



**COLDIRETTI**

**Audizione XIII Commissione permanente Agricoltura  
della Camera dei Deputati dell'8 novembre 2011**

**MEMORIA SUL TEMA  
DELL'INTERNAZIONALIZZAZIONE DEL SETTORE  
AGROALIMENTARE**

In un momento di grave crisi in cui il nostro Paese è alla ricerca di azioni e risorse per il rilancio dell'economia e della crescita occupazionale, il *Made in Italy*, e in particolare quello agroalimentare, è universalmente riconosciuto come straordinaria leva competitiva e di sviluppo del Paese.

L'agroalimentare rappresenta oltre il 16% del Pil nazionale.

L'Italia è il Paese dei primati nell'agroalimentare: per la produzione e l'esportazione di vino nel mondo; per la qualità - vantando 231 Dop, Igp e Stg e quasi 500 denominazioni di vini Doc, Docg e Igt - per il numero di operatori nel mercato biologico, per valore aggiunto per ettaro e il secondo per produttività, è il Paese delle sicurezze alimentari e delle multifunzionalità imprenditoriali.

Da tempo Coldiretti è impegnata in un progetto di tutela e valorizzazione del vero "*Made in Italy*" agroalimentare, su cui intende riportare nuovamente l'attenzione di codesta Commissione, alla luce dell'intensificarsi dei rischi di contraffazione e concorrenza sleale verso i prodotti nazionali.

L'export agroalimentare raggiunge quasi 28 miliardi di euro e ha segnato, anche durante la crisi, tassi di crescita del 13%. Sostenere l'internazionalizzazione è dunque importante ma traguardando gli interessi delle vere imprese e dei veri prodotti italiani e tenendola ben distinta dalla delocalizzazione.

La diffusione di prodotti che traggono in inganno circa la vera origine geografica realizza un evidente danno all'immagine della produzione agroalimentare nazionale, raggirando i consumatori che non vengono messi in condizione di scegliere in modo consapevole.

Il contrasto alla contraffazione del vero *Made in Italy* ha, del resto, conseguenze economiche e sanitarie di rilievo tanto per le imprese quanto per i consumatori sì che tutte le parti sociali (Confindustria, Abi, Alleanza Cooperative Italiane, Ania, Cgil, Cia, Cisl, Clai, Coldiretti, Confagricoltura, Confapi, Rete Imprese Italia, Ugl, Uil), con un documento unitario del 4 agosto 2011, nella definizione delle priorità sulle quali operare per rilanciare la crescita, hanno chiesto di "*attuare politiche incisive volte alla promozione e difesa del made in Italy di qualità quale leva competitiva del Paese, in grado di*

*valorizzare il lavoro, il capitale e il territorio italiano, sfruttando il potenziale di penetrazione commerciale all'estero delle imprese italiane".*

Nel corso del 2011 il Governo ha assunto alcuni importanti impegni:

- l'approvazione, dopo anni di *pressing* stringente, della legge n. 4 del 2011 che ha introdotto nel nostro ordinamento il principio dell'obbligatorietà dell'indicazione in etichetta dei prodotti alimentari del luogo di origine della materia prima agricola e l'impegno, ancora disatteso, di darne piena attuazione;
- l'istituzione della Commissione parlamentare di inchiesta sulla contraffazione ;
- le linee programmatiche del Ministro Romano espresse al Parlamento volte, tra l'altro, al contrasto a livello europeo e mondiale dell' *Italian sounding* in quanto fenomeno ingannevole e scorretto che danneggia la nostra cultura e tradizione e vanifica il sacrificio dei nostri operatori abusando del buon nome del nostro Paese.

Purtroppo, a fronte di queste importanti scelte politiche, i conseguenti atti del Nostro Paese vanno invece nella direzione opposta!

E' recente la denuncia di una nuova vicenda di utilizzo improprio di risorse pubbliche da parte della "Società italiana per le imprese all'Estero - SIMEST s.p.a." (società finanziaria di sviluppo e promozione delle imprese italiane all'estero controllata dal Ministero dello sviluppo economico) destinate a finanziare direttamente o indirettamente la produzione o la distribuzione di prodotti alimentari che non hanno nulla a che fare con il tessuto produttivo del Paese.

Le operazioni di sostegno dell'*Italian sounding*, da parte della SIMEST, determinano danni gravi in quanto bloccano ogni potenzialità di crescita delle imprese italiane a causa della "saturazione" del mercato con prodotti che richiamano qualità italiane senza essere di origine nazionale, impedendo ai consumatori di effettuare una corretta comparazione sulla base della diversa qualità e convenienza con prodotti autentici del *Made in Italy*.

