WineNews
THE POCKET WINE WEB SITE IN ITALY

*Milano - 15-06-2015*

# DOPO GLI ACCORDI CON EBAY E ALIBABA CON IL RAFFORZAMENTO DELLA LOTTA ALLA CONTRAFFAZIONE DEL MADE IN ITALY SUL WEB, DALL'EXPO ARRIVA ANCHE QUELLO TRA IL MINISTERO DELLE POLITICHE AGRICOLE E LA GDO, PER LA PROMOZIONE DEI PRODOTTI DOP E IGP IN ITALIA

Dopo gli accordi siglati dal Ministero delle Politiche Agricole con eBay e Alibaba, i più grandi player dell'e-commerce mondiali, sul fronte della lotta alla contraffazione via web attraverso l'Icqrf, per garantire alle Dop e Igp italiane una protezione pari a quella che ricevono i grandi marchi sulla rete secondo un modello unico al mondo (oltre 300 interventi in 12 mesi, con un blocco di flussi di vendite di prodotti falsi o Italian sounding per un valore di oltre 60 milioni di euro, ed è di oggi la notizia del blocco della vendita online di 5.000 tonnellate al mese di finto Parmigiano Reggiano), arriva anche un protocollo d'intesa con la gdo per garantire una migliore informazione dei consumatori e favorire una più facile individuazione dei prodotti Dop e Igp nei punti vendita, rilanciandone i consumi sul mercato interno. A siglarlo il Ministero e le associazioni della gdo come Federdistribuzione, Ancc-Coop e Ancd-Conad, agli Stati generali delle Indicazioni geografiche italiane, promossi oggi, all'Expo "per condividere a livello internazionale buone pratiche, attraverso un modello, quello italiano, che è un punto di riferimento per tutti gli altri Paesi" ha detto il Ministro delle Politiche Agricole Maurizio Martina. In totale, sono 5 le azioni principali per la tutela e la promozione dei prodotti Dop e Igp sul fronte nazionale e internazionale: accanto al web e alla Gdo, un focus sulle Indicazioni geografiche nel piano del Governo per il sostegno all'export made in Italy, la difesa del sistema delle denominazioni a livello internazionale ed il testo unico per le Dop per semplificare le norme a favore di imprese e consorzi di tutela. Senza dimenticare il Ttip, il negoziato sull'accordo commerciale Ue e Usa con al centro proprio la difesa delle Ig (e che vale 16 miliardi di export di prodotti europei, e 9 di import di prodotti americani). E che in ballo c'è uno dei settori più dinamici dell'export made in Italy (+64% il fatturato all'estero negli ultimi 5 anni per Ismea), che vale alla produzione oltre 13,5 miliardi euro, con 271 Dop e Igp alimentari e 523 Dop e Ipg dei vini, prodotte da più di 300.000 imprese, e di cui l'Italia è leader in Ue.
"Abbiamo voluto questa giornata in Expo - ha dichiarato il Ministro Martina - per ribadire la nostra leadership nel settore delle Indicazioni geografiche. Il nostro modello di "brand geografico" è forte, perché i prodotti a denominazione non hanno solo un grande valore economico, ma storico, culturale, identitario. Siamo passati all'attacco dell'agropirateria su una frontiera decisiva come quella del web, che rappresenta un mercato in crescita anche per l'agroalimentare. L'Italia è il primo Paese al mondo a poter vantare un sistema di intervento a protezione dei prodotti a denominazione come quello che abbiamo sviluppato nell'ultimo anno. Grazie alle collaborazioni con eBay e Alibaba riusciamo a combattere la concorrenza sleale di chi usurpa il prestigio delle nostre Ig. Proprio per sostenere le esportazioni lavoriamo con i Consorzi per nuovi accordi con la distribuzione straniera, accompagnati da azioni forti di comunicazione di contrasto all'Italian sounding, anche attraverso la promozione del segno unico "The Extraordinary Italian Taste", che ha debuttato con successo a Chicago in una delle fiere più importanti di contatto con la gdo statunitense".
"L'accordo siglato oggi con la Gdo, poi, darà una spinta al rilancio dei consumi dei prodotti a denominazione - ha aggiunto il Ministro - in uno dei mercati più importanti a livello nazionale come quello della grande distribuzione. Lo presentiamo in Expo proprio a ribadire che questo evento è una straordinaria occasione per le nostre filiere, per la grande qualità che tutti i nostri territori esprimono e che qui a Milano si presenta al mondo in tutta la sua

