

Coldiretti e l'allarme sui falsi Made in Italy

Il presidente regionale dell'Emilia Romagna Nicola Bertinelli: «Nel mondo il mercato ha raggiunto il valore di oltre 120 miliardi di euro»

di **Marco Principini**

«**Gli Stati Uniti** vogliono invadere il mercato europeo e italiano con le imitazioni a stelle e strisce delle specialità nazionali, dal grana al parmesan, mettendo in pericolo una Dop Economy Made in Italy che vale oggi 16,6 miliardi di euro». A lanciare l'allarme sono Coldiretti Emilia Romagna e Filiera Italia al Summer Fancy Food 2022, il più importante evento fieristico mondiale dedicato alle specialità alimentari a New York City presso il Javits Center, con le eccellenze del Made in Italy a tavola protagoniste a Padiglione Italia. Presenti il segretario generale della Coldiretti, Vincenzo Gesmundo, e il consigliere delegato di Filiera Italia Luigi Scordamaglia. Nel Rapporto 2022 sulle stime del commercio nazionale americano l'Ufficio del rappresentante Usa al Commercio (Ustr) attacca il sistema europeo delle indicazioni geografiche (Dop e Igp) con l'accusa di costituire una vera e propria barriera d'accesso al mercato europeo per i prodotti a stelle e strisce che si basano, al contrario, sui nomi comuni.

Spiegano da Coldiretti: gli americani, in pratica, non solo non riconoscono il diritto dei produttori italiani a vedere tutelati dalle imitazioni negli States prodotti come il Parmigiano Reggiano Dop o il Prosciutto di Parma, ma vorrebbero che sui mercati Ue si potessero vendere in piena li-

I PRODOTTI

Dalla mozzarella alla ricotta, dal provolone all'asiago, fino alla mortadella 'Bologna'



bertà prodotti con nomi che richiamano esplicitamente le specialità casearie più note del Belpaese, senza averci nulla a che fare.

Dalla mozzarella alla ricotta, dal provolone all'asiago, dal parmesan al romano ottenuto però senza latte di pecora, fino alla mortadella 'Bologna', nonostante si tratti con tutta evidenza di imitazioni delle più note specialità italiane. A differenza delle produzioni Dop quelle statunitensi non rispettano peraltro i rigidi disciplinari di produzione dell'Unione Europea che definiscono tra l'altro, le aree di produzione, il tipo di alimentazione e modalità di trasformazione. A fare pressione sul Governo Usa affinché metta fine al «tenta-

tivo Ue di monopolizzare i termini generici di cibo e bevande» è in particolare il Consorzio dei Nomi Comuni (Consortium for Common Food Names), che lo scorso dicembre ha già ottenuto una preoccupante vittoria 'casalinga' sul formaggio svizzero Gruyere.

La Corte Distrettuale degli Stati Uniti per il Distretto Orientale della Virginia ha, infatti, sentenziato che il termine «Gruyere» relativo al tipico formaggio svizzero può essere utilizzato come nome comune per identificare lo stile di un formaggio proveniente da qualsiasi luogo e non dalla regione elvetica. Lo stesso Consorzio aveva presentato lo scorso anno domande di registrazioni dei tre marchi "Asia-

go", "Bologna" e "Parmesan" in Cile, anche qui per imporre i propri prodotti "generici" a danno delle specialità italiane.

Forti di precedenti come questi, i produttori americani spingono ora sull'acceleratore per imporre la stessa visione anche sugli scaffali del vecchio Continente, proprio mentre è in discussione la riforma del sistema Ue delle indicazioni geografiche, nonostante un ipotetico elenco di «nomi comuni di pro-

LA PAURA

Riguarda le strategie di marketing delle multinazionali del cibo sintetico

Nicola Bertinelli, presidente di Coldiretti Emilia-Romagna, lancia l'allarme sul mercato dei falsi

dotti alimentari» sia assolutamente contrario ai principi fondamentali su cui è costruito il sistema internazionale dei Diritti di Proprietà Intellettuale (Dpi). Ma nel mirino ci sono paradossalmente anche gli accordi di libero scambio tra l'Unione Europea poiché, secondo gli Usa, accorderebbero protezione a una serie, peraltro il più delle volte limitatissima, di prodotti Dop e Igp della Ue.

«**Dalla difesa** del sistema delle indicazioni geografiche europee dipende la lotta al falso Made in Italy alimentare che nel mondo ha raggiunto il valore di oltre 120 miliardi di euro», afferma il presidente della Coldiretti Emilia Romagna Nicola Bertinelli nel sottolineare che «la pretesa di chiamare con lo stesso nome prodotti profondamente diversi è inaccettabile e rappresenta un inganno per i consumatori ed una concorrenza sleale nei confronti degli imprenditori».

A suscitare ulteriore preoccupazione è il fatto che l'attacco al Made in Italy di qualità si aggiunge alle sempre più aggressive strategie di marketing delle multinazionali del cibo sintetico, che premono per imporre sui mercati di cibi di Frankenstein, dalla carne prodotta in laboratorio al latte «senza mucche» che potrebbe presto inondare il mercato europeo. Un'aggressione che, dietro slogan come «salviamo il pianeta» e sostenibilità, nasconde l'obiettivo di arrivare a produrre alimenti facendo progressivamente a meno degli animali, dei campi coltivati, degli agricoltori stessi.