
Alimenti: Coldiretti, Usa vogliono invadere mercato europeo e italiano con falso grana

Gli Stati Uniti vogliono invadere il mercato europeo e italiano con le imitazioni a stelle e strisce delle specialità nazionali, dal grana al parmesan, mettendo in pericolo una Dop Economy Made in Italy che vale oggi 16,6 miliardi di euro. A lanciare l'allarme sono Coldiretti e Filiera Italia al Summer Fancy Food 2022 il più importante evento fieristico mondiale dedicato alle specialità alimentari a New York City presso il Javits Center, con le eccellenze del Made in Italy a tavola protagoniste a Padiglione Italia (level 3, stand n.2717). Nel Rapporto 2022 sulle stime del commercio nazionale americano l'Ufficio del rappresentante Usa al Commercio (Ustr) attacca il sistema europeo delle indicazioni geografiche (Dop e Igp) con l'accusa di costituire – spiega Coldiretti - una vera e propria barriera d'accesso al mercato europeo per i prodotti a stelle e strisce che si basano, al contrario, sui nomi. A fare pressione sul Governo Usa affinché metta fine al “tentativo Ue di monopolizzare i termini generici di cibo e bevande” è in particolare – rileva Coldiretti - il Consorzio dei Nomi Comuni (Consortium for Common Food Names), che lo scorso dicembre ha già ottenuto una preoccupante vittoria “casalinga” sul formaggio svizzero Gruyere. Forti di precedenti come questi, i produttori americani spingono ora sull'acceleratore per imporre la stessa visione anche sugli scaffali del vecchio Continente. “Dalla difesa del sistema delle indicazioni geografiche europee dipende la lotta al falso Made in Italy alimentare che nel mondo ha raggiunto il valore di oltre 120 miliardi di euro” afferma il presidente Coldiretti Ettore Prandini nel sottolineare che “la pretesa di chiamare con lo stesso nome prodotti profondamente diversi è inaccettabile e rappresenta un inganno per i consumatori ed una concorrenza sleale nei confronti degli imprenditori”. A suscitare ulteriore preoccupazioni è il fatto che l'attacco al Made in Italy di qualità si aggiunge alle sempre più aggressive strategie di marketing delle multinazionali del cibo sintetico. Gli investimenti nel campo della biologia sintetica stanno crescendo molto negli ultimi anni. L'esempio più lampante è quello della carne artificiale dove solo nel 2020 sono stati investiti 366 milioni di dollari, con una crescita del 6000% in 5 anni.

Giovanna Pasqualin Traversa