forza".
Agli Stati Generali delle Indicazioni geografiche oggi a Expo sono stati presentati l'Atlante Qualivita Expo Edition, che misura l'impatto economico delle eccellenze sui territori.

**Focus - Lotta alla contraffazione sul web: ecco come funziona il modello italiano unico al mondo**
Sul fronte della lotta alla contraffazione via web il Ministero delle Politiche Agricole, attraverso l'Ispettorato repressione frodi (Icqrf), ha chiuso due accordi unici al mondo con i più grandi player dell'ecommerce mondiali come eBay e Alibaba, per garantire ai prodotti Dop e Igp italiani una protezione pari a quella che ricevono i grandi marchi sulla rete. Ecco allora che il Parmigiano Reggiano Dop, il Prosciutto di Parma Dop, il Brunello di Montalcino Docg e le quasi 800 denominazioni nazionali vengono tutelati dai 2 colossi delle vendite online come succede ad esempio per i prodotti Nike, Canon o Microsoft. Questo grazie al lavoro dell'Ispettorato repressione frodi del Ministero che individua i falsi, li segnala alle piattaforme di eBay (con il programma Vero) e di Alibaba (con Aliprotect) e dopo le verifiche ottiene la rimozione dei prodotti dagli scaffali virtuali. Dall'inizio della collaborazione con eBay sono stati oltre 200 i venditori bloccati, perché commerciavano finti grana padano, aceto balsamico o vino che di italiano non avevano nulla, figuriamoci se potevano fregiarsi del marchio Dop o Igp. Su Alibaba a una settimana dall'avvio della collaborazione sono già state 13 le operazioni a protezione del Parmigiano Reggiano, con blocchi di flussi che potenzialmente potevano arrivare a 5.000 tonnellate di fornitura di falso formaggio Dop, quasi la metà della produzione mensile dell'autentico Parmigiano. Sono in corso verifiche ed operazioni anche su falsi Prosecco e Aceto Balsamico di Modena.

**Focus - Accordo Mipaaf-Gdo: più spazio alle Dop e Igp nei punti vendita**
Tra gli strumenti previsti dal protocollo d'intesa tra il Ministero delle Politiche Agricole e le associazioni della grande distribuzione organizzata ci sono: l'incremento degli spazi dedicati ai prodotti Dop e Igp nei punti vendita; l'utilizzo sugli scaffali di segnaletica dedicata alla campagna informativa sulle Dop e Igp; campagne informative promozionali svolte in coordinamento tra le aziende delle catene gdo o dalle singole aziende come ad esempio la "settimana delle Dop-Igp"; l'esposizione e distribuzione presso i punti vendita di materiale informativo specifico dedicato ai prodotti a denominazione.

**Focus - L'universo delle Dop e Igp in Italia (e della loro difesa) in numeri**
Dop e Igp in Italia: 271 cibo e 523 vino Valore produzione: 13,5 miliardi di euro Procedure di tutela (Icqrf) ultimi 12 mesi: 370 di cui vini (144) e prodotti a denominazione protetta (226) Mercati: 22 Paesi, di cui 8 extra Ue (Usa, Cina, Australia, Ucraina, Moldavia, Norvegia, Svizzera, Egitto). Valore: oltre 60 milioni di euro di flussi bloccati eBay: con oltre 155 milioni di acquirenti attivi, è oggi uno tra i più grandi marketplace online del mondo Alibaba: nel 2014 il fatturato ha superato i 240 miliardi di euro con centinaia di milioni di utenti attivi in tutto il mondo, e il gruppo attraverso i suoi siti gestisce la vendita di circa 1 miliardo di prodotti, con il 60% della distribuzione di pacchi della Cina.

