

Agenda digitale in difesa del Made in Italy agroalimentare

Egregio Presidente del Consiglio
On. **Enrico Letta**

Egregio Ministro delle Politiche agricole
On. **Nunzia De Girolamo**

Oggetto: Agenda digitale in difesa del Made in Italy

Pregiatissimo Presidente, Pregiatissima Ministra,

in questi ultimi mesi è ormai condivisa da tutti l'esigenza di una più efficace tutela del Made in Italy di qualità. Non solo i partiti e le organizzazioni, ma la società in senso ampio ha focalizzato questo problema come una delle priorità del nostro Paese.

E' infatti acclarato che la contraffazione rappresenta per l'Italia un danno economico pesante, sia sul piano delle vendite che su quello occupazionale.

Nonostante l'incessante lavoro delle autorità pubbliche, questo fenomeno è in forte aumento soprattutto all'estero, dove le aziende non possono difendersi se non con esborsi milionari per sostenere cause infinite nei tribunali di mezzo mondo.

Quando parliamo di agroalimentare, il tema della pirateria è ancora più preoccupante perché i 34 mld di export, con trend sempre crescente, sono l'unica vera redditività delle imprese italiane di settore.

In Italia abbiamo un grande patrimonio pubblico, le *Indicazioni Geografiche*. Ad esse sono legate oltre 150.000 imprese e ad esse appartengono distretti agroalimentari come quello del Parmigiano-Reggiano DOP, Grana Padano DOP, Chianti Classico DOP, tanto per citarne alcuni, che rappresentano un "tesoretto" nazionale a disposizione del sistema Paese. Non occorre essere fini intellettuali dell'economia per riconoscere in esse i veri asset strategici di sviluppo di una parte importante dell'economia nazionale, che spazia dall'agricoltura ai servizi, passando anche per l'agroindustria.

Il complesso tema della tutela si è ormai arenato in sede WTO nella mediazione di molteplici interessi. Rimane l'Europa - più volte sollecitata anche dalle due associazioni di settore italiane FEDERDOC e AICIG - che, in questo, può e deve fornire un supporto, attraverso negoziati bilaterali come quelli intavolati con USA, Canada e Cina. Servono però anche risposte efficaci nell'immediato.

L'economia contemporanea indica che uno dei principali canali sui quali dobbiamo cercare di intervenire è senz'altro quello del mondo digitale, realtà sempre più rapidamente in via di definizione strutturale: gran parte dei consumatori ormai acquisisce informazioni sul web e procede con naturalezza all'acquisto online. Tutti gli osservatori sono concordi nell'indicare nell'e-commerce il più rilevante driver di sviluppo commerciale, sia nel B2C che nel B2B. Le cifre che circolano oggi, già imponenti, appaiono infatti solo un tassello del più ricco mosaico economico che nei prossimi anni si comporrà.

Ecco dunque che mentre spendiamo milioni di euro per promuovere le nostre eccellenze nel mondo, qualsiasi società può, attraverso la rete, vendere i propri prodotti contraffatti (Parmesan, Chianti del Maryland, etc.), sfruttando il mercato imitativo dell'*italian sounding* con un investimento di poche migliaia di euro sui sistemi di indicizzazione dei motori di ricerca mondiali. Con una spesa relativa, chi compie la truffa è in grado di direzionare sul "regianito" la fase di acquisto di migliaia di utenti in cerca di Parmigiano-Reggiano DOP. Allo stesso modo, attraverso i nuovi domini web .wine e .vin, potrebbe essere facile acquistare vini che non hanno nessun legame con i nostri territori.

Alla luce di queste considerazioni è opportuno immaginare e implementare misure rapide d'intervento, che possano, perlomeno, arginare il fenomeno prima che certe operazioni divengano stati di fatto e acquisiscano la forza del *first-mover*.

È necessario e urgente agire affinché le grandi aziende di servizi online "utilizzino" correttamente le *Indicazioni Geografiche*, sia nei motori di ricerca, sia nei grandi store di e-commerce, come giustamente aveva sensibilizzato anche il Ministro De Girolamo durante l'incontro con l'amministratore Google Eric Schmidt di qualche mese fa.

In questo senso il Governo, vista l'attenzione mostrata sul tema, può attivarsi in due direzioni:

1. **Inserire nel programma dell'Agenda digitale il tema della tutela delle *Indicazioni Geografiche* italiane nella rete affinché si valutino le opportune attività da compiere.**
2. **Inserire nel programma del semestre europeo della Presidenza italiana il tema della tutela del registro delle *Indicazioni Geografiche* dell' UE affinché si raggiunga un accordo con i Paesi membri per condividere una strategia nei confronti dei giganti della rete.**

Abbiamo il dovere di affrontare queste sfide complesse affinché il Paese entri a pieno titolo nell'economia odierna "iperconnessa, strettamente integrata, interattiva e rivoluzionata dalla tecnologia".

Mauro Rosati
Direttore della Fondazione Qualivita

20 dicembre 2013