

Etichetta Made in Italy, la riflessione

Cambiare il codice doganale che consente con l'ultima lavorazione in Italia di guadagnare il titolo di made in Italy. E' l'ennesima richiesta della Coldiretti che da anni denuncia la trasformazione in alimenti rigorosamente nazionali di materia prima in arrivo da Paesi terzi? No. A scendere in campo su questo delicato fronte questa volta è stata la Confindustria. E l'appello a rivedere l'attuale codice doganale nasce dalla necessità di tutelare un altro settore strategico per l'Italia come l'agroalimentare e cioè il tessile. Anche in questo settore infatti i capi tricolore sono a forte rischio.

Da qui la richiesta di Confindustria di garantire l'italianità con quattro passaggi da realizzare nel nostro Paese. Insomma la Coldiretti ha fatto scuola. E ancora una volta ha dimostrato la lungimiranza della sua battaglia che viene da lontano e che all'inizio è stata fortemente contestata da una parte dell'industria che sosteneva la rilevanza del saper fare per attribuire il marchio di italianità all'agroalimentare.

Ora invece la perseveranza nel dimostrare che dare la patente di made in Italy a prodotti che di tricolore hanno solo l'immagine sulle confezioni non significa solo penalizzare gli agricoltori, ma anche e soprattutto i consumatori.

Per questo passo dopo passo Coldiretti è riuscita a convincere non solo le istituzioni italiane ad adottare l'obbligo di etichetta che indica la provenienza della materia prima su un'ampia gamma di alimenti, ma anche l'Unione europea. In ogni occasione pubblica, in ogni intervento il segretario generale, Vincenzo Gesmundo, e il presidente, Ettore Prandini, hanno sempre ribadito con fermezza la necessità di cancellare la norma del codice doganale che apre spazi a comportamenti che sono formalmente legali, ma che invece inducono in errore i consumatori.

E questo problema sta emergendo in altri settori. Distintività e trasparenza sono diventate così parole d'ordine per tutti. L'industria alimentare per prima considera l'italianità della materia prima il vero valore aggiunto. Da spendere anche nelle pubblicità che sempre più spesso fanno riferimento all'origine dei cibi. E ora dall'agricoltura la richiesta di cambiare le regole è sbarcata nel mondo industriale. Un'alleanza agricoltura e tessile, due veri campioni dell'Azienda Italia, potrebbe davvero fare la differenza per centrare l'obiettivo su cui Coldiretti ha profuso il massimo impegno negli ultimi vent'anni creandosi anche molto nemici. Evidentemente la battaglia per la super etichetta, avviata nei primi anni Duemila, era troppo d'avanguardia. Visionaria, come le altre mille ingaggiate.

Ma piano piano il puzzle si compone. E un altro tassello importante è il sostegno del Governo all'Authority doganale europea a Roma. Un'altra richiesta di Coldiretti che rientra nel progetto di garantire agli agricoltori il riconoscimento del valore aggiunto di un'attività svolta nel segno della qualità e della sostenibilità economica e sociale. Ma con un'attenzione forte nei confronti dei consumatori per metterli in grado di scegliere con cognizione di causa i cibi da portare a tavola. Senza inganno per evitare che possano cadere in trappole e rischiare a volte anche effetti pericolosi per la salute.