

# Made in Italy: Consorzio Tutela Formaggio Asiago apre la strada alla tutela delle DOP in Cina

---

(AGENPARL) – Vicenza, 16 nov 2016 – Il Ministro Maurizio Martina: “La distintività dei prodotti agroalimentari del Made in Italy all’interno dei mercati mondiali dipende dalla lotta alla contraffazione e da una nuova strategia che punta alla diffusione della conoscenza dei nostri veri prodotti Dop e Igp”. Il Presidente Fiorenzo Rigoni: “I Consorzi di Tutela stanno facendo la loro parte. Ora è tempo di un approccio complessivo inserito in una politica consapevole del valore economico delle DOP”

Ad una delle più importanti fiere cinesi dell’agroalimentare, la FHC CHINA, svoltasi dal 7 al 9 novembre a Shanghai, il Consorzio di Tutela Formaggio Asiago apre la strada alla maggiore tutela delle DOP attraverso l’efficace azione contro una serie di prodotti americani palesemente in violazione del marchio ASIAGO, registrato in Cina. A seguito di una denuncia del Consorzio, infatti, i prodotti di tre aziende statunitensi sono stati ritirati dagli stand, mentre la manifestazione era in corso.

«I prodotti agroalimentari del Made in Italy – dichiara Maurizio Martina, Ministro delle politiche agricole alimentari e forestali – sono da sempre sinonimo di eccellenza e la loro distintività all’interno dei mercati mondiali dipende anche dalla lotta alla contraffazione. Dobbiamo mantenere alta la guardia in questo ambito e per questo ringrazio il Consorzio Tutela Formaggio Asiago per il lavoro svolto a difesa di un prodotto simbolo del Made in Italy e dell’intera filiera agroalimentare italiana. Il nostro Paese è leader nel campo dei controlli, – prosegue il Ministro Martina – abbiamo una strategia di azione completamente nuova, che punta non solo sulla repressione, ma sulla diffusione della conoscenza dei nostri veri prodotti Dop e Igp. Allo stesso tempo stiamo lavorando in maniera innovativa sul fronte dei controlli sul web attraverso gli accordi stretti con le più importanti realtà dell’e-commerce. Il lavoro da fare è ancora molto e una concreta collaborazione con i produttori e i consorzi in questa battaglia è fondamentale. Vogliamo dare uno stop deciso a chi usurpa i nostri marchi, danneggiando prima le aziende italiane e poi i consumatori che cercano la qualità italiana».

« I Consorzi, con le loro forze, stanno ottenendo significativi successi nella tutela – afferma Fiorenzo Rigoni, Presidente del Consorzio – ma ora è necessario fare fronte comune ed ottenere un riconoscimento politico consapevole del valore economico, sociale e culturale delle DOP, a piena applicazione del Regolamento UE 1151/2012, in base al quale la protezione delle Indicazioni Geografiche è uno strumento per proteggere “il patrimonio culturale e gastronomico vivo” dell’UE, così come sancito anche dall’art.3 del Trattato, il quale dispone che il patrimonio culturale dell’Unione sia salvaguardato e valorizzato. Questo, in un momento in cui la chiusura dei negoziati bilaterali tra l’UE ed i suoi partner commerciali strategici deve fare il conto con un peso crescente delle economie asiatiche nel contesto globale e con forti spinte internazionali a ricondurre le denominazioni d’origine protetta a semplici prodotti generici».

E proprio in questo scenario, il successo dell’azione intrapresa dal Consorzio di Tutela Formaggio Asiago contro prodotti americani in palese violazione del marchio Asiago DOP, registrato e protetto in Cina, segna un precedente importante, in attesa dell’entrata in vigore dell’accordo bilaterale UE-Cina per la protezione delle reciproche Indicazioni Geografiche che, in quel paese, hanno ormai superato quota 1800. Nel frattempo, l’asse mondiale della domanda di beni e servizi e dei relativi flussi commerciali si sposta sempre più verso oriente, come dimostrato anche dalla recente firma della Trans-Pacific Partnership (TPP) tra USA, Canada e i principali mercati dell’Asia (Cina esclusa), che riguarda il 40% dell’economia globale e coinvolge oltre 800 milioni di persone.

Un mercato, quello cinese di grandi proporzioni. Basti pensare che l’export mondiale di formaggi in Cina è cresciuto, nel 2015, del 46,6%, superando la crescita del 44% del 2014 e del 26% del 2013. Per quanto riguarda l’Italia, le quantità sono ancora basse, ma i trend lasciano intravedere un mercato estremamente dinamico, con uno sviluppo, nello scorso anno, vicino al 17% che ha premiato principalmente i formaggi freschi e dove Asiago DOP ha avviato da poco la commercializzazione.