

Pirateria agroalimentare e italian sounding nell'Anno della Cultura Italiana in America

Il danno prodotto dalla contraffazione dell'enoalimentare italiano nel mondo e dal fenomeno del falso gastronomico evocante sentimenti di italianità è stimato in oltre cinquanta miliardi di euro ogni anno, facendo divenire la lotta al cosiddetto italian sounding obiettivo prioritario per ogni onesto produttore e per le istituzioni preposte.



La pasionaria del gusto italiano Eva Kottrova, sommelier e infaticabile ricercatrice di biodiversità alimentare di nicchia, nel contesto della presentazione ai media delle iniziative intraprese per celebrare l'Anno della Cultura Italiana in America, ha tagliato il nastro di avvio del progetto di sistema denominato Spumarche, già da tempo in itinere, a protezione del brand "Made in Italy" di alta gamma e ha altresì esortato le tante associazioni del comparto a fare squadra e contrastare la moda dilagante dei tanti inutili vessilli campanilistici dal tratto tricolor-folcloristico apposti sui prodotti, sempre in divenire e ognuno ispirato ad una presunta

eccellenza territoriale o qualitativa, che generano ulteriore confusione al consumatore finale e facilitano la contraffazione sui mercati esteri in assenza di una auspicata politica di educazione.

"Il condominio delle responsabilità collettive per la mancanza di serie politiche di protezione e l'utilizzo incontenuto del brand Made In Italy, apposto indiscriminatamente su ogni genere e in ogni dove, unitamente al proliferare di improbabili certificazioni e marchietti tutti improntati all'eccellenza genera confusione, omologazione qualitativa dei prodotti e forte calo di credibilità disorientando i fruitori finali. L'Italia è protagonista assoluta nel comparto ma ancora non ha piena coscienza della sua meravigliosa identità; è necessario rivalutare l'utopia della bellezza, del sublime, di tutto ciò che è dato dall'intrinseca relazione tra sapere e ben fare innalzando il grado di consapevolezza degli operatori del settore, poiché oggi sorprende la facilità con la quale si regala il termine eccellenza ad ogni prodotto dell'enoalimentare".

Il bisogno di meditare sui sani valori che fanno leva sul senso di appartenenza territoriale e l'informazione corretta da condividere con le culture di altri popoli rappresentano un valido baluardo a salvaguardia delle tradizioni, delle emozioni, della laboriosità, dell'essenza creativa e dei sentimenti dal sapore antico che esprimono i prodotti dell'enoalimentare italiano. Altro argomento dibattuto dalla promoter-sommelier Eva Kottrova riguarda le troppe contaminazioni mistificatrici subite dalla ristorazione italiana all'estero, causate dalla non corretta divulgazione da parte soprattutto di chi spaccia pietanze con chiare allusioni al tricolore, che nulla hanno a che vedere con l'immenso sapere culinario del Belpaese.

30 Aprile 2013 - 17:19