**Focus - Ismea: più 64% il fatturato all'estero delle Dop e Igp italiane negli ultimi 5 anni**
Un circuito produttivo di circa 300.000 operatori tra la fase agricola e industriale per un fatturato alla produzione di oltre 13,5 miliardi di euro. Sono solo alcuni dei numeri della filiera del "food and wine" italiano a denominazione di origine e a indicazione geografica. "Un sistema - sottolinea il presidente dell'Ismea Ezio Castiglione, intervenuto oggi a Expo agli Stati generali delle Indicazioni geografiche -che oltre ad esprimere valenze socioculturali e opportunità di sviluppo nelle aree rurali, cresce anno dopo anno in termini di numero di riconoscimenti e di giro d'affari in particolare all'estero". Oggi l'Italia con 273 prodotti agroalimentari insigniti del bollino comunitario, di cui 4 nuovi riconoscimenti dall'inizio di quest'anno, e 523 Dop e Igp vinicole, guida saldamente la classifica in Europa per numero di denominazioni, a conferma dell'efficace azione di valorizzazione e tutela svolta dal sistema di qualità certificata. "I maggiori stimoli alla crescita del comparto – ha detto Castiglione - vengono proprio dai mercati esteri, dove il sistema nazionale delle Dop e Igp, nonostante i noti tentativi di imitazione, ha incrementato il suo fatturato nell'ultimo quinquennio del 64% nel caso delle produzioni agroalimentari e di oltre il 33% per i vini. Ma la prospettiva è di crescere ancora più velocemente nel 2015, approfittando di un euro più competitivo, dell'onda lunga dell'Expo e delle attività messe in campo dal piano sull'internazionalizzazione varato dal Governo".

**Focus - Coldiretti: da lotta a falsi Dop e Igp 300.000 nuovi posti lavoro**
Dalla lotta alla contraffazione e alla falsificazione dei prodotti alimentari italiani di qualità potrebbero nascere 300.000 nuovi posti di lavoro. Emerge da un'analisi della Coldiretti presentata ad Expo in occasione della firma del protocollo d'intesa siglato tra il Ministero delle Politiche Agricole e le associazioni della gdo. In totale sono

circa 90.000 addetti e 150.000 ettari coltivati. Il valore della produzione è di 6,6 miliardi di euro, mentre il valore dell'export 2014 ammonta a 2,4 miliardi di euro, in crescita del 5% sul 2013. A questi vanno aggiunte le 523 denominazioni di origine per i vini e le 39 indicazioni per gli altri prodotti alcolici, con 200.000 produttori e 350.000 ettari di vigneti, per un valore della produzione di 7,1 miliardi di euro, oltre ai 4,3 miliardi di euro delle esportazioni. Il tutto per un fatturato al consumo di 13,5 miliardi di euro. A frenare lo slancio offerto da questi "gioielli" del made in Italy però il fenomeno dell'italian sounding che nell'alimentare fattura oltre 60 miliardi di euro, quasi il doppio del valore delle nostre esportazioni agroalimentari. In testa alla classifica dei prodotti più taroccati ci sono i formaggi a partire dal Parmigiano Reggiano e dal Grana Padano che ad esempio negli Stati Uniti in quasi 9 casi su 10 sono sostituiti dal Parmesan prodotto in Wisconsin o in California. Ma anche il Provolone, il Gorgonzola, il pecorino Romano, l'Asiago o la Fontina. Poi i salumi più prestigiosi dal Parma al San Daniele e gli extravergine di oliva e le conserve come il pomodoro san Marzano che viene prodotto in California e venduto in tutti gli Stati Uniti.
Per il presidente Coldiretti Roberto Moncalvo, "il Ttip è un appuntamento determinante anche per tutelare le produzioni agroalimentari italiane dalla contraffazione alimentare e del cosiddetto fenomeno dell'Italian sounding molto diffuso sul mercato statunitense. A questa realtà se ne aggiunge una ancora piu` insidiosa: quale è quella dell' italian sounding di matrice italiana, che importa materia prima (latte, carni, olio) dai Paesi più svariati, la trasforma e ne ricava prodotti che successivamente vende come italiani senza lasciare traccia attraverso un meccanismo di dumping che danneggia il vero made in Italy, perché non esiste ancora per tutti gli alimenti l'obbligo di indicare la provenienza in etichetta".

