

**VIAGGIO ALLA SCOPERTA
DEI CIBI MADE IN ITALY
CONTRAFFATTI,
O ANCHE SOLO
“TRUFFALDINI”.**

**E VOI, LI SAPETE
RICONOSCERE?**



ITALIANO O TAROCCO?

a cura di **Alessandra Piubello**

INTEGRITÀ DEL MARCHIO MADE IN ITALY E CONTRAFFAZIONE: UN DUELLO PERENNE

Con ben 248 prodotti di qualità riconosciuti, l'Italia continua ad essere la regina europea della qualità con più riconoscimenti DOP, IGP e STG. Questi prodotti a marchio sono una componente significativa dell'agroalimentare italiano e fattore di competitività delle realtà agricole locali. I settori con il maggior numero di riconoscimenti sono gli ortofruttili e cereali (84 prodotti), gli oli extravergine di oliva, i formaggi (entrambi 40) e le preparazioni di carni (33).

La contraffazione peggiore, la più dannosa economicamente per il Made in Italy, è quella che avviene all'estero. Parliamo dell'"Italian sounding", quando il richiamo italiano diventa uno strumento di marketing potentissimo. E così è tutt'altro che raro trovare negli scaffali dei supermercati esteri (in particolare Nord America) prodotti che hanno immagini e suoni italiani come il Parmesan, Reggiano, il Parmesao, il Prisécco, il Parma o il Daniele Ham, ma che di italiano hanno ben poco.

L'Italian sounding rappresenta la forma più diffusa e nota di contraffazione e falso Made in Italy nel settore agroalimentare. Sempre più spesso, la pirateria agroalimentare internazionale utilizza, infatti, denominazioni geografiche, marchi, parole, immagini, slogan e ricette che si richiamano all'Italia per pubblicizzare e commercializzare prodotti che non hanno nulla a che fare con la realtà nazionale. Un vero e proprio strumento di marketing in quanto la stessa immagine dell'Italia risulta fortemente correlata al tema della cucina e della gastronomia. Infatti, dopo le città d'arte, la cucina rappresenta il primo fattore di riconoscibilità del Bel Paese per gli stranieri, ponendosi addirittura prima di arti figurative, paesaggio naturale, genio creativo sedimentato nell'alta moda, successi sportivi nel mondo del calcio o del motociclismo.

Volendo quantificare in euro questo fenomeno il Rapporto Eurispes/Coldiretti ha stimato che a livello mondiale il giro di affari dell'italian sounding supera i 60 miliardi di euro l'anno: 164 milioni di euro al giorno cifra 2,5 volte superiore al valore attuale delle esportazioni.

CONTRAFFAZIONE E ITALIAN SOUNDING... ECCO DI FRONTE A COSA CI TROVIAMO

Può essere ricondotta alla sofisticazione o all'adulterazione (modifica volontaria della composizione dell'alimento), ma sempre allo scopo di guadagnare dallo spaccio di un prodotto di basso pregio con un altro di qualità soprattutto se a marchio. Spieghiamoci meglio.

La contraffazione si riconduce alla sofisticazione quando si produce un alimento composto di sostanze diverse per qualità o quantità da quelle che normalmente concorrono a formarlo, o modificato attraverso la sostituzione, la sottrazione, l'aggiunta di elementi che normalmente lo compongono.

Quando vengono colpiti prodotti a marchio si tratta soprattutto di falsificazioni di etichette o illecite riproduzioni del brevetto secondo il quale l'alimento stesso è prodotto. Se le etichette in questione richiamano l'Italia quale simbolo di eccellenza alimentare, ci troviamo di fronte al fenomeno dell'Italian sounding. In pratica si dà un'immagine italiana a un prodotto che non ha nulla del Bel Paese tranne l'ispirazione della strategia di marketing.

Bisogna distinguere tra l'agropirateria, cioè la contraffazione vera e propria, illecito perseguibile penalmente, e italian sounding che è un gran bel business che si muove tra le maglie della legge.

