



Consorzio del Formaggio Parmigiano Reggiano

www.parmigianoreggiano.it

FALSA SALSA AL PARMIGIANO REGGIANO MADE IN CANADA RITIRATA DAL MERCATO

Nuovo intervento del Consorzio in coincidenza con il Fancy Food di New York, dove l'Ente ha lanciato un piano di investimenti da 1 milione per Usa e Canada. A fine anno previsto un incremento dell'Export verso gli Usa superiore al 10%, con almeno 25.000 forme in più

(Reggio Emilia, 30 giugno 2016) Nuova frode individuata oltre oceano dal Consorzio del Parmigiano Reggiano, che proprio in coincidenza con il Fancy Food di New York (la vetrina mondiale delle eccellenze agroalimentari) ha ottenuto il ritiro dal mercato di una salsa prodotta in Canada (denominata "carbonara") che usava in maniera ingannevole l'immagine del Parmigiano Reggiano nell'etichetta senza contenerlo come ingrediente. Un comportamento frequente da parte di produttori che speculano sulla rinomanza del formaggio più apprezzato al mondo.

"L'azione messa in atto e il risultato ottenuto - sottolinea il presidente del Consorzio, Alessandro Bezzi - da una parte confermano l'efficacia della vigilanza attivata a livello mondiale dal Consorzio, ma dall'altra evidenziano quanto siano ancora diffusi i fenomeni ingannevoli a carico dei consumatori laddove non esistono i meccanismi di tutela che abbiamo invece ottenuto da tempo dalla UE".

Il nuovo caso, paradossalmente, si è verificato proprio nel momento in cui il Consorzio è giunto a New York per lanciare il nuovo piano di investimenti su informazione, promozione, presenza nelle catene distributive degli Usa e del Canada, Paesi che nel 2015 hanno assorbito 11.400 tonnellate di Parmigiano Reggiano, corrispondenti a 285 mila forme e al 25% del totale delle esportazioni.

"Nell'ambito del Fancy Food Show - sottolinea il direttore del Consorzio, Riccardo Deserti - abbiamo riscontrato una grande attenzione da parte delle catene distributive, tanto che a fine 2016 prevediamo un'ulteriore crescita delle esportazioni verso gli Usa per almeno 25.000 forme, con un incremento superiore al 10%".

"Lo stesso interesse - prosegue il direttore del Consorzio - riguarda anche il programma lanciato dal Consorzio per la formazione del personale dei punti vendita, le cui competenze nel taglio, nella presentazione e nel confezionamento si stanno rivelando un fattore vincente per promuovere le vendite".

"Queste azioni nelle catene distributive - prosegue Deserti - sono state pensate e impostate anche come uno dei più efficaci strumenti di contrasto alle imitazioni e al fenomeno dell'"italian sounding", che con l'uso di richiami al nostro Paese lascia intendere ingannevolmente (e vale per il 67% dei consumatori statunitensi) che tanti prodotti negli Usa o altrove provengano dall'Italia, che è simbolo di eccellenze Dop".

"Visto che i tempi per ottenere maggiori tutele attraverso gli accordi TTIP rimangono lunghi e incerti - conclude Deserti - la strada della collaborazione con le catene distributive è oggi lo strumento indispensabile per difendere gli interessi dei nostri produttori rispetto a fenomeni di concorrenza sleale e quelli dei consumatori Usa, minacciati da proposte commerciali ingannevoli".

Centro Stampa Comunicazione Integrata: Gino Belli tel. +39 0522 546277;
mobile +39 335 8386149 info@centrostampa.net - stampa@unioncoop.re.it

Consorzio del Parmigiano Reggiano: Iginio Morini
tel. +39 0522 700230; mobile +39 335 6522327 morini@parmigianoreggiano.it