

Parmigiano Reggiano, tolleranza zero sulle contraffazioni nel mondo

Dura controffensiva del Consorzio dagli Usa al Vietnam a tutela del motore dello sviluppo della food valley emiliana-padana. 40 "stop" nella sola UE

Come ha evidenziato la recente indagine Ipsos sui marchi mondiali ritenuti più affidabili dai consumatori italiani, il Parmigiano Reggiano è l'unico prodotto Dop ad inserirsi autorevolmente nella "top ten", mentre nessun altro rientra nei primi 100 brand.

Questo significa, come precisa l'indagine, che il Parmigiano Reggiano è riconosciuto come uno dei marchi più influenti (9° posto, preceduto da Apple e seguito da Youtube) quanto a effetti e impatti positivi sulle persone.

Non è allora un caso - considerando che rappresenta anche il marchio più noto al mondo fra i prodotti a denominazione d'origine protetta - che sia anche il prodotto sul quale maggiormente si concentrano fenomeni di imitazione e a tentativi di fraudolente appropriazioni della denominazione.

Una situazione alla quale il Consorzio ha risposto, negli ultimi due anni, con una controffensiva senza precedenti in termini di vigilanza, visto che la posta in gioco - per quello che rappresenta uno dei grandi motori della food valley emiliana-padana - sono gli interessi di 350 caseifici artigianali, 3.000 allevatori, migliaia di famiglie e di lavoratori impegnati in stalle, caseifici e aziende di confezionamento, stagionatura e commercializzazione.

I risultati, per molti aspetti, sono sorprendenti. Nella sola Unione Europea, nei primi dieci mesi del 2016 l'Ente di tutela ha messo in atto più di quaranta azioni di contrasto in sede



Alessandro Bezzi, presidente
Consorzio Parmigiano Reggiano

stragiudiziale, amministrativa e di denunce che hanno portato a interventi d'ufficio da parte delle autorità competenti in otto Paesi europei (tra questi lo "stop" imposto in Polonia al deposito del marchio "Parmezza"), dove le norme ottenute dal Consorzio impongono ai Paesi membri la tutela "ex-officio" delle Dop.

Fra gli ultimi interventi, in ordine di tempo, quello messo in atto al Sial di Parigi, con un sequestro che ben sottolinea quanto le azioni improprie o fraudolente non risparmino neppure le più grandi e prestigiose vetrine internazionali dell'agroalimentare.

Più complessa, invece, la situazione in area extra UE, dove non esistono norme come quelle ottenute in ambito comunitario e, conseguentemente, si riscontra il maggior numero di quelle che rappresentano autentiche frodi per i consumatori

e un danno per i produttori di Parmigiano Reggiano.

Non a caso, dunque, a guidare la classifica dei fasulli richiami alla denominazione "Parmigiano Reggiano" o a proporre immagini del prodotto su confezioni che contengono tutt'altro che gli Stati Uniti, con cinque interventi di diffida, da parte del Consorzio, su altrettante società che proponevano salse, formaggi (alcuni contenenti anche cellulose), piatti pronti o confezioni di grattugiato ingannevolmente ispirate al Parmigiano Reggiano.

Al secondo posto - a sorpresa - il Vietnam, con tre opposizioni del Consorzio al deposito dei marchi "Reggianto", "Parmesan" (denominazione in uso esclusivo al Consorzio) e addirittura "Parmigiano Reggiano", precedute dal nome del produttore.

Opposizioni a registrazioni di marchi evocativi sono poi state messe in atto in Giappone, Argentina (tutti con 2 tentativi di falsi richiami al Parmigiano Reggiano), Bolivia, Cina, Colombia (tentativo di deposito del marchio "Parmessano")

e Ucraina (diffida rispetto al deposito del marchio "Parmedzyano").

"Questo insieme di azioni - sottolinea il presidente del Consorzio del Parmigiano Reggiano, Alessandro Bezzi - conferma che il sistema di tutela del Consorzio funziona bene e ovunque, sebbene resti urgente che venga affiancato da azioni istituzionali da parte delle autorità di ogni singolo Paese, soprattutto laddove è più facile infilarsi nelle maglie di legislazioni che non tutelano o tutelano insufficientemente i prodotti Dop".

"La lotta ai falsi - afferma il direttore del Consorzio, Riccardo Deserti - è innanzitutto un atto di giustizia e di tutela rispetto ad interessi che coinvolgono allevatori, caseifici, aziende di confezionamento, ma rappresenta anche una delle prime forme di promozione dell'autentico Parmigiano Reggiano, perchè ad ogni marchio o prodotto che il Consorzio fa ritirare, corrisponde l'orientamento di una parte dei consumatori ingannati verso il prodotto originale".



Marchiatura
Parmigiano
Reggiano

