

Vendita diretta di prodotti agricoli da parte dei produttori

commento ed estratti normativi
a cura di Mario Esposito

L'azione collettiva degli agricoltori ha sempre giocato un ruolo di primo piano nella storia e nello sviluppo rurale dell'Europa. Durante il ventesimo secolo ciò ha portato alla creazione delle cooperative agricole, che hanno permesso un miglior accesso al mercato e un aumento dei redditi aziendali e dell'occupazione locale.

In anni più recenti l'azione collettiva degli agricoltori ha dato un importante contributo alla diffusione dei metodi produttivi più sostenibili.

Oggi l'agricoltura europea deve affrontare nuove sfide. Gli agricoltori hanno progressivamente perso il controllo sulle filiere dei prodotti agricoli a causa del crescente potere della distribuzione organizzata e devono far fronte al calo generale dei sostegni e al riorientamento delle politiche di supporto al settore. Nel contempo cresce la necessità di rispondere alle richieste formulate dai consumatori di maggiore sicurezza alimentare, di qualità dei prodotti e di tutela del territorio. Anche in questo contesto l'azione collettiva degli agricoltori può essere utile per trovare risposte adeguate ai nuovi scenari.

Al fine di inquadrare dal punto di vista normativo le informazioni utili per lo svolgimento della vendita diretta dei prodotti da parte degli imprenditori agricoli si richiamano le seguenti norme:

D.Lgs. 18 maggio 2001, n. 228

Orientamento e modernizzazione del settore agricolo, a norma dell'articolo 7 della legge 5 marzo 2001, n. 57.

Art. 4.

Esercizio dell'attività di vendita

1. Gli imprenditori agricoli, singoli o associati, iscritti nel registro delle imprese di cui all'art. 8 della legge 29 dicembre 1993, n. 580, possono vendere direttamente al dettaglio, in tutto il territorio della Repubblica, i prodotti provenienti in misura prevalente dalle rispettive aziende, osservate le disposizioni vigenti in materia di igiene e sanità.
2. La vendita diretta dei prodotti agricoli in forma itinerante e' soggetta a previa comunicazione al comune del luogo ove ha sede l'azienda di produzione e può essere effettuata decorsi trenta giorni dal ricevimento della comunicazione.
3. La comunicazione di cui al comma 2, oltre alle indicazioni delle generalità del richiedente, dell'iscrizione nel registro delle imprese e degli estremi di ubicazione dell'azienda, deve contenere la specificazione dei prodotti di cui s'intende praticare la vendita e delle modalità con cui si intende effettuarla, ivi compreso il commercio elettronico.
4. Qualora si intenda esercitare la vendita al dettaglio non in forma itinerante su aree pubbliche o in locali aperti al pubblico, la comunicazione e' indirizzata al sindaco del comune in cui si intende esercitare la vendita. Per la vendita al dettaglio su aree pubbliche mediante l'utilizzo di un posteggio la comunicazione deve contenere la richiesta di assegnazione del posteggio medesimo, ai sensi dell'art. 28 del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114.
5. La presente disciplina si applica anche nel caso di vendita di prodotti derivati, ottenuti a seguito di attività di manipolazione o trasformazione dei prodotti agricoli e zootecnici, finalizzate al completo sfruttamento del ciclo produttivo dell'impresa.
6. Non possono esercitare l'attività di vendita diretta gli imprenditori agricoli, singoli o soci di società di persone e le persone giuridiche i cui amministratori abbiano riportato, nell'espletamento delle funzioni connesse alla carica ricoperta nella società, condanne con sentenza passata in giudicato, per delitti in materia di igiene e sanità o di frode nella preparazione degli alimenti nel quinquennio precedente all'inizio dell'esercizio dell'attività. Il divieto ha efficacia per un periodo di cinque anni dal passaggio in giudicato della sentenza di condanna.

7. Alla vendita diretta disciplinata dal presente decreto legislativo continuano a non applicarsi le disposizioni di cui al decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114, in conformità a quanto stabilito dall'articolo 4, comma 2, lettera d), del medesimo decreto legislativo n. 114 del 1998.

8. Qualora l'ammontare dei ricavi derivanti dalla vendita dei prodotti non provenienti dalle rispettive aziende nell'anno solare precedente sia superiore a lire 80 milioni per gli imprenditori individuali ovvero a lire 2 miliardi per le società, si applicano le disposizioni del citato decreto legislativo n. 114 del 1998.

Farmer's Market

DECRETO 20 Novembre 2007 (MINISTERO POLITICHE AGRICOLE)

Attuazione dell'articolo 1, comma 1065, della legge 27 dicembre 2006, n. 296, sui mercati riservati all'esercizio della vendita diretta da parte degli imprenditori agricoli.

