

Prospettive
normative per lo
sviluppo delle Filiere
Corte in Italia

Benedetta De Pietro - CURSA



Roma, 29 maggio 2013



Sommario

- **La normativa regionale**
- **La normativa statale**
 - analisi
 - criticità
 - proposte di riforma
- **La filiera corta all'estero**
- **Prospettive**



La legislazione regionale

Ad oggi 11 Regioni hanno approvato una o più leggi in tema di vendita diretta e prodotti di qualità:

2008: Lazio, Veneto, Calabria

2009: Lazio, Marche

2010: Friuli Venezia Giulia, Sardegna

2011: Umbria, Calabria

2012: Puglia, Basilicata, Liguria



La legislazione virtuosa delle Regioni

- **Promozione:**

corsi di educazione alimentare nelle scuole;
campagne di informazione su larga scala

- **Incentivazione:**

contributi regionali per l'istituzione di nuovi
mercati contadini; riserva di aree pubbliche

- **Controllo:**

istituzione di organismi di monitoraggio o
monitoraggio periodico svolto dagli organi
regionali



La legislazione statale

Pluralità di fonti normative:

- **Legge n. 59/1963:** Norme per la vendita al pubblico in sede stabile dei prodotti agricoli da parte degli agricoltori produttori diretti
- **D. Lgs. 228/2001:** Orientamento e modernizzazione del settore agricolo
- **D. Lgs. 99/2004:** Disposizioni in materia di soggetti e attività, integrità aziendale e semplificazione amministrativa in agricoltura
- **Legge 96/2006:** Disciplina dell'agriturismo
- **Legge Finanziaria per il 2007**
- **Decreto MiPAAF 2007**



D. Lgs. 228/2001, art. 4

“Esercizio dell’attività di vendita diretta”

Vendita diretta al dettaglio su tutto il territorio nazionale dei prodotti provenienti in **misura prevalente** dalle rispettive aziende

- *Vendita itinerante*: comunicazione di inizio attività al Comune di provenienza
- *Vendita in aree pubbliche*: comunicazione di inizio attività al Comune interessato
- *Vendita in azienda*: nessuna comunicazione



D. Lgs. 228/2001, art. 4

VENDITA DIRETTA:

- Criterio della **prevalenza** → almeno il 51% dei prodotti venduti deve provenire dall'impresa agricola
- Non si applicano le disposizioni in materia di commercio (d. lgs. 114/2008) a meno che i ricavi dell'impresa agricola non superino i 160.000 euro.



D. Lgs. 228/2001, art. 4

Interdizione all'esercizio dell'attività di vendita diretta

Persone fisiche e giuridiche che abbiano riportato condanne passate in giudicato per delitti in materia di ***igiene*** e ***sanità*** o di ***frode nella preparazione degli alimenti*** nei 5 anni precedenti all'inizio l'esercizio dell'attività. Il divieto ha efficacia per 5 anni dal passaggio in giudicato della sentenza di condanna.



Legge Finanziaria per il 2007

D.M. MiPAAF 2007

Decreto non regolamentare per la fissazione di requisiti minimi uniformi per la realizzazione dei mercati di vendita diretta

- Centralità del ruolo dei Comuni nell'istituzione di nuovi mercati di vendita diretta (aree pubbliche, aperte al pubblico e private) e nella loro promozione e fruizione ai consumatori
- Monitoraggio annuale di tali mercati da parte del Ministero



Problema

- Le normative regionali disegnano un panorama a “macchia di leopardo”
- La legislazione statale è frammentata e frammentaria

Soluzione

- Ripensare la disciplina statale in tema di filiera corta e vendita diretta in modo che sia
omogenea, semplice ed esaustiva



Tentativi falliti

XVI Legislatura

1. Proposta di legge Realacci - PD (2008)
2. Proposta di legge Dozzo - Lega Nord (2008)
3. Proposta di legge De Girolamo - PDL (2009)
4. Disegno di legge “Valorizzazione dei prodotti agricoli provenienti da filiera corta e di qualità” (2010)



Prospettive di riforma: **Criticità**

- FORMALI

competenza legislativa post riforma

Titolo V della Costituzione:

da *competenza concorrente* Stato–Regioni

a *competenza residuale generale* delle Regioni

- SOSTANZIALI

squilibri nella **concorrenza**



Prospettive di riforma: **Opportunità**

- Fissare **requisiti e standard uniformi** per la vendita diretta (*prezzi, sicurezza alimentare, tracciabilità dei prodotti*)
- **Semplificare** la normativa in materia igienico-sanitaria e di certificazione
- **Promuovere** la conoscenza delle realtà locali; il consumo dei prodotti legati al territorio e alle stagioni; un consumo consapevole e sostenibile



La filiera corta all'ESTERO: l'autonomia privata

- **Regno Unito: la National Farmers Retail and Markets Association (FARMA) e i 6 “core criteria”:**

- 1. Locally produced*
- 2. Principal producer*
- 3. Primary, own produce*
- 4. Secondary, own produce*
- 5. Policy and information*
- 6. Other rules*



La filiera corta all'estero: l'autonomia privata

- **USA:** Codice delle Leggi Federali

DIRECT MARKETING: “il commercio di prodotti agricoli in qualsiasi marketplace (inclusi *stand, mercati cittadini, veicoli e vendita door-to-door*) finalizzato a permettere ai contadini di vendere i loro prodotti direttamente ai consumatori in modo da **abbassare i costi e aumentare la qualità del cibo**, garantendo ai contadini **equi ritorni economici**”



Verso una nuova regolamentazione della vendita diretta

- ➔ Interrogarsi sul rapporto tra *autonomia privata* e opportunità dell'intervento (formale e sostanziale) del *legislatore nazionale*
- ➔ Ripensare la materia secondo queste coordinate:
 - Uniformità
 - Promozione
 - Agevolazioni ed incentivi



Verso una nuova regolamentazione della vendita diretta

- Condizioni e standard uniformi
- Attività di promozione e informazione promosse congiuntamente da Stato ed enti locali
- Agevolazioni in materia edilizia per la costruzione di nuovi mercati di vendita diretta
- Titolo preferenziale per l'aggiudicazione di appalti pubblici dei servizi di ristorazione
- Monitoraggio periodico: Osservatorio statale e Albi regionali