

Col decreto Ronchi un passo avanti contro i falsi

Siamo di fronte ad un ulteriore passo in avanti nella tutela del Made in Italy che è oggi diventato un obiettivo condiviso a livello istituzionale. E' quanto ha affermato il presidente della Coldiretti Sergio Marini in occasione dell'incontro su "Il vero Made in Italy fa crescere le imprese e il paese" con la partecipazione del Ministro per le politiche comunitarie Andrea Ronchi e del presidente dell'Antitrust Antonio Catricalà, in occasione della conversione in legge del cosiddetto "Decreto Ronchi" con la nuova norma su cosa si intende per "prodotto interamente italiano" e la definizione di sanzioni a carico dei falsari.

Il dibattito sulla riconoscibilità del Made in Italy ha abbandonato il carattere ideologico e chiunque - ha precisato Marini - è oggi consapevole del rilevante impatto economico che ha sul tessuto produttivo del Paese. Per la definizione del prodotto Made in Italy il nuovo provvedimento legislativo guarda all'intero processo produttivo e intende come realizzato interamente in Italia il prodotto o la merce, per il quale il disegno, la progettazione, la lavorazione ed il confezionamento sono compiuti esclusivamente sul territorio italiano. Un passo in avanti che - ha continuato Marini - dovrà necessariamente essere oggetto di una adeguata delimitazione nei diversi settori "con uno o più decreti del Ministro dello sviluppo economico, di concerto coi Ministri delle politiche agricole alimentari e forestali, delle politiche europee e della semplificazione normativa" come previsto dallo stesso provvedimento.

E' chiaro infatti - sostiene Marini - che è l'origine della materia prima agricola ad avere un valore discriminante per un prodotto alimentare Made in Italy, come conferma anche l'indagine Coldiretti/SWg dalla quale emerge che il 97 per cento degli italiani ritiene che debba essere sempre indicato il luogo di allevamento o di coltivazione dei prodotti contenuti negli alimenti. Il latte italiano - ha precisato il presidente della Coldiretti - è solo quello che è stato munto in Italia e non certo quello importato dalla Polonia ed imbottigliato in Italia. L'approvazione del decreto legge è, pertanto, strettamente collegata dall'esame dei disegni di legge attualmente in discussione sull'obbligo di menzionare nell'etichettatura degli alimenti l'indicazione della origine geografica di origine governativa e parlamentare.

Di particolare rilievo - conclude Marini - è infine la previsioni di sanzioni in caso di fallace indicazione dell'uso del marchio, da parte del titolare o del licenziatario, con modalità tali da indurre il consumatore a ritenere che il prodotto sia di origine italiana senza che lo stesso sia accompagnato da indicazioni precise ed evidenti sull'origine o provenienza estera o comunque sufficienti ad evitare qualsiasi fraintendimento del consumatore sull'effettiva origine del prodotto.

Da parte sua il presidente dell'Antitrust, Antonio Catricalà ha posto l'accento sul problema della filiera alimentare. "Dal produttore alla tavola, per esempio per le zucchine, il prezzo arriva a quadruplicarsi - ha spiegato - molti passaggi sono inutili e andrebbero regolamentati; qualcosa va fatto, va semplificato il sistema della distribuzione".

Nel corso del convegno la Coldiretti ha presentato i risultati di un'indagine effettuata in

alimento realizzato con prodotti coltivati o allevati interamente in Italia valga almeno il 30 per cento in più. Il valore superiore attribuito dagli italiani al Made in Italy alimentare è eccezionale con il 27 per cento che ritiene valga almeno il doppio e il 20 per cento un terzo in più. La superiorità del Made in Italy alimentare è attribuita nell'ordine al rispetto di leggi più severe, alla bontà e freschezza e alla garanzia di maggiori controlli.

La fiducia degli italiani nel Made in Italy rispetto ai prodotti stranieri è massima per l'alimentazione (92 per cento) e la moda (63 per cento) ma rimane alta anche per l'arredamento (48 per cento) e i prodotti di bellezza (48 per cento) mentre scende per l'auto (23 per cento) e per apparecchi elettronici, computer o elettrodomestici (16 per cento). In generale, per quanto riguarda la qualità, i concorrenti più temibili del Made in Italy secondo i consumatori italiani sono i francesi e i tedeschi mentre all'ultimo posto si classificano i cinesi. La situazione è diversa per l'alimentare dove, a differenza degli altri settori, i prodotti italiani sono giudicati di gran lunga superiori rispetto a quelli provenienti dai diversi paesi esteri mentre i prodotti tecnologici perdono con i giapponesi e la moda pareggia con i francesi. Da rilevare anche che più di otto italiani su dieci (84 per cento) sono d'accordo sul fatto ritiene che per rilanciare l'economia oggi sia necessario comperare prodotti fatti interamente in Italia.