

La Cina proteggerà Grana Padano e Prosciutto di Parma contro i falsi

Il Grana Padano, il Prosciutto di Parma sono tra le prime dieci denominazioni europee ad aver ricevuto in Cina la tutela, in quanto indicazioni geografiche protette, contro imitazioni e falsi. Nel contempo, l'Ue ha riconosciuto altrettanti alimenti di qualità d'origine cinese. Lo annuncia il commissario all'agricoltura Dacian Ciolos sottolineando che "la Cina sarà uno dei principali mercati di esportazione dei prodotti alimentari europei".

Il riconoscimento da parte di Pechino delle prime indicazioni geografiche europee rappresenta una grande opportunità per le eccellenze alimentari, ma anche un'importante riconoscimento, da parte del più grande mercato di consumatori al mondo, della tradizione e del saper fare dei produttori Ue.

Un primo risultato che va ora confermato anche per tante altre specialità del made in Italy, decisamente poco protetti. Non mancano le occasioni, infatti, in cui sul mercato cinese arrivano prima le imitazioni e poi i prodotti veri.

"Il completamento del progetto - ha detto il commissario Ciolos - costituisce un importante passo avanti. Adesso stiamo cercando di mettere a frutto questo successo nei negoziati in corso per la conclusione di un più ampio accordo bilaterale sulle indicazioni geografiche, che ci auguriamo di concludere nel corso del 2013".

Un accordo di cui andrebbero a beneficiare anche le altre denominazioni italiane, a partire dal Parmigiano Reggiano che pure nel 2013 vedrà un leggero calo della produzione disponibile rispetto agli oltre tre milioni di forme 2012.

L'Italia mantiene la leadership in Europa con 246 riconoscimenti di prodotti a Denominazione di origine (Dop), Indicazione geografica protetta (Igp) e Specialità tradizionali garantite (Stg). Il tutto per un fatturato stimato al consumo di circa 10 miliardi di euro.

A frenare ulteriormente la diffusione del Made in Italy a denominazione proprio è la proliferazione dei prodotti alimentari taroccati all'estero che sono causa di danni economici, ma anche di immagine. Il rischio reale è che si radichi nelle tavole internazionali un falso cibo italiano che toglie spazio di mercato a quello autentico e banalizza le specialità nostrane frutto di tecniche, tradizioni e territori unici e inimitabili. Si stima che il falso Made in Italy alimentare all'estero valga 50 miliardi di euro e riguarda i prodotti più rappresentativi.