Art. 1.

Mercati riservati alla vendita diretta da parte degli imprenditori agricoli

1. In attuazione dell'art. 1 comma 1065, della legge 27 dicembre 2006, n. 296, sono definite le linee di indirizzo per la realizzazione dei mercati riservati alla vendita diretta da parte degli imprenditori agricoli di cui all'art. 2135 del codice civile, ivi comprese le cooperative di imprenditori agricoli ai sensi dell'art. 1, comma 2, del decreto legislativo 18 maggio 2001, n. 228.

2. I comuni, anche consorziati o associati, di propria iniziativa o su richiesta degli imprenditori singoli, associati o attraverso le associazioni di produttori e di categoria, istituiscono o autorizzano i mercati agricoli di vendita diretta che soddisfano gli standard di cui al presente decreto. Le richieste di autorizzazione complete in ogni loro parte, trascorsi inutilmente sessanta giorni dalla presentazione, si intendono accolte.

3. I mercati agricoli di vendita diretta possono essere costituiti, su area pubblica, in locali aperti al pubblico nonché su aree di proprietà privata.

4. I comuni, le regioni e le province autonome di Trento e Bolzano, il Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali nell'ambito delle ordinarie dotazioni di bilancio, promuovono azioni di informazione per i consumatori sulle caratteristiche qualitative dei prodotti agricoli posti in vendita.

Art. 2.

Soggetti ammessi alla vendita nei mercati agricoli di vendita diretta

1. Possono esercitare la vendita diretta nei mercati di cui all'art. 1 gli imprenditori agricoli iscritti nel registro delle imprese di cui all'art. 8 della legge 29 dicembre 1993, n. 580, che rispettino le seguenti condizioni:

a) ubicazione dell'azienda agricola nell'ambito territoriale amministrativo della regione o negli ambiti definiti dalle singole amministrazioni competenti;

b) vendita nei mercati agricoli di vendita diretta di prodotti agricoli provenienti dalla propria azienda o dall'azienda dei soci imprenditori agricoli, anche ottenuti a seguito di attività di manipolazione o trasformazione, ovvero anche di prodotti agricoli ottenuti nell'ambito territoriale di cui alla lettera a), nel rispetto del limite della prevalenza di cui all'art. 2135 del codice civile;

Art. 4.

Modalità di vendita dei prodotti agricoli

1. All'interno dei mercati agricoli di vendita diretta è ammesso l'esercizio dell'attività di trasformazione dei prodotti agricoli da parte degli imprenditori agricoli nel rispetto delle norme igienico-sanitarie richiamate al comma 3, dell'art. 2.

2. All'interno dei mercati agricoli di vendita diretta possono essere realizzate attività culturali, didattiche e dimostrative legate ai prodotti alimentari, tradizionali ed artigianali del territorio rurale di riferimento, anche attraverso sinergie e scambi con altri mercati autorizzati.

3. I comuni istituiscono o autorizzano i mercati agricoli di vendita diretta sulla base di un disciplinare di mercato che regoli le modalità di vendita, finalizzato alla valorizzazione della tipicità e della provenienza dei prodotti medesimi e ne danno comunicazione agli assessorati all'agricoltura delle regioni e delle province autonome di Trento e Bolzano.

Normativa della Regione Puglia

LEGGE REGIONALE 19 dicembre 2008, n. 38

“Norme per il sostegno del consumo dei prodotti agricoli regionali”.

Art. 1 (Finalità)

1. La Regione Puglia, nell'esercizio delle proprie funzioni amministrative, promuove la valorizzazione e l'utilizzazione delle produzioni agricole regionali, favorendo la commercializzazione e l'uso dei prodotti provenienti dalle aziende agricole ubicate nel proprio territorio, garantendo ai consumatori una maggiore trasparenza dei prezzi e assicurando un'adeguata informazione ai consumatori sull'origine e le specificità di tali prodotti.

2. Ai fini di cui al comma 1, la Regione interviene per:

- a) incentivare l'impiego, da parte dei gestori dei servizi di ristorazione collettiva pubblica, di prodotti agricoli di origine regionale nella preparazione dei pasti;
- b) sostenere l'incremento della vendita diretta di prodotti agricoli regionali da parte degli imprenditori agricoli;
- c) favorire l'acquisto di prodotti agricoli di origine regionale da parte delle imprese esercenti attività di ristorazione od ospitalità nell'ambito del territorio regionale;
- d) garantire il rispetto della normativa in materia di presentazione e etichettatura dei prodotti agricoli freschi e trasformati, attraverso idonea attività di controllo, anche con l'utilizzo di strumenti tecnologici a tutela del consumatore;
- e) favorire l'incremento della vendita di prodotti agricoli di origine regionale da parte della distribuzione.

