

Pomodori San Marzano spagnoli scovati nei supermercati inglesi

Sugli scaffali di una delle catene più grandi di supermercati inglesi è stata smascherata la vendita di confezioni di mini “San Marzano Tomatoes” prodotti in Spagna che sono stati portati in Italia ed esposti per la prima volta pubblicamente a Napoli nel corso della mobilitazione di migliaia di agricoltori italiani con i trattori a difesa della dieta mediterranea Made in Italy. La scoperta è stata fatta dalla task force contro i tarocchi della Coldiretti che ha voluto denunciare il nuovo caso di inganno ai rappresentanti delle Istituzioni presenti all’iniziativa dal Governatore della regione Campania Vincenzo de Luca fino al sindaco di Napoli Luigi De Magistris. Il San Marzano tarocco è venduto a grappolo in confezioni da 270 grammi con etichetta TESCO finest con la scritta “molto profumato con una ricca polpa soda rinomato come il perfetto pomodoro da sugo”

Si tratta di un evidente sfruttamento del tutto improprio dell’immagine conquistata dal vero pomodoro San Marzano nel mondo. Serve un’azione incisiva dell’Unione europea per consentire ai consumatori di compiere scelte di acquisto consapevoli poiché chi sceglie San Marzano in Europa e nel mondo - sottolinea la Coldiretti - è convinto di acquistare un prodotto italiano e non si possono quindi tollerare inganni dei consumatori, ma neanche la concorrenza sleale nei confronti dei produttori dell’unico San Marzano dell’agro Sarnese Nocerino DOP, impegnati nel rispettare rigidi disciplinari di produzioni. Il pomodoro San Marzano dell’agro Sarnese Nocerino DOP - sottolinea la Coldiretti - è una varietà conosciuta in tutto il mondo, sulla cui produzione si regge l’economia di 41 comuni delle province di Salerno, Napoli e Avellino in Campania, che l’Unione Europea deve tutelare sulla base del regolamento n. 1151/12. La norma sulla protezione delle indicazioni geografiche e delle denominazioni di origine dei prodotti agricoli ed alimentari che - spiega la Coldiretti - prevede apposite sanzioni amministrative per tutti coloro che utilizzano impropriamente segni distintivi di un prodotto nella presentazione e nella commercializzazione.

Siamo di fronte ad un nuovo tentativo di omologare al ribasso le produzioni mentre il futuro dell’agricoltura italiana ed europea dipende dalla capacità di promuovere e tutelare le distintività territoriali che sono la chiave del successo del Made in Italy”, ha affermato il presidente della Coldiretti Roberto Moncalvo nel sottolineare che “oggi, in campo agroalimentare, il richiamo all’Italia è sinonimo di qualità, ma troppo spesso anche di inganno sui mercati mondiali. La Coldiretti ha avviato una mobilitazione con la campagna #nonuccidiamoilsanmarzano che dopo le adesioni dei Comuni che ricadono nell’areale di produzione ha avuto anche quella della Camera di Commercio competente di Salerno che ha votato la delibera per sostenere l’allargamento della tutela dal prodotto fresco e dire “no” alla creazione di un marchio Igp.