



IL MADE IN ITALY

Gdo partner strategico contro l'italian sounding

Valorizzare e promuovere le produzioni di eccellenza del nostro Paese e implementare gli strumenti di contrasto al fenomeno della contraffazione e dell'italian sounding, una pratica commerciale scorretta con cui le aziende agroalimentari estere cercano di far passare un prodotto come di casa nostra, quando in realtà non lo è. Sono gli obiettivi della nuova legge sul Made in Italy, entrata in vigore lo scorso 11 gennaio, i cui effetti potrebbero essere resi ancora più incisivi valorizzando maggiormente il ruolo svolto dalla grande distribuzione organizzata. Ne è convinto l'avvocato Francesco Ferrara, managing partner dello studio legale Pepe & Associati, che evidenzia l'importanza della norma in uno scenario in cui, secondo alcuni studi, l'economia sviluppata dal solo italian sounding è arrivata a generare un fatturato superiore a quello realizzato dai veri prodotti italiani. Per dare un'idea dei numeri, alcune stime parlano di 100 miliardi di dollari a livello mondiale (23 miliardi solo negli Stati Uniti). «La nuova legge quadro sul Made in Italy ha come obiettivo la tutela dei prodotti italiani sia in ambito agroalimentare, sia in altri settori di eccellenza, attraverso varie iniziative, dalla formazione a progetti dedicati, fino all'istituzione del contrassegno per il Made in Italy che serve ad attestare l'origine italiana delle merci e a evitare la contraffazione e l'uso dell'italian sounding», spiega Ferrara per il quale la norma andrebbe ulteriormente implementata, rendendo la Gdo un partner strategico per la tutela delle nostre filiere. «La grande distribuzione organizzata è fatta di operatori che già oggi promuovono le eccellenze tricolore. Si potrebbe dare un'ulteriore spinta, prevedendo ad esempio una serie di criteri che gli operatori potrebbero seguire nella scelta dei prodotti da inserire in gamma e nella conseguente promozione presso la clientela. Uno di questi potrebbe essere proprio il possesso del contrassegno per il Made in Italy».



La norma prevede anche la possibilità per le Pmi di ottenere contributi a fondo perduto e finanziamenti a tasso agevolato per lo sviluppo di tecnologie, prima fra tutte quella basata sulla blockchain, in grado di tracciare le filiere produttive tricolore. Una possibilità che, secondo Ferrara, andrebbe estesa anche alla Gdo, rendendo così accessibili ai consumatori informazioni puntuali sulla provenienza dei prodotti. «Attualmente la norma non prevede indicazioni in tal senso. Non escludo, però, che ci possa essere un'implementazione nei decreti attuativi che verranno emanati nei prossimi mesi, soprattutto se ci sarà una sensibilizzazione da parte delle associazioni di settore», conclude l'avvocato. - s.dp.

© RIPRODUZIONE RISERVATA