All'estero impazza l'italian sounding: nomi storpiati, difficilmente riconoscibili per un non italiano poco attento, come "buffala mozzarella" o simili, che nascondono un prodotto ben diverso dall'originale per qualità, provenienza e spesso prezzo. Sia per le mozzarelle che per gli altri prodotti, tutto ciò può costituire un potenziale rischio per la salute dei consumatori o, in ogni caso, una truffa a danno della qualità, così come un danno per i produttori in regola e sicuramente per l'immagine dell'Italia all'estero. L'Italian sounding negli Usa va forte e tre prodotti su quattro vengono spacciati per italiani, ma sono solo imitazioni.

QUALI SONO I PRODOTTI ITALIANI PIÙ IMITATI?

Ad essere colpiti, insieme al prosciutto di Parma, sono i prodotti più rappresentativi dell'identità alimentare: dal Parma salami del Messico al Parmesano del Brasile fino al Parmesan diffuso praticamente in tutto il mondo, che in Brasile è Parmesano, in Argentina il Regianito, nel Sudamerica, in generale, il Parmesano, in Cina, il Parmeson... E poi i pomodori San Marzano coltivati in Usa, lo Spicy Thai Pesto statunitense, l'olio Romulo con tanto di lupa venduto in Spagna, il Chianti prodotto in California, ma anche una curiosa mortadela siciliana dal Brasile, un salami calabrese prodotto in Canada, un barbara bianco rumeno e il provolone del Wisconsin. Ma non mancano le penne Napolita prodotte nel Lancashire, i fusilli Di Peppino confezionati in Austria, e poi il Brunetto, Napoli Tomato, il Caffè Mario... Vediamo in particolare alcuni prodotti dell'eccellenza soggetti ad imitazione. La Bufala Campana DOP, spesso qualificata tale in modo non veritiero perché fatta di comune latte vaccino, o con origine geografica (italiana e non) diversa da quella dichiarata, non appartenente alla zona di produzione del marchio Dop campano. Per quello che riguarda l'olio, una delle sofisticazioni più diffuse per camuffare l'olio extravergine italiano è la miscelazione dell'olio di oliva con oli di semi o di altro genere e la colorazione con la clorofilla per mantenere il colore tipico dell'extra vergine. Inoltre, l'operazione di deodorazione è un metodo nuovo che serve a far sparire il cattivo odore che deriva dalle sostanze che normalmente compongono un olio misto, oppure fatto con olive conservate male o trattate con metodi illegali in Italia ma non in altri Paesi. Anche qua non

mancano i casi di italian sounding che sfruttano il falso made in Italy per scopi di marketing e mascherano come olio di qualità italiano un prodotto di provenienza non certificata. Il pomodoro è uno dei primissimi prodotti dell'export italiano: ne esistono ben 500 specie in Italia, di cui alcune protette, come il San Marzano dell'Agro sarnese-nocerino DOP. Sono moltissimi i casi di concentrato di pomodori importato dalla Cina e poi etichettato come prodotto italiano. Il mercato del vino è in crescita da vari anni e il vino italiano è sempre apprezzato in particolare all'estero per qualità e tradizione. Come il mercato è in crescita, così lo sono le contraffazioni e le frodi. Con sole 33 sterline (poco più di 40 euro) è possibile, in Gran Bretagna, con un kit per l'autoproduzione fare ben 30 bottiglie di "vino doc" Valpolicella, grazie a una magica polvere da sciogliere in una bottiglia d'acqua.

