vinetur

Il ministro delle Imprese italiano esorta l’UE a difendere le denominazioni protette dalle contestazioni degli Stati Uniti

Adolfo Urso afferma che le iniziative statunitensi potrebbero indebolire le tutele legali del Brunello di Montalcino e di altre denominazioni europee

domenica 22 novembre 2026



Sabato 21 novembre, il ministro delle Imprese italiano ha esortato l’Unione europea ad assumere una posizione ferma a tutela delle indicazioni geografiche, avvertendo che alcune iniziative negli Stati Uniti potrebbero indebolire le tutele legali di alcuni dei nomi regionali più noti d’Europa nel settore agroalimentare e vinicolo.

Adolfo Urso, ministro delle Imprese e del Made in Italy, ha lanciato l’appello in un videomessaggio inviato alla 35ª edizione di Benvenuto Brunello, in corso a Montalcino, nei pressi di Siena, secondo quanto riferito da ANSA.

Urso ha affermato che l’Europa dovrebbe difendere le indicazioni geografiche già riconosciute dall’UE negli accordi commerciali con il Mercosur, il Messico, il Giappone e il Vietnam. Queste tutele riguardano prodotti i cui nomi sono legati per legge a un luogo specifico e a un metodo di produzione, un sistema particolarmente importante per vini come il Brunello di Montalcino e per altri prodotti tutelati da una denominazione.

«L’Europa deve assumere una posizione ferma per proteggere le indicazioni geografiche», ha dichiarato Urso, secondo quanto riferito da ANSA.

Ha affermato che questi prodotti sono esposti a nuove minacce e sostenuto che alcune iniziative dell’amministrazione statunitense rischiano di trasformare i nomi protetti più preziosi d’Europa in termini generici. Secondo Urso, ciò potrebbe danneggiare sia i produttori sia i consumatori, mentre continuano a diffondersi prodotti d’imitazione e beni «italian sounding». Nel messaggio non ha precisato a quali iniziative statunitensi si riferisse.

La questione va oltre una controversia giuridica sulle norme che regolano l’uso dei nomi. Se nei principali mercati di esportazione i nomi europei protetti fossero considerati più ampiamente termini generici, il valore commerciale e l’esclusività delle denominazioni vinicole e di altre etichette di bevande basate sull’origine potrebbero ridursi. Per i produttori di bevande, soprattutto nel settore del vino, ciò comporterebbe un potenziale rischio per il potere di determinazione dei prezzi, l’identità sul mercato e la fiducia dei consumatori.

Urso ha collegato la difesa dei prodotti legati all’origine alla più ampia strategia industriale del governo italiano. Nel suo messaggio ha affermato che queste produzioni rispecchiano gli obiettivi del Libro bianco Made in Italy 2030, che mira a rafforzare i settori associati alla qualità e all’identità italiane.

Ha inoltre richiamato i risultati del Brunello sui mercati internazionali. Urso ha affermato che la denominazione ha retto sui mercati esteri anche mentre le esportazioni francesi di vini e distillati sono diminuite. Ha presentato questo dato come prova del fatto che reputazione e qualità possono ancora sostenere la domanda in un contesto di mercato più debole.

«Una denominazione che cresce mentre il mercato arretra dimostra che qualità e reputazione pagano», ha dichiarato Urso, secondo quanto riferito da ANSA.

Le sue dichiarazioni hanno posto il settore vinicolo al centro di un dibattito più ampio in Europa su quanto energicamente il blocco dovrebbe difendere i nomi protetti nella politica commerciale e nelle controversie con i partner commerciali. Le indicazioni geografiche sono da tempo una priorità fondamentale dell’UE, soprattutto nei negoziati che riguardano prodotti agroalimentari e bevande di elevato valore all’esportazione.

Per l’Italia la questione è particolarmente delicata, perché molte delle sue esportazioni di punta dipendono da identità regionali tutelate. Nel settore vinicolo, i nomi legati a un luogo non sono soltanto uno strumento di marketing, ma anche una categoria giuridica che aiuta a distinguere i prodotti autentici dalle imitazioni. Da anni i produttori sostengono che una tutela meno efficace all’estero possa favorire la diffusione di etichette e prodotti simili, che sfruttano la reputazione delle regioni italiane senza rispettare gli stessi standard.

Urso ha affermato che il governo italiano e il suo ministero, noto come Mimit, proseguono gli sforzi contro la contraffazione e a sostegno degli investimenti e dell’espansione internazionale delle imprese. Ha citato diversi strumenti di politica economica, tra cui la legge quadro italiana sul Made in Italy, il piano Transition 5.0 e il programma Nuova Sabatini, che sostiene gli investimenti delle imprese.

Le sue dichiarazioni arrivano in una fase in cui i produttori europei seguono con attenzione le politiche commerciali e in materia di proprietà intellettuale, soprattutto nei mercati in cui da tempo è contestato l'uso generico di nomi tradizionali europei. Funzionari italiani e gruppi di produttori hanno ripetutamente affermato che la diffusione di prodotti d'imitazione danneggia il valore costruito dai produttori autentici e può confondere gli acquirenti sull'origine e sulla qualità.

L'intervento a Montalcino ha avuto anche un valore simbolico. Il Brunello di Montalcino è una delle denominazioni vinicole italiane più riconosciute e uno degli esempi più evidenti di come i nomi d'origine protetti possano sostenere le esportazioni, il turismo e gli investimenti locali. Scegliendo questa cornice, Urso ha sottolineato il legame tra politica commerciale, tutela dei marchi e ruolo economico delle regioni vinicole di alta gamma.

ANSA ha riferito che nel messaggio il ministro ha presentato la difesa delle indicazioni geografiche come parte di un più ampio impegno a tutela della produzione italiana contro la contraffazione e le imitazioni, in un momento in cui la concorrenza sui mercati globali dei prodotti agroalimentari e delle bevande resta intensa.