

I falsi San Daniele costano milioni di euro

Dopo la truffa scoperta dalla Procura, il presidente del Consorzio, Cichetti, ricorda come in tutto il mondo si danneggia il marchio

di Maura Delle Case

► SAN DANIELE

Il consorzio del prosciutto di San Daniele intende costituirsi parte civile nel futuro processo sulle false cosce messe in commercio dalla Marini salumi e finite nel mirino della Procura di Udine, che a valle di quasi tre anni di lavoro ha notificato giorni fa ben 9 avvisi di conclusione delle indagini preliminari. Il danno è doppio per il Consorzio, che non solo deve fare i conti con oltre duemila cosce sfuggite alle rigide maglie dei controlli sulla produzione della dop, ma pure con il contraccolpo d'immagine che vicende come questa costano al prosciutto di San Daniele. Il direttore generale dell'ente consortile, Mario Cichetti, in proposito ha il dente avvelenato. Anzitutto tiene a chiarire che «l'azienda (Marini) non è consorziata e non produce San Daniele». Quindi torna al danno, «che c'è ed è pure consistente - afferma - complice il fatto che il consumatore tende a leggere vicende come questa



L'interno di un prosciuttificio aderente al Consorzio

con superficialità. Invece che avvertire la grande serietà dei controlli, grazie ai quali si è alzato il velo su questa vicenda, assorbe il dato peggiore, quello negativo». Fortunatamente casi di contraffazione come questo sono a detta dello stesso Cichetti «minoritari», di

tutt'altre dimensioni rispetto al colpo che annualmente viene inferto al comparto del prosciutto - e non solo a quello - dall'italian sounding. Vale a dire da prodotti generici che vengono venduti all'estero come fossero tipici. «Questo - afferma ancora il dg Cichetti - è il fe-

nomeno più pesante, che solo tra Usa e Canada abbiamo stimato produce un danno di diverse decine di milioni di euro». Si tratta di prodotti che vengono messi in commercio marchiati «San Daniele». Non necessariamente prosciutti crudi, ma anche cotti, mortadelle e speck come nel caso dell'azienda canadese che non solo usa la dicitura «San Daniele» a suo piacimento, ma è pure inattaccabile avendolo registrato nei lontani anni '60. L'abuso dei marchi è non a caso uno dei temi in discussione a Expo Milano, dove Coldiretti, fatta la spesa in giro per il mondo, ha esposto un gran numero di «tarocchi» made in Italy valutando il danno per il nostro comparto agroalimentare in ben 60 miliardi di euro. «Siamo ormai abituati a convivere coi falsi San Daniele prodotti all'estero - ha commentato ieri il leader di Coldiretti Fvg, Dario Ermacora -, mai però avremmo pensato che venissero prodotti anche in Friuli e proprio a San Daniele».