---

Contatti: **info@winenews.it**
Seguici anche su Twitter: @WineNewsIt

---

Questo articolo è tratto dall'archivio di WineNews - Tutti i diritti riservati - Copyright © 2000/2015

---

**Roberto Iotti**

# *Qualità e marchi le strade da seguire*

Lo scorso anno le esportazioni di prodotti agroalimentari italiani sono aumentate del 3,5%, superando di poco i 27 miliardi. Un passo in avanti verso l'obiettivo dichiarato da Federalimentare: quota 50 miliardi entro il 2025. A Expo ieri è stata celebrata la giornata nazionale delle Denominazioni di origine: un paniere di 273 prodotti che si fregiano del bollino (Dop o Igp) dell'Unione europea. Negli ultimi cinque anni - segnala l'Ismea - queste produzioni hanno incrementato del 64% le vendite oltre i confini nazionali, anche se sono appena l'8% dell'export agroalimentare totale. Un altro risultato positivo per il made in Italy. Tanto che il ministero delle Politiche agricole ha annunciato ieri un accordo con la grande distribuzione per incrementare - almeno durante i mesi di Expo - gli spazi di vendita delle produzioni Dop e Igp. E di aver avviato un programma di collaborazione con i Consorzi delle singole Denominazioni per promuovere le vendite all'estero, anche attraverso il nuovo marchio unico per l'export "The extraordinary italian taste". Non più tardi di una decina di giorni fa, la finaziaria pubblica di partecipazione - Isa - aveva annunciato un accordo con Granarolo per sostenere le esportazioni di formaggi prodotti in Italia. Sul fronte dell'aiuto all'export comincia a muoversi qualche cosa di organico e organizzato, come per altro è stato rimarcato ieri nel corso dell'incontro del Fondo strategico italiano. Ministero delle Politiche agricole, Federalimentare, fondi di partecipazione, associazioni dei produttori - con un'azione quasi unica nella storia industriale del Paese - hanno avviato una strategia in più fasi per far crescere il valore delle nostre esportazioni, per combattere i fenomeni della contraffazione e per aumentare il grado di conoscenza dei nostri prodotti. Il differenziale rispetto ad altri Paesi di riferimento è comunque elevato. La stessa Federalimentare spiega che la percentuale di export sul fatturato è stata del 20,5% nel 2014 (la Germania è al 33%, la Francia al 26% e la Spagna al 22%). Inoltre più del 62% delle nostre vendite estere va sui mercati europei, che è come dire che sono vendite "domestiche". Nella classifica dei primi cinque Paesi per destinazione, il primo mercato è la Germania, seguito dalla Francia, quindi dagli Usa, con Inghilterra e Svizzera in quarta e quinta posizione. Siamo ancora poco presenti sui primi cinque mercati strategici sia per potenziale di crescita che per valore (Cina in testa). Infine i nostri prodotti maggiormente esportati sono il vino, seguito dai dolci, dal lattiero caseario, dalla pasta e quindi dalle conserve vegetali. Nonostante l'agroalimentare sia il secondo settore manifatturiero per valore dell'export, scendendo nei dettagli si scopre che è un settore con ancora molte fragilità: più di 54mila aziende, la stragrande maggioranza delle quali di piccola dimensione. Ne consegue la poca forza di impatto per arrivare e restare sui mercati internazionali e nelle catene estere della distribuzione organizzata. La forza sta invece nell'elevata qualità, nel legame con i territori, nelle tipicità che si riscontrano nelle lavorazioni artigianali come in quelle industriali. L'obiettivo di quota "50 miliardi" è ambizioso, ci si può arrivare: il percorso indicato è quello giusto.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Alimentare: prioritario per la ripresa

