

Tempo di scelte

Scorrevo, qualche tempo fa, una “news” a cura della Coldiretti, relativa ad un paradosso alimentare che pare destinato a prendere piede, se non sarà debitamente osteggiato: in Europa i formaggi italiani possono vantare un posto d’onore, attestandosi , nella classifica dei prodotti migliori in ambito comunitario, con ben trenta denominazioni d’origine (DOP); come controcanto a questa positiva affermazione, cresce, però, la tendenza, a livello internazionale, alla contraffazione, alla imitazione dei formaggi DOP italiani.

E’ sufficiente un passaggio fra diversi siti Internet specializzati per imbattersi nella proposta di Asiago americano, di Robiola canadese, di Mozzarella messicana, per non parlare di “Parmesan”, (Parmigiano) o di simil-Gorgonzola....prodotti addirittura....in Paesi UE.

Il nome di “gloriosi” formaggi italiani diventa ,così, l’etichetta apposta a prodotti che con la qualità dell’originale non hanno nulla a che fare, con il rischio di inflazionare denominazioni prestigiose e di creare attorno ad esse una sorta di confusa, cattiva pubblicità.

Spiace ancora di più constatare che a questo circuito di falsificazione non sfuggono neppure trasformatori del nostro Paese, che acquistano semi-lavorati all’estero , su cui intervengono per poi immetterli sui mercati stranieri come.... “quasi” prodotti italiani , né mancano , viceversa, distributori che immettono sul mercato italiano un “simil-grana”, ad esempio, prodotto in Paesi stranieri....

Il danno derivante dalla circolazione delle imitazioni sopra-accennate è costante e si riflette a livelli diversificati, in primo luogo in termini di mancata esportazione dei prodotti d’origine protetta (ne è una riprova la difficoltà in cui versa un prodotto come il Grana Padano), ma anche di regressione di una complessiva cultura della qualità, che a mio parere va invece difesa , incoraggiata e incentivata.

Dalla cattiva concorrenza basata sulla simil-qualità non basta prendere distanza : essa va osteggiata con misure normative, e con il coraggio di scelte sfidanti e di comportamenti eticamente validi ed economicamente proficui.

La difesa della denominazione d’origine deve coniugarsi con il rilancio della immagine dei prodotti italiani, con una politica di informazione, di promozione e di educazione alla qualità , in generale, e al “consumo di qualità” , in particolare.

Rilanciare organismi preposti alla diffusione dei nostri prodotti, ricaricarli di funzioni e compiti, riformarli nella struttura e nel funzionamento deve però accompagnarsi alla assunzione di un impegno non formale dei trasformatori, cui tocca una grande

responsabilità: quella di essere fermi nella opzione per la qualità, come valore guida nella produzione e come criterio regolativo.

Offrire qualità e chiederne un'equa remunerazione è una costante che deve perpetuarsi e riflettersi in tutta la filiera dell'agro-alimentare.

Difendere la qualità e proteggere la denominazione non implica una chiusura, un arroccamento alla tradizione, ma la percorrenza di nuove strade : perché imitare in forma scadente un prodotto , quando invece si può produrre qualcosa di meno nobile del grana, ad esempio, ma apprezzabile, se caratterizzato da una buona fattura?

E' su questa strada della diversificazione, dell'apertura, della ricerca che io spero di incontrare i trasformatori italiani, una strada che, proteggendo la peculiarità dei DOP, non crea un doppio binario su cui far scorrere prodotti finti, ma si inserisce nella gamma d'offerta del settore lattiero caseario con la sperimentazione di nuove proposte, sempre all'insegna della qualità.

Angelo Rossi
angelorossi@clal.it