

# La lotta al “parmese” degli Stati Uniti

written by Rivista di Agraria.org | 12 dicembre 2015



Il Consorzio del Parmigiano Reggiano alza il tiro nella lotta all’“italian sounding” aperta con gli Stati Uniti e oggetto anche dei negoziati TTIP tra Unione Europea e Usa.

Dopo aver denunciato alla Commissione Europea – davanti alla quale ha parlato pochi mesi fa il direttore dell’Ente, Riccardo Deserti – un fenomeno che colpisce il Parmigiano Reggiano con 100.000 tonnellate di prodotti venduti negli Stati Uniti con il termine “parmese” e in confezioni che palesemente richiamano l’Italia, il Consorzio mette ora sul piatto gli esiti di una ricerca (sviluppata da Aicod) che evidenzia, oltre al danno per i produttori italiani, la situazione ingannevole che pesa sui consumatori americani.

I dati non lasciano dubbi, al proposito. Per il 66% dei consumatori statunitensi, infatti, il termine “parmese” non è affatto generico – come sostengono, invece, le industrie casearie americane – ma identifica un formaggio duro con una precisa provenienza geografica, che il 90% degli intervistati indica senza alcun dubbio nell’Italia. L’indicazione spontanea è poi stata approfondita.

“Abbiamo mostrato agli intervistati due confezioni di “parmese” made in Usa – spiega il direttore del Consorzio del Parmigiano Reggiano, Riccardo Deserti – di cui una senza richiami all’Italia e l’altra caratterizzata da evidenti richiami al Tricolore. Già nel primo caso il 38% dei consumatori ha indicato il prodotto come formaggio di provenienza italiana, ma la situazione è apparsa ancora più grave di fronte alla confezione caratterizzata da elementi di “italian sounding” (ad esempio la bandiera tricolore o monumenti e opere d’arte italiane): in tal caso, infatti, il 67% degli acquirenti americani è convinto di trovarsi di fronte ad autentico prodotto italiano”.

“Un inganno – sottolinea il presidente del Consorzio, Giuseppe Alai – che negli Usa colpisce decine di milioni di consumatori e che costituisce un grave pregiudizio all’incremento delle nostre esportazioni e, conseguentemente, un danno palese anche per i nostri produttori”.

A parlare chiaro, ancora una volta, sono le cifre: gli Usa si collocano al terzo posto (dopo Germania e Francia) nella classifica delle esportazioni di Parmigiano Reggiano. Negli States, infatti, nel 2014 sono giunte 6.597 tonnellate di Parmigiano Reggiano, corrispondenti al 17,8% delle esportazioni complessive (44.000 tonnellate), e nei primi otto mesi del 2015 si è registrato un incremento del 28,8%, ed è proprio questo flusso in crescita che potrebbe letteralmente esplodere se venisse quantomeno ridotta la quantità di prodotto che negli Usa si richiama esplicitamente all’Italia.

“La battaglia aperta in sede di negoziati TTIP – afferma Alai – non sarà certo facile, perché quelle 100.000 tonnellate di prodotto che circolano negli Usa sono irregolari alla luce della legislazione europea sulle Dop, ma non vengono ancora considerate tali dall’industria e dalla legislazione americana”.

Continua su [Forum di Agraria.org](http://Forum di Agraria.org).

Fonte: Consorzio Parmigiano Reggiano DOP.

12/12/2015