

## Canada, dopo il nome al Prosciutto di Parma scippano anche il logo

Il Canada, dopo aver usurpato la denominazione del Prosciutto di Parma Dop, si appresta ora a 'scippare' anche il suo logo: la corona ducale con al centro il nome Parma. La Corte federale del paese nordamericano ha infatti respinto il ricorso del Consorzio del Prosciutto di Parma apprendo la strada alla società che detiene in Canada il marchio per appropriarsi anche del logo originale.

"Si tratta di una situazione paradossale che purtroppo non è isolata a livello internazionale dove si stima che siano falsi più di due prodotti di tipo italiano su tre in commercio - sottolinea la Coldiretti -. La "pirateria agroalimentare" nel mondo utilizza infatti impropriamente parole, colori, località, immagini, denominazioni e ricette che richiamano al nostro Paese per alimenti che non hanno nulla a che fare con la realtà produttiva nazionale".

E il fatturato del cibo Made in Italy taroccato ha raggiunto nel mondo i 60 miliardi di euro, più del doppio del valore delle esportazioni originali di prodotti agroalimentari nazionali.

In Canada, quella del Prosciutto di Parma Dop è la storia di un eccellenza Made in Italy il cui nome da diversi decenni e' stato "usurpato" da una società canadese che ha registrato nel Paese il marchio "Parma" e quindi può regolarmente commercializzarlo.

La conseguenza è che il vero Prosciutto di Parma Dop non può essere venduto in Canada. Per ovviare a tutto ciò, il prodotto italiano viene venduto con il nome Prosciutto originale, e sugli scaffali dei negozi si trova account al "Parma" canadese, senza poter portare il suo vero nome.

Negli anni scorso il Consorzio aveva realizzato un punto a suo favore ottenendo dalle autorità canadesi il riconoscimento di autorità pubblica così da impedire almeno l'utilizzo del logo con la corona ducale con al centro il nome Parma.

Il contenzioso è arrivato però davanti alla Corte federale a Ottawa che si è pronunciata sostenendo che "effettivamente il Consorzio non può essere considerato secondo la legge canadese come un'autorità pubblica e quindi perde il beneficio di godere della sezione 9 della legge sui marchi, che ha permesso fino ad oggi al Consorzio di bloccare la registrazione della propria immagine da parte di altri".