

Su Dop e Igp il coro è uno solo: «Proteggiamo il gusto italiano»

Presentata l'edizione 2012 dell'Atlante Qualivita Food & wine. Decolla il progetto «4Oli Dop»

Lorenzo Centenari

Da Cibus si leva un coro: «Proteggiamo il gusto italiano». Il percorso di creazione e ripartizione del valore aggiunto delle filiere territoriali assegna alla tutela di prodotti Dop e Igp un ruolo chiave, specialmente nei con-

fronti della concorrenza globale e di quella dei paesi emergenti in modo particolare.

Fa scuola il caso «Parma Ham», il prosciutto crudo canadese che ha sottratto il nome al Prosciutto di Parma autentico prima che il Consorzio parmense registrasse il marchio di origine presso le autorità del Canada. Delle strade più efficaci per dribblare spinosi contenziosi e di altri temi affini si è parlato ieri in «Sala dei 300» durante il convegno «Dop/Igp: il valore dell'origine geografica» promosso da Aicig, l'Associazione

dei Consorzi di Indicazione Geografica.

Moderato dalla giornalista Alessandra Moneti, l'incontro ha dapprima illustrato ai consorzi - in mancanza di un registro internazionale - l'iter più semplice per vedersi riconoscere anche in nazioni come India, Cina, Russia e Brasile il marchio di origine faticosamente conquistato in patria. Ognuno dei paesi del «Bric» si distingue infatti per una giurisprudenza in materia talvolta anche molto distante dalla nostra. I cosiddetti «emerging mar-

kets» hanno inoltre a loro volta iniziato a marchiare i rispettivi prodotti tradizionali e a difenderli più tenacemente che in passato.

«Analisi e monitoraggio costante dei mercati esteri possono rivelarsi potenti leve competitive per il corretto posizionamento dei prodotti a indicazione geografica»: è il senso che accomuna gli interventi di Roberto Varese (Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali), Fabio Del Bravo e Claudio Federici (Ismea). Proprio allo scopo di istruire i consorzi sulle modalità di intervento anche Origin, l'Organizzazione per la Rete delle Indicazioni Geografiche, ha di recente mandato alle stampe un pratico manuale di istruzioni.

Presentata in anteprima a Cibus dal segretario generale Fondazione Qualivita Mauro Rosati, da Aicig stessa, Federdoc e Accredia anche l'edizione 2012 dell'Atlante Qualivita Food & Wine, il primo e unico atlante a raccontare le eccellenze italiane certificate. Citazione d'obbligo inoltre per il progetto «4Oli Dop», al quale prende parte un poker d'assi: Chianti classico Dop, Garda Dop, Riviera Ligure Dop e Val di Mazara Dop. A Borsa Merci Telematica Italiana, con Annibale Feroldi, a Massimo Mazzarol, direttore vendite Cribis D&B, e a Stefania Bonezzi (Aon) infine il compito di divulgare i principali strumenti finanziari e assicurativi dedicati alle imprese. ■

