

# «Le contraffazioni in aumento»

Igp e Dop, tutti i marchi trevigiani nel mirino. Falso radicchio scoperto a Berlino

► TREVISO

Dalla "Salsa Asiago Dressing" al kit per farsi il vino a casa, con provette, contagocce e polverine. La contraffazione dei prodotti agroalimentari è un mercato da 70 miliardi di euro in Italia, addirittura maggiore del valore dell'export. Un attacco da cui non sono esenti il Veneto e Treviso. Anzi. «Quando si copia lo si fa dai più bravi», sostiene Pietro Piccioni, direttore di Coldiretti Veneto, moderatore del convegno sulle Agrimafie tenutosi ieri alla Camera di Commercio, «e noi che siamo la patria degli Igp e dei Dop siamo al centro di questo attacco».

Solo poche settimane fa è stato scoperto del radicchio rosso di Treviso falso in una fiera a Berlino, a Parigi è stata presentata l'imitazione di un prosciutto, spacciato per autentico, e

sempre a Parigi sono state poste sotto sequestro delle forme di Asiago false. L'Osservatorio segnala nel 2016 una crescita del 150 per cento del falso Prosecco sequestrato o rintracciato nei mercati. Un altro esempio arriva da un'interrogazione al parlamento europeo, che cita un trevigiano trapiantato in Australia che ha scoperto una produzione di radicchio, su cui veniva posto il bollino di radicchio rosso di Treviso. Ma la battaglia oggi è resa ancora più difficile dall'e-commerce. «Solo nel 2016 sono stati segnalati 109 casi di vendita di Asiago falso su Amazon», spiega Cinzia Conduiti, dell'area Ambiente della Coldiretti. «La vendita sul web di prodotti contraffatti è ancora più facile, ma il Ministero delle Politiche Agricole sta stringendo alcuni accordi con le società per stroncare il fenomeno. Con e-bay è già stato

stretto un protocollo per segnalare queste vendite».

Oltre a tutto questo c'è il capitolo dell'italian sounding, ovvero tutti quei prodotti che di Italiano non hanno praticamente nulla, ma che grazie al marketing, magari mettendo una bandiera o una gondola sull'etichetta, suggeriscono al consumatore di provenire dal Belpaese. In questo caso i produttori spesso si muovono al di qua del confine della legalità, in quanto nelle etichette è indicata anche la provenienza vera del prodotto, ma approfittano di fatto dell'ingenuità del consumatore. «Se sui prodotti Igp e Dop si può intervenire con la repressione, è necessaria una svolta culturale», continua Cinzia Conduiti. «Bisogna far arrivare sulla tavola i nostri prodotti, quelli originali, cosicché i consumatori sia-

no in grado di riconoscere la differenza». E nelle contraffazioni alimentari si è infiltrata anche la criminalità organizzata.

L'Osservatorio sulle agromafie presieduto dall'ex procuratore Giancarlo Caselli, stima in 16 miliardi il fatturato delle mafie in questo settore. «Una delle principali misure per tutelare i marchi e il consumatore», spiega il presidente di Coldiretti Veneto Martino Cerantola, «è stata quella dell'etichetta narrante che deve contenere tutte le informazioni che chi acquista ha il diritto di conoscere. Per sconfiggere questi fenomeni negativi ci vogliono buone leggi che tutelino brand e filiera, ma anche un fronte comune e una rivoluzione culturale da parte dei cittadini come pure delle istituzioni e persino del mondo dell'educazione, affinché nessuno sia complice di un sistema perverso».

(f.c.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Martino Cerantola

» Nel 2016 si registra una crescita del 150 per cento di vino spacciato per Prosecco identificato e a volte sequestrato

» L'Osservatorio sulle agromafie stima in 16 miliardi il fatturato complessivo della criminalità nel settore