IL MOLEGGIO A LUNGO TERMINE CHE CI METTE LA FACCIA

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

# All'Expo si presenta l'Atlante Qualivita Food&Wine 2015

## La presentazione del volume si terrà lunedì 15 giugno presso l'Auditorium del Padiglione Italia

MILANO. Lunedì 15 giugno, alle ore 10, presso l'Auditorium del Padiglione Italia di EXPO Milano 2015, alla presenza del Ministro delle politiche agricole **Maurizio Martina**, verrà presentato l'**Atlante Qualivita Food&Wine 2015 – Expo special edition,** una pubblicazione interamente dedicata ai prodotti agroalimentari e vitivinicoli italiani DOP, IGP e STG, realizzata con il patrocinio del Ministero delle politiche agricole, in collaborazione con AICIG e FEDERDOC.

L'opera, che contiene oltre 830 schede prodotto aggiornate alle ultime modifiche inerenti i disciplinari di produzione, verrà presentata in occasione degli "Stati generali delle DOP IGP italiane" organizzati dal Mipaaf.

Molte le novità di questa ottava edizione dell'Atlante Qualivita Food&Wine, che oltre a proporre una nuova sezione dedicata alle bevande spiritose a Indicazione Geografica – realizzata in collaborazione con Assodistil –inserisce un'analisi economica del comparto e una sintesi dei principali valori economici legati al singolo prodotto al margine di ogni scheda informativa.

In occasione della vetrina internazionale rappresentata da Expo, questa edizione dell'Atlante Qualivita è stata realizzata in tre lingue, italiano, inglese e spagnolo e in versione digitale, scaricabile da luglio su iTunes Store di Apple.

0 Commenti Il Cittadino Online 1 Entra
Consiglia Condividi Ordina dal migliore
Inizia la discussione...
Commenta per primo.
ANCHE SU IL CITTADINO ONLINE CHE COS'È QUESTO?
**Ambiente: i cavilli del ricorso contro Bagnore 4**
1 commento • 8 giorni fa
BENITO — Straordinario Dott. Barocci, a Lei e a chi combatte contro la dittatura della …
**Italia in overcapacity di energia: cornuti e mazziati?**
1 commento • 6 giorni fa
BENITO — Ottimo articolo, complimenti al giornalista, fare verità una volta per tutte, …
**Il 118 ad Arezzo: il commento di Guicciardini (Pd)**
2 commenti • 7 giorni fa
SantoSubito — Caro Guicciardini, dopo aver perso migliaia di voti e dopo tutte …
**Crollo a Petriolo: per Anas il sensore è stato manomesso**
1 commento • un giorno fa
Antonio Maria Baldi — bisogna capire chei sono gli amici del Bagno di Petriolo ? Non …
Iscriviti Aggiungi Disqus al tuo sito web Privacy

Cerca

Inaugurato il restauro al monumento ai caduti di Monteroni d'Arbia (http://www.ilcittadinoonline.it/cronaca/provincia/inaugurato-il-restauro-al-monumento-ai-caduti-di-monteroni-darbia/)
16 giugno 2015

La vignetta di Luca (http://www.ilcittadinoonline.it/cronaca/vignette/la-vignetta-di-luca-35/)
16 giugno 2015

Fiorini (FI): "A proposito del Buon governo…" (http://www.ilcittadinoonline.it/cronaca/provincia/fiorini-fi-a-proposito-del-buon-governo/)
16 giugno 2015

Le idee del Comune di Rapolano in risposta alla Corte dei Conti (http://www.ilcittadinoonline.it/lettere/le-idee-del-comune-di-rapolano-in-risposta-alla-corte-dei-conti/)
16 giugno 2015

"La Primavera di Chiusi" sul nuovo vicensindaco (http://www.ilcittadinoonline.it/cronaca/provincia/la-primavera-di-chiusi-sul-nuovo-vicensindaco/)
16 giugno 2015

Adusbef e Federconsumatori: "Svincoliamoci dalla troika" (http://www.ilcittadinoonline.it/news-dal-mondo/adusbef-e-federconsumatori-svincoliamoci-dalla-troika/)
16 giugno 2015

Pubblicità

Advertising



ALTRO...