Art. 3 (Disposizioni in materia di vendita diretta da parte degli imprenditori agricoli)

1. I comuni riservano agli imprenditori agricoli esercenti la vendita diretta di prodotti agricoli pugliesi, ai sensi dell'articolo 4 del decreto legislativo 18 maggio 2001, n. 228 (Orientamento e modernizzazione del settore agricolo, a norma dell'articolo 7 della legge 5 marzo 2001, n. 57), almeno il 20 per cento del totale dei posteggi nei mercati al dettaglio in aree pubbliche. I comuni sono autorizzati all'istituzione di nuovi posteggi, fino al raggiungimento di tale percentuale.
2. Al fine di favorire l'acquisto dei prodotti agricoli regionali e di assicurare un'adeguata informazione ai consumatori sull'origine e sulle specificità degli stessi prodotti, i comuni, nell'ambito del proprio territorio e del proprio piano per il commercio, destinano aree per la realizzazione di punti per la vendita diretta dei prodotti dell'azienda e di mercati dei prodotti agricoli locali riservati ai soli imprenditori agricoli.

Altre norme inerenti la presentazione dei prodotti alimentari al consumatore riguardano l'Etichettatura:

D.Lgs. 27/1/1992, N. 109

Attuazione delle direttive 89/395/CEE e 89/396 CEE concernenti l'etichettatura, la presentazione e la pubblicità dei prodotti alimentari

Decreto Legislativo 23 giugno 2003, n. 181

"Attuazione della direttiva 2000/13/CE concernente l'etichettatura e la presentazione dei prodotti alimentari, nonché la relativa pubblicità"

REGOLAMENTO (UE) N. 1169 del 25.10.2011

"relativo alla fornitura di informazioni sugli alimenti ai consumatori"

E' importante rammentare che l'imprenditore agricolo può imbottigliare l'olio prodotto e venderlo direttamente con le indicazioni previste dalle norme su richiamate, ma non bisogna dimenticare che la trasformazione dell'olio e l'imbottigliamento deve avvenire in stabilimenti autorizzati (ex art. 2 della L. 283/62 – ora ai sensi del Reg. CE 852/04 che prevede la presentazione di DIA Alimentare).

Gli strumenti di valorizzazione delle produzioni tipiche agro-alimentari sono rappresentati dai consorzi di tutela.

L'Unione Europea per promuovere e tutelare i prodotti agroalimentari ha creato con il Regolamento CEE n. 2081/92 i seguenti marchi: **Denominazione d'Origine Protetta (DOP)**, **Indicazione Geografica Protetta (IGP)** e **Specialità Tradizionale Garantita (STG)**.

L'Italia vanta attualmente il primato europeo tra i prodotti riconosciuti con la qualifica di DOP, IGP e STG.

Il DOP, è un marchio di tutela giuridica della denominazione che viene attribuito - solitamente per legge - a quegli alimenti le cui peculiari caratteristiche qualitative dipendono essenzialmente o esclusivamente dal territorio in cui sono prodotti.

L'ambiente geografico comprende sia fattori naturali (clima, caratteristiche ambientali), sia fattori umani (tecniche di produzione tramandate nel tempo, artigianalità,) che, combinati insieme, consentono di ottenere un prodotto inimitabile al di fuori di una determinata zona produttiva.

Affinché un prodotto sia DOP, le fasi di produzione, trasformazione ed elaborazione devono avvenire in un'area geografica delimitata. Chi fa prodotti DOP deve attenersi alle rigide regole produttive stabilite nel disciplinare di produzione, e il rispetto di tali regole è garantito da uno specifico organismo di controllo.

L' **IGP**, indica un marchio di origine che viene attribuito a quei prodotti agricoli e alimentari per i quali una determinata qualità, la reputazione o un'altra caratteristica dipende dall'origine geografica, e la cui produzione, trasformazione e/o elaborazione avviene in un'area geografica determinata.

Per ottenere la IGP quindi, almeno una fase del processo produttivo deve avvenire in una particolare area. Chi produce IGP deve attenersi alle rigide regole produttive stabilite nel disciplinare di produzione, e il rispetto di tali regole è garantito da uno specifico organismo di controllo.

Questa categoria di marchi non deve essere registrata, ma la tutela deriva da apposite leggi.

dicembre 2015

Mario Esposito