 4 5 Step 5 6 Step 6

Start Now!

The Questionnaire should only take a couple of minutes of your time
Thank You!

GENDER *

Male Female

Age *

18-24
 25-34
 35-44
 45-54
 55-64
 65 or Above

U.S. States *

Choose a state ▼

Next Page 1 / 6

L'INDAGINE: OBIETTIVI

- 1. Per i consumatori Usa «parmesan» è generico?**
- 2. L'uso di simboli/elementi «italian sounding» nelle confezioni è ingannevole per il consumatore?**

GENERICITA' DI UN NOME

- **Non identifica una specifica qualità**
- **Non induce ad un'origine specifica**

PARMESAN FORMAGGIO «GENERICO»? QUESTION

- **Parmesan è un formaggio tipico di una specifica area o Paese?:**

SI
66%




Di cui
ITALIA
90%

Se per i consumatori USA fosse un termine generico non verrebbe associato ad una specifica origine geografica

TIPO FORMAGGIO

Che tipo di formaggio associ al termine «parmesan»?

• Formaggio duro		81%
• Formaggi molli		6%
• Mozzarella		2%
• Non so		11%

TIPO LATTE

Con quale latte viene prodotto il «parmesean»?

- Latte di vacca



48%

- Pecora

8%

- Capra

9%

- Altro latte

6%

- Non so

29%

PARMESAN E SEGNI DISTINTIVI



A

Qual'è il Paese di origine del «parmesan» mostrato nella foto?

(prima A poi B)
Entrambe i prodotti di produttori Usa



B

PARMESAN E SEGNI DISTINTIVI

A	B
38%	67%
52%	22%
10%	11%

I risultati dimostrano che l'uso dei segni distintivi evocativi dell'Italia, producono un effetto ingannevole sulla percezione del consumatore

PROSSIMI PASSI: SPUNTI FINALI

- **Risolvere i problemi di «confusione» di mercato permetterà di dare maggiore efficacia alle azioni promozionali del Parmigiano Reggiano (certification mark)**
- **L'approccio quantitativo è un metodo di lavoro non solo per il TTIP ma anche per gli altri tavoli bilaterali, non solo per il Parmigiano Reggiano, bensì per l'intero sistema delle Dop-Igp e**