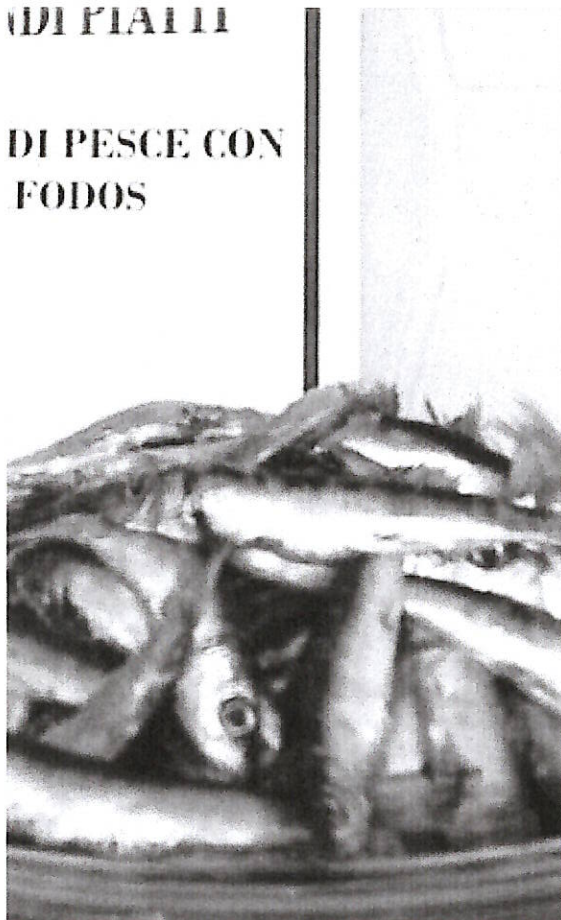


# Truffe sul Made in Italy: i falsi prodotti dell'Italian sound costano 150 miliardi

## DAL FOOD AI VINI LA QUALITÀ ITALIANA IMITATA E CONTRAFFATTA PERDITE INGENTI PER L'EXPORT, CAMPANIA MOLTO PENALIZZATA

DI PIATTI

DI PESCE CON  
FODOS



I MERCATI

Valerio Iuliano

Il cibo italiano è uno dei più apprezzati e desiderati nel mondo, ma anche più imitati. Quella che da tempo è una percezione condivisa si trasforma in una consolidata certezza in base ai dati contenuti in una ricerca di The European House-Ambrosetti, realizzata in occasione dell'ottavo Forum 'La Roadmap del futuro per il Food&Beverage' di Bormio. La filiera agroalimentare italiana è un settore determinante per la competitività del Paese.

I DATI

La proiezione internazionale della filiera è in forte crescita, il vero motore del settore in Italia, che nel 2022 ha raggiunto il valore record di 58,8 miliardi di Euro grazie a una crescita del +59,3% nel periodo 2015-2022 e a una performance annuale record nel 2022 del +15,3%. «La filiera - si legge nello studio - sfonda per la prima volta il tetto dei 60 miliardi di euro considerando anche il settore del tabacco, incluso nella macro-categoria del settore agroalimentare nelle statistiche nazionali. L'Italia è primo produttore ed esportatore mondiale di pasta, primo produttore mondiale di vino e secondo esportatore dopo la Francia, primo esportatore al mondo di passata di pomodoro, secondo esportatore di mele, di formaggi freschi, kiwi, liquori, mele e nocciole". C'è un altro dato che testimonia l'eccellenza della filiera agroalimentare italiana. La qualità del Made in Italy posiziona il Paese come primo

in Europa per prodotti agroalimentari certificati con 845 denominazioni protette (526 legate alla produzione vitivinicola e 316 a quella alimentare), per un fatturato totale di 19,2 miliardi di euro.

## ITALIAN SOUNDING

Tuttavia, la grande proiezione internazionale ha anche un risvolto negativo corrispondente a quello che nello studio si definisce l'Italian sounding, «uno dei principali fattori di freno per la crescita internazionale del Made in Italy che indebolisce fortemente il posizionamento estero dei prodotti italiani. L'Italian sounding consiste nell'utilizzo di denominazioni, riferimenti geografici, immagini, combinazioni cromatiche e marchi che evocano l'Italia su etichette e confezioni di prodotti agroalimentari tipici della tradizione italiana ma non prodotti in Italia. È importante sottolineare come i prodotti Italian sounding nascono conformi alle regolamentazioni di etichettatura, scostandosi da pratiche illegali come la contraffazione e consiste quindi nell'indurre ingannevolmente il consumatore a credere che alcuni prodotti siano autentici italiani quando in realtà non lo sono, costituendo una pratica di marketing ingannevole e non un'azione illegale». L'imitazione all'estero di prodotti del territorio nostrano riguarda tutte le regioni. Ma la prima regione italiana è la Lombardia con un impatto economico negativo pari a 10,2 miliardi l'anno, seguita da Veneto (10 miliardi), Emilia-Romagna (9,9 miliardi) e Piemonte (8,7 miliardi). L'imitazione di prodotti italiani ha precluso quasi 5,5 miliardi di vendite oltre-confine in Campania e 3,5 miliardi in Toscana che vede colpiti soprattutto i suoi vini.

## LA MOZZARELLA

In Campania, quindi, sono numerosi i casi di imitazione dei nostri prodotti più rappresentativi. I produttori lanciano l'allarme. «La mozzarella di bufala campana - spiega Pier Maria Saccani, direttore Consorzio di tutela mozzarella di bufala Campana Dop - è uno dei prodotti più amati ma anche più imitati e falsificati all'estero. La nostra squadra di ispettori nel corso degli anni ha trovato casi eclatanti, da un marchio Tokyo Dop in Giappone fino a mozzarelle cinesi con il tricolore. Difficile stimare il danno, ma per il nostro comparto l'Italian sounding vale circa 600 milioni di euro. Ecco perché siamo passati al contrattacco e siamo il primo consorzio in Italia che ha deciso da due mesi di utilizzare l'intelligenza artificiale contro le fake mozzarelle», conclude Saccani. Due anni fa The European House Ambrosetti ha realizzato una ricerca che ha quantificato il valore del fenomeno nel mondo. Se l'Italian sounding pari a 91 miliardi di euro nel 2022 - si trasformasse in vero fatturato italiano, il potenziale di export del Paese sarebbe di circa 150 miliardi di euro.

© RIPRODUZIONE RISERVATA