I DANNI E I RISCHI PER I CONSUMATORI

Le conseguenze del fenomeno della contraffazione colpiscono sia i produttori onesti, i lavoratori che i consumatori. A farne le spese anche l'ambiente visto che spesso i contraffattori non rispettano le norme a tutela dell'ambiente, commercializzano e scambiano anche sostanze pericolose. Per quanto riguarda i consumatori questi possono essere vittime di una frode merceologica che di un reato alla salute pubblica. Nel primo caso a rimetterci è soprattutto il portafoglio. Ma non solo. La stessa cultura della qualità del cibo decade di fronte a prodotti con ingredienti importanti ma assenti o sostituiti

con altri di minor pregio; a oli extra vergini di pessima qualità colorati o trattati o a vini da tavola che non hanno niente a che fare con i marchi con cui vengono commercializzati. Diverso il caso in cui la contraffazione si riconduce alla sofisticazione che non esita ad utilizzare sostanze potenzialmente nocive per la salute umana o con materie prime prive di origine e pertanto di informazioni riguardo le norme sanitarie. Occorre un accordo internazionale per la tutela delle denominazioni dai falsi. Ma è anche necessario fare chiarezza a livello europeo dove occorre estendere a tutti i prodotti l'obbligo di indicare in etichetta l'origine dei prodotti alimentari. Attenzione alla spesa nei luoghi di vendita dei cibi low cost. Il consiglio è di controllare con speciale attenzione le etichette e di tenere la guardia alta. Nel 2013 l'80 per cento degli allarmi alimentari è stato provocato da prodotti a basso costo provenienti da paesi extracomunitari. La graduatoria negativa vede in testa la Cina seguita da India e Turchia.

UN'ALTRA IMITAZIONE DEL MADE IN ITALY: RICETTE ITALIANE NON ORIGINALI

Mentre i mercati internazionali sono sempre più invasi da falso Parmigiano Reggiano o Grana Padano, da altrettanti falsi Prosciutti di Parma o di San Daniele sale alla ribalta una nuova forma di imitazione del made in Italy alimentare: il tradimento della ricetta originale. Emerge da un'indagine dell'Accademia Italiana della Cucina, tra le 74 delegazioni estere da quasi sessant'anni impegnate in 40 Paesi stranieri, nella lotta al falso alimentare che colpisce, oltre ai

prodotti, anche e soprattutto le ricette, molto spesso ben diverse rispetto alle "originali" italiane. La ricerca lascia poco spazio al dubbio: nel 60% dei casi la cucina italiana, all'estero, è realizzata in modo "non molto corretto" o addirittura "maldestro". E solo nel 40% dei casi risulta "ben interpretata". Questo accade anche perché quasi la metà (47%) dei cuochi che operano nei ristoranti italiani all'estero non sono italiani (scopriamo che sono in maggioranza australiani e messicani) e solo una piccola parte (9%) di questi ha seguito scuole, stage o tirocini nel Bel Paese. Il piatto della tradizione italiana maggiormente tradito nei ristoranti italiani all'estero? Al primo posto c'è la pizza e, a seguire il tiramisù, le lasagne, le scaloppine di vitello e la pasta al ragù. Tra le ricette più "abusate" spiccano numerosi piatti tipici regionali, in primis gli spaghetti alla bolognese, i ravioli, gli spaghetti alle vongole, l'ossobuco e i saltimbocca alla romana. Ma il rovescio positivo della medaglia è che la cucina italiana è la più imitata e "tradita" anche perché è la preferita per il 68% dei Paesi stranieri monitorati, seguita, a sorpresa, dalla cucina cinese (40%), dalla francese (38%) e dalla giapponese (17%). Un vero e proprio smacco per i cugini d'oltralpe. E la gastronomia italiana viene apprezzata all'estero in primo luogo perché considerata una cucina dai sapori eccellenti (85%); poi perché capace di trasformare il pasto in un vero e proprio rito collettivo (34%); infine per il suo aspetto salustico, legato al suo essere cucina mediterranea e quindi sana (31%). Con un'immagine molto migliorata negli ultimi anni: "ottima" nel 57% e "buona" nel 43% dei casi. Le città con più ristoranti italiani? Melbourne con più di 1.000, seguita da Sidney, New York e Montreal con 500.

