

Google scende in campo contro il cibo tarocco

“Abbiamo trovato un importante alleato internazionale nella lotta al falso Made in Italy alimentare che nel mondo fattura oltre 60 miliardi di euro, quasi il doppio del valore delle nostre esportazioni agroalimentari”.

E' quanto ha affermato il presidente della Coldiretti Roberto Moncalvo nel commentare il progetto "Made in Italy: eccellenze in digitale" realizzato da Google, il popolare sito di ricerca, Ministero delle Politiche agricole e Unioncamere, che coinvolge anche i 259 prodotti alimentari italiani riconosciuti dall'Unione Europea come denominazioni di origine (Dop/Igp) e le 23 Specialità Tradizionali Garantite (Stg).

Si tratta di una piattaforma con storie da scorrere online fatte di racconti, immagini, video e documenti storici, attraverso le quali gli utenti di ogni parte del mondo potranno scoprire le eccellenze del sistema agroalimentare e dell'artigianato italiano, la loro storia e il loro legame con il territorio. L'iniziativa si propone anche di contribuire a far sì che le imprese, in particolare le piccole e medie, siano in grado di cogliere i benefici economici derivanti da internet.

“Un segnale positivo – sottolinea Moncalvo - in vista dell'Expo che deve rappresentare l'occasione per fare conoscere la vera identità del prodotto italiano all'estero dove il nemico maggiore sono le imitazioni low cost con il cosiddetto Italian sounding che colpisce i prodotti più rappresentativi dell'identità alimentare nazionale”.

Sul piano internazionale questo fenomeno va combattuto con l'informazione ma va anche cercando un accordo sul commercio internazionale nel Wto e facendo chiarezza a livello nazionale ed europeo dove occorre estendere a tutti i prodotti l'obbligo di indicare in etichetta l'origine dei prodotti alimentari.