

L'italian sounding in Usa vale 42 mld

L'italian sounding fatto in Italia attraverso l'inganno dell'ultima trasformazione sostanziale del codice doganale costa 2 miliardi ai nostri agricoltori e si aggiunge ai 40 miliardi di italian sounding made in Usa.

Oltre che una perdita in termini di opportunità di export negli Stati Uniti, si pone un grave problema sulla tutela della salute dei cittadini.

E' quanto emerge da un'analisi di Coldiretti diffusa in occasione della giornata inaugurale del Summer Fancy Food di New York.

Nello spazio Coldiretti Theatre è stata allestita un'esposizione per denunciare lo scandalo dell'italian sounding, sia nella sua versione più evidente, con i prodotti taroccati, dal parmesan alla mozzarella, sia in quella più subdola, con le manipolazioni permesse dalla normativa europea che fa diventare italiano un prodotto che non lo è.

Accanto a questo, Coldiretti porta a New York le eccellenze 100% italiane sotto il titolo "I campioni del cibo sano" e con lo slogan la prevenzione inizia con il cibo naturale e l'agricoltura in contrapposizione al proliferare dei cibi ultra formulati che attaccano la salute soprattutto dei più giovani.

Per quanto riguarda l'inganno del codice doganale, l'esempio simbolo è rappresentato dalle cosce di maiali olandesi o tedeschi che diventano prosciutti italiani attraverso la semplice operazione di salatura, ma c'è anche il triplo concentrato di pomodoro cinese al quale viene aggiunta acqua per trasformarlo in passata tricolore, o le olive tunisine che diventano olio extravergine nostrano grazie agli inganni permessi dalla norma sul traffico di perfezionamento attivo. Fino al latte tedesco o polacco usati per fare mozzarella con la bandiera bianca, rossa e verde sulla confezione.

Accanto all'italian sounding fatto in Italia resta il problema della sempre più fiorente industria statunitense del falso, dalla quale escono ogni anno prodotti per un valore stimato in 40 miliardi di euro. Secondo un'analisi di Coldiretti basata sui dati dell'Usda, il Dipartimento dell'Agricoltura degli Stati Uniti, il fenomeno dell'Italian sounding nel settore lattiero-caseario ha raggiunto dimensioni imponenti. Negli Usa vengono prodotti ogni anno circa 222 milioni di chili di Parmesan, 170 milioni di chili di Provolone, 23 milioni di chili di Pecorino Romano e quasi 40 milioni di chili di altri formaggi che richiamano la tradizione italiana, come il Friulano. A questi si aggiungono oltre 2 miliardi di chili di mozzarella, portando la produzione complessiva di formaggi "italian style" a sfiorare i 2,7 miliardi di chili.

La produzione è concentrata soprattutto negli Stati del Wisconsin, della California e di New York, da cui proviene circa il 90% dei formaggi di ispirazione italiana realizzati negli Stati Uniti. Un volume che ha ormai superato quello di alcuni dei più tradizionali formaggi americani, come Cheddar, Colby, Monterey e Jack.

Il fenomeno non riguarda però soltanto i formaggi. Anche nel comparto dei salumi proliferano le imitazioni di prodotti simbolo del Made in Italy, dai falsi Prosciutti di Parma e San Daniele fino alle versioni estere di Mortadella Bologna e Salame Milano. Non meno rilevante è il caso del vino, dove vengono commercializzati kit e preparati che consentono di riprodurre artificialmente alcune delle più celebri denominazioni italiane attraverso l'utilizzo di polveri e aromi.