Copyright © 2014 IlCittadinoOnline.it Registrazione Tribunale di Siena n. 13 del 12 Settembre 2008



ALTRO...

**AGROALIMENTARE** Il Consorzio del Parmigiano reggiano plaude al ministro Martina

# Accordo con la grande distribuzione per la valorizzazione Dop e lotta contraffazioni via web

«E' un atto fondamentale per la valorizzazione delle nostre eccellenze agroalimentari, la tutela dei consumatori e degli interessi dei produttori, legato ad una nuova e coerente convergenza di impegni della quale siamo profondamente grati al ministro Martina e alla GDO italiana».

Giuseppe Alai, presidente del Consorzio del Parmigiano Reggiano, commenta così la firma del protocollo d'intesa tra il Ministero delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali e le Associazioni rappresentative del mondo della grande distribuzione organizzata per assicurare ai consumatori una migliore informazione sui prodotti Dop e Igp all'interno dei punti vendita.

"L'intesa - sottolinea Alai - assume una rilevanza straordinaria proprio nel momento in cui i produttori troppo spesso non vedono adeguatamente valorizzate le loro eccellenze e si registra un forte disorientamento tra i consumatori quando si tratta di distinguere con immediatezza tra produzioni oggetto di certificazione, prodotti similari (concorrenziali ma non frutto di frodi) e imitazioni vere e proprie, derivanti sempre più spesso anche da siti produttivi e materie prime italiani".

Tre, secondo il presidente del Consorzio del Parmigiano Reggiano, gli elementi particolarmente rilevanti del protocollo: "in primo luogo - spiega Alai - il riconoscimento del contributo essenziale che viene assegnato ai Consorzi di tutela, associato all'impegno del Ministero per la messa a punto di un piano di comunicazione finalizzato ad evidenziare le caratteristiche qualitative e alle fondamentali azioni che saranno messe in atto nei punti vendita in termini informativi, agli spazi che di valorizzazione che saranno appositamente creati, alle animazioni, al coinvolgimento dei consumatori sulla percezione di Dop e Igp, fino ad azioni ancor più specifiche concordate con i Consorzi di tutela".

"In tal senso - spiega il direttore del Consorzio, Riccardo Deserti - con il Parmigiano Reggiano stiamo già realizzando un'esperienza molto positiva ad Expo, visto che siamo la Dop scelta dal "supermercato del futuro": Questo padiglione sta attirando l'attenzione di decine di migliaia di visitatori ogni settimana, e il suipermercato offre, con il Parmigiano Reggiano, un esempio concreto di valorizzazione distintiva della Dop nel punto vendita".

"Nell'ambito delle azioni che il protocollo d'intesa attiverà - osserva Deserti - sarà importante non solo facilitare la distinzione tra produzioni certificate e prodotti generici, ma anche fornire informazioni sugli elementi che rendono unico ogni prodotto Dop o Igp, valorizzando così adeguatamente il lavoro dei produttori, i loro investimenti e quella differenze che si traducono anche in costi diversi legati a metodi di lavorazione e caratteristiche dei territori".

Dal Consorzio del Parmigiano Reggiano viene poi un particolare ringraziamento al ministero delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali per gli accordi con i grandi player dell'e-commerce mondiale (eBay e Alibaba) finalizzati a sconfiggere l'agropirateria che si consuma via web.

