

Arriva dal web la nuova offensiva dei falsi prodotti alimentari Dop e Igp

2 giugno 2013, di Giorgio dell'Orefice



La lotta alla contraffazione dei prodotti alimentari rischia di inciampare nella Rete. Nasce infatti sul web la nuova offensiva alla tutela dei prodotti alimentari di qualità. L'allarme è stato lanciato dall'Aicig, l'associazione fra i consorzi dei prodotti alimentari a indicazione geografica (56 organismi dal Parmigiano reggiano al Prosciutto di Parma che coprono il 90% del fatturato del settore) che nei giorni scorsi ha scritto una lettera al Presidente del Consiglio, Enrico Letta e ai ministri per le Politiche agricole, Nunzia De Girolamo, dello Sviluppo economico, Flavio Zanonato e degli Esteri, Emma Bonino per denunciare l'iniziativa della società Usa Icann (Internet corporation for assigned names and numbers) che gestisce il rilascio dei suffissi internet e che punta a breve a mettere all'asta ai privati una serie di domini quali ".wine", ".vin", ".food", ".cheese" e altri.

Rischia di aprirsi un nuovo fronte di contenziosi internazionali

«L'iniziativa – si legge nella lettera di Aicig (alla quale ha fatto seguito anche una denuncia della Federdoc, la federazione italiana dei consorzi dei vini Doc) può avere effetti devastanti in ambito commerciale per i nostri prodotti aprendo un nuovo fronte a contenziosi internazionali».

Nuove denominazioni possono sovrapporsi a quelle dei prodotti originali

La proposta Icann (che beninteso non riguarda solo il settore alimentare visto che fra i domini in vendita ci sono anche ".car" e ".book") infatti potrebbe portare alla registrazione di indirizzi come "prosciuttodiparma.food", "chianticlassico.vin", "prosecco.wine" o ancora "parmigiano.cheese" che, nel rispetto delle regole, si sovrapporrebbero agli indirizzi dei prodotti originali aprendo un nuovo fronte di confusione nel consumatore internazionale che risulterebbe sempre meno in grado di distinguere (sia nelle piattaforme on line che sugli scaffali dei supermercati) fra il vero prodotto made in Italy dalle sue imitazioni.

La tutela dei prodotti Dop e Igp agisce solo entro i confini comunitari

I prodotti Dop e Igp sono tutelati solo entro i confini comunitari. Aspetto che non li sottrae all'offensiva di falsi e prodotti "italian sounding" che vantano un giro d'affari di 60 miliardi di dollari, cioè 6 volte superiore al fatturato dei veri prodotti made in Italy.

Il commercio online degli alimentari cresce del 18%

Secondo le ultime stime il commercio online in Italia ha raggiunto complessivamente un volume d'affari di 21 miliardi. Di questi appena 253 milioni riguardano il settore alimentare che però risulta fra i segmenti più vivaci visto che nel corso del 2012 ha registrato un progresso nelle vendite del 18 per cento.

Le critiche italiane: affrontare il dossier all'interno del negoziato Usa-Ue

«Siamo di fronte a un'iniziativa grave - ha detto il presidente di Aicig, Giuseppe Liberatore - confermata dal fatto che la società Usa ha già accantonato 65 milioni di dollari in vista di future controversie legali. Questa iniziativa rischia di dare una patente di regolarità a prodotti che sono solo un'imitazione degli originali mandando in fumo gli investimenti realizzati negli anni dai consorzi per garantire la tutela dei marchi Dop e Igp fuori dell'area Ue. Per questo chiediamo al Governo italiano e alla Commissione Ue di intervenire per impedire duplicazioni fra nuovi domini e le denominazioni già registrate e di far rientrare l'intero dossier dei nuovi domini all'interno del negoziato commerciale fra Usa e Ue».

Contro l'iniziativa Usa è insorta anche la Federdoc, la federazione dei consorzi dei vini Doc italiani. «Internet uno strumento importante di informazione e sempre più anche di commercio – ha detto il presidente, Riccardo Ricci Curbastro – ma riteniamo fondamentale che si superi l'attuale momento di vacatio legis, in modo da evitare che si generino nuove occasioni di usurpazione dei nomi o di uso distorto delle denominazioni».