Non può essere taciuto che il sostegno di SIMEST si indirizza ad investimenti in attività di delocalizzazione che oltre a costituire occasioni di

concorrenza sleale ai prodotti italiani sottraggono colpevolmente opportunità di lavoro ed occupazione al sistema Italia.

Dopo il caso dell'azienda casearia Lactitalia, vi furono le dichiarazioni del Ministro all'epoca in carica Galan, in risposta all'interrogazione parlamentare 4-08770, per la definizione di criteri di finanziamento dei progetti all'estero in grado di scongiurare appropriazioni indebite delle denominazioni protette e impropri richiami all'origine italiana dei prodotti commercializzati.

Il risultato è che nulla è successo, anzi si è verificato un secondo caso di finanziamento all' *italian sounding* di pari gravità.

Il Gruppo Parmacotto con il supporto di SIMEST ha già avviato negli Stati Uniti un progetto che ha portato all'apertura di un punto vendita monomarca a New York e prevede di strutturare una vera e propria catena di locali caratterizzati dall'offerta di prodotti *Italian sounding*.

Nei punti vendita già aperti nei diversi Stati, nell'Unione europea e negli Stati Uniti, dedicati alla salumeria tradizionale italiana, segmento di eccellenza del *Made in Italy* e sinonimo di qualità e genuinità, si vendono alimenti realizzati con ingredienti e materie prime non italiane confezionati sul posto con etichette e marchi che evocano prodotti tipici della gastronomia italiana e delle specialità regionali.

Solo leggendo alcuni nomi dei prodotti venduti all'estero nei due casi citati (bresaola, finocchiona, salame calabrese, soppressata, pecorino, toscanella, ecc.) è evidente il danno che viene prodotto, anche al nostro territorio evocando denominazioni di territori e di prodotti che sono il frutto di secoli di storia, tradizione, impegno diligente della nostra gente.

*L'Italian sounding* ruba all'economia nazionale oltre 60 miliardi di euro all'anno!

E' necessario porre fine a questa situazione insostenibile e deprecabile che risulta, peraltro, del tutto incoerente rispetto alle linee di azione e ai dichiarati del Governo sopra riportati.

Invece che alla valorizzazione e alla promozione del vero *Made in Italy*, assistiamo ad una vera e propria svendita della nostra economia e dei nostri

territori, che rischia di danneggiare irrimediabilmente il nostro vero grande patrimonio.

Tenuto conto di quanto sopra evidenziato, chiediamo a codesta Commissione di valutare ed approfondire :

- la strategia attuata da SIMEST di finanziamento all'estero di imprese che commercializzano prodotti con una falsa identità di origine, utilizzando la manodopera di Paesi esteri e ivi creando valore aggiunto e se la medesima abbia portato vantaggi per il sistema agroalimentare nazionale;
- i criteri con cui vengono scelti da parte della SIMEST i progetti da finanziare;
- l'opportunità di bloccare urgentemente gli attuali investimenti in attività di delocalizzazione di produzioni agroalimentari che costituiscono attività di concorrenza sleale;
- i controlli che la SIMEST ha effettuato ed effettua sulle attività del settore agroalimentare delle quali acquisisce partecipazioni o sostiene, affinché sia garantita la conformità al proprio scopo sociale;
- le partecipazioni di SIMEST e i relativi finanziamenti a società del settore agroalimentare;
- l'entità del danno subito dalle imprese nazionali a fronte dell'avvenuta occupazione di mercato da parte di imprese, come *Parmacotto*, che accaparrando finanziamenti hanno immesso prodotti soltanto imitativi di quelli autentici italiani, eliminando o riducendo sensibilmente le future possibilità di scelta dei consumatori in termini di confronto di qualità e di prezzo;
- le possibili iniziative tese a sanzionare la più grave irregolarità commessa dai responsabili di SIMEST di violazione nel commercio da parte della Società *Parmacotto*, da essa partecipata, delle norme in materia di protezione di denominazioni di origine a proposito della promozione di un prodotto (salumi calabresi) che gode del riconoscimento europeo;
- l'operato dei rappresentanti legali di SIMEST che, rispetto alla recente scelta del Parlamento di valorizzare l'effettiva origine geografica degli alimenti ed dell'impegno del Governo di procedere all'attuazione della legge sull'etichettatura attraverso l'adozione dei decreti attuativi, appare gravemente lesivo delle linee programmatiche di sviluppo economico tanto da implicare la definizione di tempi e modalità per la

revoca del mandato di rappresentanza agli attuali amministratori di SIMEST;

- i termini di declinazione concreta della promozione all'estero dei veri prodotti del *Made in Italy* compatibilmente con la ricchezza dei nostri territori e la pluralità delle nostre produzioni intervenendo per eliminare anche le barriere sanitarie che, ad esempio nel settore della carne, ostacolano il commercio con l'estero.