*Un grande risultato per produttori e consumatori*

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

GAZZETTA DI MANTOVA
QUOTIDIANO D'INFORMAZIONE FONDATO NEL 1664



# Spazio ai prodotti Igp e Dop Sì dalla grande distribuzione

Più spazio ai prodotti Dop e Igp nei punti vendita della grande distribuzione organizzata. È quanto prevede il protocollo d'intesa siglato tra il ministero delle Politiche Agricole e le associazioni della grande distribuzione, per garantire una migliore informazione dei consumatori e favorire una più facile individuazione dei prodotti nei punti vendita. L'intesa è stata presentata in occasione degli stati generali delle Indicazioni geografiche italiane a Expo. «L'accordo siglato con la Gdo darà una spinta al rilancio dei consumi dei prodotti a denominazione – ha detto il ministro Maurizio Martina – in uno dei mercati più importanti a livello nazionale, come quello della grande distribuzione». Il ministero ha reso noti i risultati della lotta alla contraffazione delle eccellenze agroalimentari italiane sul Web, grazie a due accordi «unici al mondo» con i due colossi dell'e-commerce eBay e Alibaba: nell'ultimo anno sono stati oltre 300 gli interventi, con un blocco di flussi di vendite di cibi «falsi italiani» per un valore di oltre 60 milioni di euro. In base all'intesa con i due giganti delle vendite online, fa sapere il ministero, i quasi ottocento prodotti Dop e Igp italiani «hanno una protezione pari a quella che ricevono i grandi marchi sulla rete» come Nike, Canon e Microsoft.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

GIORNALE DI BRESCIA



# La Gdo bandisce i prodotti dop «taroccati» Il Grana esulta

**Agroalimentare**

MILANO. Più spazio ai prodotti Dop e Igp nei punti vendita della grande distribuzione organizzata. È quanto prevede il protocollo d'intesa siglato tra il Ministero delle Politiche Agricole e le associazioni della grande distribuzione per garantire una migliore informazione dei consumatori e favorire nei punti vendita una più facile individuazione dei prodotti. Il Patto, firmato dal ministro Maurizio Martina, ha un unico obiettivo: il rilancio dei consumi interni. «L'accordo siglato con la Gdo - ha spiegato - darà una spinta al rilancio dei consumi dei prodotti a denominazione in uno dei mercati più importanti a livello nazionale, come quello della gdo».

Dagli accordi con eBay e Alibaba, negli ultimi 12 mesi sono stati oltre 300 gli interventi, con un blocco di flussi di vendite di prodotti falsi o «italian sounding» per un valore che supera i 60 milioni di euro. Esulta il consorzio Grana Padano: «Il protocollo è una vittoria del Consorzio Grana Padano. Siamo stati i primi a sollecitare il Governo e l'Unione Europea affinchè il consumatore potesse scegliere con chiarezza e trasparenza cosa acquistare».

ECONOMIA

Atene col fiato sospeso: i greci temono per i loro risparmi

Scampato pericolo: l'Italia è fuori dalla deflazione

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

GAZZETTA DI PARMA



EXPO CON IL MINISTRO MARTINA

# Finto Parmigiano: lotta alla contraffazione sul web

Si sono svolti ieri a Expo gli Stati generali delle Indicazioni geografiche italiane, alla presenza del ministro delle Politiche Agricole Maurizio Martina. Nel corso dei lavori sono state presentate le azioni del Mipaaf per la tutela e la promozione dei prodotti Dop e Igp sul fronte nazionale e internazionale. 5 le azioni principali: rilancio dei consumi sul mercato italiano con un accordo siglato con la GDO durante l'evento, rafforzamento del contrasto alla contraffazione anche sul web, focus sulle indicazioni geografiche nel piano del Governo per il sostegno all'export Made in Italy, difesa del sistema delle denominazioni a livello internazionale e testo unico per le Dop per semplificare le norme a favore di imprese e consorzi di tutela. «Siamo passati all'attacco dell'agropirateria - ha affermato Martina - su una frontiera decisiva come quella del web, che rappresenta un mercato in crescita anche per l'agroalimentare. Grazie alle collaborazioni con eBay e Alibaba riusciamo a combattere la concorrenza sleale di chi usurpa il prestigio delle nostre IG. Anche attraverso strumenti come questo salvaguardiamo il lavoro quotidiano di oltre 300 mila nostre imprese che producono cibi e vini Dop e Igp». Su Alibaba a una settimana dall'avvio della collaborazione sono già state 13 le operazioni a protezione del Parmigiano Reggiano, con blocchi di flussi che potenzialmente potevano arrivare a 5mila tonnellate di fornitura di falso formaggio Dop, quasi la metà della produzione mensile dell'autentico Parmigiano. ◆

