

Coldiretti Nel Paese sudamericano scoperti i prodotti taroccati che richiamano alle nostre eccellenze in tavola

Mortadela e parmeseo, il falso in salsa carioca

Uno studio conferma: l'eventuale vittoria azzurra potrebbe valere un punto di Pil

Cinzia Trallici
c.trallici@iltempo.it

■ Tifare Italia non solo per passione calcistica ma anche per convenienza economica. Una eventuale vittoria azzurra potrebbe valere un punto di Pil. Lo aveva detto il premier Renzi e adesso lo conferma il primo studio sugli effetti dell'ultimo trionfo italiano nel 2006, che ebbe l'effetto di tagliare significativamente la disoccupazione, far crescere il Pil, le esportazioni e un forte aumento delle presenze turistiche straniere l'anno seguente in Italia. Anche se non tutti i risultati positivi possono essere attribuiti alle performance degli azzurri non c'è dubbio che un'eventuale vittoria in Brasile

Imitazioni

Dalla pomarola alla ricotta

d'Italia, dal salame tipo

Milano al gran grana

è comunque una chance per le imprese nazionali che si confrontano sui mercati esteri deve essere colta per valorizzare le qualità offerte dal sistema economico. La correlazione Mondiali di calcio e crescita economica è emersa da una analisi di Coldiretti presentata a Roma all'Unioncamere nell'incontro «In tavola l'Italia garantita» con la prima esposizione dei principali pro-

dotti agroalimentari taroccati in Brasile. I falsi sono stati scovati dall'organizzazione agricola alla vigilia della manifestazione calcistica ed evidenziano un preoccupante fenomeno di "tarocamento" degli alimenti tipici del made in Italy. «Un inganno che rischia di offuscare le opportunità che vengono da un momento di grande visibilità generato dalla competizione mondiale», ha denunciato Gennaro Masiello di Coldiretti. «Purtroppo - continua - è allarme a tavola per i tifosi italiani e quelli stranieri che seguiranno sul posto il Campionato del Mondo in Brasile che si classifica tra i Paesi dove sono più diffuse le imitazioni di prodotti alimentari Made in Italy». I falsi "tricolore" in salsa carioca, richiamano al meglio delle nostre eccellenze. Nel Paese sudamericano sono stati trovati il «Gran Formaggio tipo grana», la «Ricotta d'Italia», il «Formaggio tipo a d'Italia», la «Pomarola», il «Parmeseo», la «Mortadela bolognese», il «Salame tipo Milano». «Sui banchi dei supermercati e nei ristoranti del Brasile - dicono alla Coldiretti - è possibile acquistare prodotti e piatti che richiamano in modo spudorato ai cibi più tipici dell'Italia

senza avere nessuna delle caratteristiche qualitative, di sicurezza e di legame con il nostro territorio nazionale. Tutti prodotti che peraltro possono trarre in inganno sulla reale origine perché spesso le confezioni utilizzano i colori della nostra bandiera e le immagini del Belpaese».

L'agropirateria internazionale infatti sfrutta parole, colori, località, immagini, denominazioni e ricette che richiamano all'Italia per prodotti che nulla hanno a che fare con la realtà nazionale e frena la potenzialità dell'export delle nostre eccellenze. Ma la contraffazione alimentare produce un doppio effetto negativo: «Da un lato - precisa Masiello - toglie fette di mercato ai prodot-

Rimedi

Estendere a tutti gli alimenti

l'origine dei prodotti

alimentari in etichetta

ti originali per 60 miliardi di euro, pari a quasi il doppio del valore delle esportazioni del vero made in Italy, dall'altro danneggiano l'immagine stessa delle nostre produzioni a causa della loro scarsa qualità col rischio che chi li prova possa decidere di non scegliere mai più prodotti italiani, contraffatti o originali che siano». Insomma oltre al danno (e all'inganno) anche la beffa.

INFO



Gennaro Masiello

La contraffazione frena le potenzialità dell'export che nel 2013 ha raggiunto la cifra record di 33,4 miliardi di euro

