

PRODOTTI DOP

Intese Europa-Centroamerica,
l'Italia ha posto il veto

▶ pagina 18

Denominazioni protette. Roma blocca il negoziato, nessuna tutela ai marchi

Dop, l'Italia pone il veto ai patti Ue-Centroamerica

Deserti: più risorse per la difesa Consorzio in Usa per il «falso italiano»

Giorgio dell'Orefice

Sui negoziati sul commercio internazionale irrompe il capitolo dei prodotti alimentari Dop e Igp. Nei giorni scorsi i ministeri italiani dello Sviluppo economico e delle Politiche agricole hanno posto il veto, a nome del governo italiano, bloccando così il negoziato in corso fra Ue e sei paesi del Centroamerica. Il motivo è l'opposizione annunciata da Costa Rica ed El Salvador alla registrazione di alcuni prodotti Dop italiani: dal Parmigiano reggiano al Prosciutto di Parma. Nomi che i due paesi ritengono "generici" e quindi non meritevoli di una protezione. «I rischi - spiega il segretario

dell'Aicig (l'associazione dei consorzi di tutela dei prodotti a indicazione geografica) Pier Maria Saccani - non sono legati ai mercati centroamericani, ma al pericoloso precedente che ne può derivare e che può condizionare altri negoziati. Insomma, come facciamo a convincere gli Usa che Parmigiano o Prosciutto di Parma non sono nomi generici se invece discutiamo un'ipotesi del genere in Costa Rica?».

L'azione avviata per una volta in maniera tempestiva dai ministeri italiani ha sospeso le trattative (rinviandole a settembre), è stata accolta positivamente dai consorzi italiani perché va nel senso di un rafforzamento della tutela dei prodotti Dop e Igp. «Su questo fronte - spiega il direttore del Consorzio del Parmigiano reggiano, Riccardo Deserti - dobbiamo cambiare passo. Perché investire, come fatto in passato, solo sulla promozione senza al tempo stesso rafforzare la tutela equivale a riempire una bottiglia con un

bucò sul fondo: uno sforzo inutile. O peggio, gli investimenti sulla sola promozione finiscono per favorire oltre ai prodotti originali anche le loro imitazioni. Se invece il Governo decidesse di puntare di più sulla tutela internazionale dei marchi anche i singoli imprenditori si sentirebbero protetti e scommetterebbero in proprio sulla promozione». «Questa azione rafforza la tutela - spiega il direttore del Consorzio del Prosciutto di San Daniele, Mario Cicchetti -. Le imitazioni o i prodotti "italian sounding" non vanno più archiviati come espressioni folkloristiche ma come fenomeni che possono minacciare le nostre filiere di qualità che vanno invece difese perché stanno continuando a generare valore anche in questa fase di crisi economica».

Ma le minacce per il made in Italy non vengono solo dagli accordi internazionali. Nei mesi scorsi negli Usa è stato costituito (sostenuto fra gli altri dall'American Meat Institute, dall'Ameri-



can Cheese Society e dal Centro de la industria Lechera Argentina) il Consortium for Common Food Names (CCFN): una sorta di associazione dei prodotti "italian sounding". L'organismo, guidato dall'imprenditore di origine italiana, Errico Auricchio (della BelGioioso Cheese), può contare su un budget di oltre 30 milioni di dollari da investire in azioni di lobby per affermare la genericità di alcuni nomi di prodotti alimentari evitando sui mercati la registrazione dei marchi e la loro riserva a favore di pochi.

Nella lista dei nomi ritenuti generici compaiono Parmesan/Parmesano, Gorgonzola, Asiago, Grana o Pecorino, ma anche i francesi Camembert e Brie, l'Emmenthal svizzero o la Feta greca. «Abbiamo chiesto un incontro - conclude il segretario Aicig, Sacconi - per chiarire che Dop e Igp fanno riferimento ad aree geografiche e non possono essere termini generici».

© RIPRODUZIONE RISERVATA