

Svolta nipponica. Per promuovere l'export

# Primo passo avanti: arriva l'indicazione geografica tipica

TOKYO. Dal nostro corrispondente

■ Dal primo giugno ha fatto la sua comparsa ufficiale un nuovissimo logo: "Japan Geographical Indication - GI". Se infatti i negoziati di libero scambio Ue-Giappone vanno a rilento, un effetto l'hanno già avuto: Tokyo si è convinta dell'importanza delle indicazioni geografiche tipiche e ha approvato una prima organica legislazione appena entrata in vigore. Una strategia coerente con il tendenziale passaggio storico dell'agricoltura nipponica dai sussidi ai prezzi interni alla promozione dell'export, nel quadro di un tentativo di rivitalizzazione delle declinanti regioni rurali.

«È un passo avanti che apprezziamo, ma per gli aspetti internazionali ci attendiamo di più», afferma Cecilia Malmstrom, la svedese Commissaria al commercio della Ue. Ad esempio, le nuove normative non coprono i settori vino e birra, che stanno molto a cuore agli europei. Malmstrom è arrivata a Tokyo prima degli altri leader europei per il vertice bilaterale di fine maggio, concedendosi una levataccia turistica per assistere all'asta dei tonni nel mercato del pesce più grande del mondo (Tsukiji). «Un modo per prepararmi agli incontri al ministero dell'Agricoltura e Pesca», scherza.

Ma anche lo stesso ministro degli Esteri Fumio Kishida le ha chiesto che la Ue tolga al più presto, in base alle risultanze scientifiche, le restrizioni in atto alle importazioni di prodotti alimentari giapponesi, in particolare di quelli della provincia di Fukushima post-incidente nucleare del 2011. La risposta è stata che una revisione di queste limitazioni è appunto in corso e una decisione sarà presa in relazione ai riscontri tecnici. Tokyo ha deciso di de-

nunciare in sede Wto le restrizioni, allargate ai prodotti alimentari dell'intero Tohoku (Giappone settentrionale), in vigore in Corea del Sud (problemi analoghi li ha con Taiwan). La richiesta di Kishida all'Europa va oltre il caso-Fukushima: le lagnanze sono infatti reciproche sulle regolamentazioni non allineate che finiscono per ostacolare nei due sensi il commercio agroalimentare. Ad esempio, il wagyu (la pregiata carne bovina) è stato solo da poco riammesso nella Ue e solo da specifiche località.

Una parziale deroga regolamentare sta consentendo una più ampia presenza del Made in Japan alimentare all'Expo di Milano, dove il Padiglione giapponese dedicato alla "diversità armoniosa" sta registrando un grande successo di pubblico. Al Japan Day dell'11 luglio potrebbe arrivare il premier Shinzo Abe. Nel Padiglione le diverse province giapponesi alternano la loro presenza. Quella di Fukushima presenterà i suoi prodotti - con rassicurazioni sulla loro sicurezza - nella seconda settimana di ottobre, con una anticipazione nella settimana dell'intero Tohoku prevista verso fine luglio. L'Expo sta contribuendo a far ritrovare fiducia e orgoglio alla JA, l'associazione delle cooperative agricole, di recente "bastonata" dal governo con una riforma che le toglie potere per spianare la strada alla Tpp. JA fornisce i prodotti al Padiglione e sarà protagonista diretta nella prima metà di luglio a un evento per il quale ha realizzato un Dvd promozionale: vari contadini della provincia di Tochigi cantano in italiano per raccontare i valori di solidarietà che ispirano le coop agricole.

S. Car.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

