

SI ALLARGA IL FRONTE DEI PAESI CHE ADERISCE AL DESK ANTI CONTRAFFAZIONE

Contro i pirati dell'agroalimentare scende in campo anche l'Interpol

Il made in Italy tra i marchi più taroccati. Allarme per il diffondersi dei wine kit

MAURIZIO TROPEANO
INVIATO A CERNOBBIO

Contro i pirati agroalimentari che scippano all'Italia 60 miliardi euro l'anno e che mettono a rischio 300 mila posti di lavoro (Coldiretti dixit) scende in campo l'Interpol. Il primo fronte è quello dell'olio d'oliva: entro la fine dell'anno l'Unaprol organizzerà corsi di formazione per i nuclei anti-frode di 22 paesi comunitari ed extra Ue.

Sono stati i Naf del corpo Forestale dello Stato a chiedere, e ottenere, di allargare il desk anticontraffazione che già lavora nella sede di Lione al settore agroalimentare. «Il numero dei Paesi che ha deciso di collaborare - spiega il vicecomandante Amedeo De Franceschi - sta crescendo di anno in anno. Siamo partiti in quattro e

adesso ci siamo moltiplicati di sei volte. La formazione è il primo passo dell'azione di contrasto».

I «professori» saranno i tecnici dell'Unaprol. Pietro Sandali, il direttore generale dell'associazione che raccoglie più o meno il 70% dei produttori del settore, spiega: «La prima materia di insegnamento sarà l'annusamento dell'olio e poi ci sarà l'assaggio. E non è un scherzo perché il panel test adesso può essere portato come elemento di prova in caso di processo penale».

Ma non basta. Un mese fa, nel corso di un incontro a Lione, la sede dell'Europol, Sandali ha illustrato anche il dossier che denuncia lo sfruttamento dell'Italian Sounding nei paesi dell'Ue e in giro per il mondo. Un documento sintetico con un minicatalogo di esempi e fotografie dei «tarocchi» e la spiega-

zione: «Dopo American Express e Coca Cola il marchio più conosciuto è il made in Italy». E gli «originali» almeno cento hanno fatto bella mostra nell'esposizione organizzata da Coldiretti al forum internazionale di Cernobbio che si è chiuso ieri.

L'Italian sounding colpisce i prodotti più rappresentativi dell'identità alimentare nazionale: dallo Spicy thai pesto statunitense al Parma salami del Messico; dalla «mortadela» siciliana dal Brasile ad un «salami calabrese» prodotto in Canada. E ancora: c'è il Barbera bianco rumeno, il Provolone del Wisconsin, gli chapagetti prodotti in Corea. L'elenco è lungo e porta ad una sola considerazione: «La contraffazione e la falsificazione dei prodotti alimentari Made in Italy costa all'Italia trecentomila posti di lavoro che si potrebbero creare con una seria azione di con-

trasto a livello nazionale e internazionale».

L'ultima frontiera dell'inganno - secondo Coldiretti - è lo sbarco del wine kit in Europa. Il presidente Sergio Marini valuta in circa 20 milioni le bottiglie di pseudo-vino in circolazione e denuncia: «C'è una fabbrica che a Lindome, vicino a Goteborg, produce e distribuisce in tutto il continente e del tutto indisturbata oltre 140 mila wine kit all'anno dai quali si ottengono circa 4,2 milioni di bottiglie». E aggiunge: «I wine kit della società Vinland vengono venduti con i marchi Cantina e Doc's che fanno esplicito riferimento alla produzione italiana, ma anche ad un marchio di qualità tutelato dall'Unione Europea, e promettono in soli 5 giorni di ottenere in casa vini come Valpolicella, Lambrusco, Sangiovese o Primitivo, per i quali vengono anche fornite le etichette da apporre sulle bottiglie».

**L'elenco è lungo
dal Spicy thai pesto
al Provolone
del Wisconsin**

GLI ESPERTI DELLA FORESTALE

Basterà un'annusata per capire se l'olio è davvero d'oliva

«La prima cosa che ci hanno insegnato è stato annusare l'odore dell'olio extravergine d'oliva. Poi abbiamo iniziato a capire la differenza tra olio buono e quello cattivo, tra quello vero e quello falso. Solo così possiamo capire e conoscere i trucchi e i segreti del mondo dell'olio». Amedeo de Franceschi, vicecomandante dei Naf del corpo forestale dello Stato, racconta la sua esperienza da «annusatore». In questi tre anni Unaprol ha formato oltre 200 tra carabinieri dei Nac e dei Nas, ispettori del Corpo Forestale e dell'Icqrf. L'ufficiale ricorda «quell'odore di erba fresca che fa la differenza con un olio "stanco"». E spiega: «L'odore e il sapore fanno la differenza e diventano l'unico strumento per scoprire se c'è stato un intervento chimico. La chimica si può correggere. L'olfatto no». Uno strumento in più che potrebbe permettere di vincere molti processi adesso che i panel test sono diventati elemento di prova. Il Corpo Forestale ha fatto pressing per ottenere dall'Interpol di aprire una sezione dedicata alla contraffazione agroalimentare anche se «possiamo agire per contrastare la violazione del diritto di proprietà intellettuale e non per la tutela della salute». In ogni caso si tratta di «un passo avanti perché stiamo costruendo un network tra le diverse agenzie di controllo: portiamo la nostra esperienza e la prima azione di contrasto sta nella conoscenza e nella formazione. Dunque insegneremo ai nostri colleghi dell'Interpol ad annusare l'olio extra vergine d'oliva». [M.TR.]



60 miliardi
Secondo Coldiretti è il danno prodotto al comparto agro alimentare italiano dalla contraffazione