Agricoltura
Bonifica, cambiano le regole per il pagamento del tributo
Parmigiano di qualità: premio al caseificio di Vezzano
Il clima si difende anche in azienda
NotizieBreve
La lavanda di Sarah è arrivata all'Expo
Fiorentinesca dovuta è ora di intervenire

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

AGROPIRATERIA » IL CONTRATTACCO

# Finto Reggiano, scoperta mega truffa

## Grazie all'accordo tra il Ministero e i principali siti di e-commerce, bloccato un traffico da cinquemila tonnellate

REGGIO EMILIA

La lotta al Parmigiano Reggiano contraffatto, ora, passa anche attraverso un duro contrasto all'e-commerce illegale. Lo ha annunciato ieri a Milano, durante gli Stati generali delle Indicazioni geografiche italiane tenutisi all'Expo, il ministro delle Politiche agricole alimentari e Forestali Maurizio Martina. E i risultati, clamorosi, già ci sono: «Su Alibaba a una settimana dall'avvio della collaborazione sono già state 13 le operazioni a protezione del Parmigiano Reggiano, con blocchi di flussi che potenzialmente potevano arrivare a 5mila tonnellate di fornitura di falso formaggio Dop, quasi la metà della produzione mensile dell'autentico Parmigiano».

Sul fronte della lotta alla contraffazione via web, infatti, il Ministero delle politiche agricole, attraverso l'Ispettorato repressione frodi, ha chiuso due accordi unici al mondo con i più grandi player dell'e-commerce mondiali come eBay e Alibaba. L'obiettivo è quello di garantire ai prodotti DOP e IGP italiani una protezione pari a quella che ricevono i grandi marchi sulla rete.Solo negli ultimi 12 mesi sono stati oltre 300 gli interventi, con un blocco di flussi di vendite di prodotti falsi o Italian sounding per un valore che supera i 60 milioni di euro.

E' in questo contesto, si collocano il Parmigiano Reggiano e le quasi 800 denominazioni nazionali ora tutelate dai due colossi delle vendite online come succede ad esempio per Nike, Canon o Microsoft. Questo grazie al lavoro dell'Ispettorato repressione frodi del Ministero che individua i falsi, li segnala alle piattaforme di eBay (con il programma VERO) e di Alibaba (con Aliprotect) e dopo le verifiche ottiene la rimozione dei prodotti dagli scaffali virtuali.

Dall'inizio della collaborazione con eBay sono stati oltre 200 i venditori bloccati, perché commerciavano finti Grana padano, aceto balsamico o vino che di italiano non avevano nulla. Sono in corso verifiche anche su falsi Prosecco e Aceto balsamico di Modena.

«Siamo passati all'attacco dell'agropirateria - ha affermato Martina - su una frontiera decisiva come quella del web, che rappresenta un mercato in crescita anche per l'agroalimentare. L'Italia è il primo Paese al mondo a poter vantare un sistema di intervento a protezione dei prodotti a denominazione come quello che abbiamo sviluppato nell'ultimo anno».

Intanto, il Consorzio del Parmigiano Reggiano "benedice" il protocollo d'intesa firmato ieri sempre tra il ministero delle Politiche agricole e le associazioni della grande distribuzione per la tutela delle produzione Dop e Igp, che punta anche a migliorare l'informazione sui prodotti Dop e Igp all'interno dei punti vendita, per andare incontro ai clienti che spesso faticano a districarsi tra i prodotti certificati, le imitazioni legali e i veri e propri falsi. «È un atto fondamentale per la valorizzazione delle nostre eccellenze agroalimentari, la tutela dei consumatori e degli interessi dei produttori», afferma Giuseppe Alai, presidente del Consorzio.

Il protocollo affida un ruolo importante ai consorzi di tutela, che insieme al Ministero dovranno mettere a punto di un piano di comunicazione, e questo si affianca al lavoro di informazione che verrà fatto nei punti vendita, dove verranno allestiti anche spazi informativi.

Reggio ECONOMIA

Finto Reggiano, scoperta mega truffa

Snap On licenzia, scatta lo sciopero

ricette grigliate

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.