

Agroalimentare: opportunità e difficoltà approfondite in un convegno dell'Accademia Virgiliana

# Le sfide per tutelare il marchio "made in Italy"

mgc

Un convegno ricco e sorprendente per la presenza di molte e diverse professionalità. Nato dalla volontà di caratterizzare giuridicamente il "mito del made in Italy", nel corso dei lavori si sono andate aprendo molte sfaccettature fino a mostrare gli estremi. Ovvero le opportunità offerte dal made in Italy e all'opposto, l'inutilità dello stesso. Un mito ove, come sostiene Marcel Detienne nell'Enciclopedia Einaudi, alla voce "mito", "... le credenze si intrecciano sempre più con delle pratiche...". E qui assumiamo, con qualche libertà, per credenze la reputazione (del made in Italy) mentre per pratiche possiamo intendere l'operatività delle imprese dell'agroalimentare.

È la relazione di **Corrado Giacomini**, docente di economia agroalimentare presso l'università di Parma, a delimitare il tema e avvalorare la sua de-



Sergio Genovesi (a sinistra) e Corrado Giacomini hanno concluso il convegno

licatezza visti i molti risvolti giuridici ma anche i vincoli dettati dalle politiche internazionali entro i quali le imprese dell'agroalimentare praticano le proprie scelte, dentro e fuori i confini nazionali. Una breve traccia, sintetica e chiara, che ha ricordato fin dall'inizio la dimensione delle esportazioni italiane verso l'estero (34 mld di Euro) e l'enorme presenza della contraffazione e del cosiddetto Italian Sounding (nel

complesso 60 mld di Euro). Di seguito è l'intervista all'assessore regionale **Gianni Fava** a sottolineare la funzione di Regione Lombardia, "... in Europa è il terzo stato", nella promozione e nel sostegno ai Consorzi di tutela delle produzioni alimentari. E ha inoltre ricordato come il nostro sistema normativo di tutela sia considerato fra i migliori. Poi la tavola rotonda, moderata da **Maurizio Castelli**, ha

messo a confronto gli imprenditori dell'agroalimentare **Cesare Baldrighi**, **Nicola Levoni** e **Bruno Francescon**, con due docenti di diritto penale, **Luigi Cornacchia** e **Paolo Aldrovandi**. E dal confronto sono emerse le difficoltà di tutela delle produzioni. Il made in Italy, infatti ha validità solo all'interno del nostro Paese ma anche l'affermazione del "100% italiano" non è sufficientemente garantita, dice Cornacchia. In ogni caso la reputazione del made in Italy è grandissima ed è aumentata dall'esperienza di Expo 2015, sostiene Baldrighi, Presidente del Consorzio del Grana Padano ma poiché l'Italian Sounding non è perseguibile la soluzione sta nell'educazione del consumatore. Più prudente Nicola Levoni, Presidente di Levoni SpA, che pur convinto di quanto, anche sui mercati esteri, sia importante il marchio italiano solleva un dubbio: "Fiorucci, marchio italiano molto apprezzato, dopo

essere passato di mano numerose volte è oggi proprietà di una multinazionale messicana. È possibile considerarlo ancora un marchio del made in Italy?" Dubbio esaminato da Aldrovandi che discutendo della problematica tutela all'estero delle produzioni alimentari italiane riconosce che il nostro codice penale è più attento alla produzione piuttosto che all'origine dei prodotti. Perplesso sul made in Italy è invece Bruno Francescon, Amministratore Unico della OP Francescon, primo produttore di meloni in Italia, con il 5% del totale nazionale: "Sono troppo piccolo sul mercato internazionale, il nostro sistema nazionale è troppo frammentato e questo ci penalizza, per noi il made in Italy non è, oggi, un'opportunità". Un ventaglio di pareri offerti a un pubblico numeroso, vario e attento che ha valutato positivamente il convegno. I lavori sono stati aperti dai Presidenti, rispettivamente dell'Accademia Nazionale Virgiliana, **Piero Gualtierotti**, della Fondazione Università di Mantova, **Paolo Gianolio**, ospitante i lavori del convegno e dell'Ordine degli avvocati, **Paolo Trombini**. Le conclusioni sono state di **Sergio Genovesi**, accademico virgiliano e del professor **Corrado Giacomini**.

La manifestazione si è tenuta il 15 e 16 ottobre a Mantova, Cremona e Pavia. Tante iniziative per far conoscere un prodotto identitario che sta riscuotendo un successo crescente. Fava: "Bisogna rilanciarlo e promuoverlo nel mondo"

## Il festival della mostarda, due giorni nel segno dei sapori

Tra Mantova, Cremona e Pavia, un festival tutto dedicato a uno dei prodotti più antichi della Lombardia: la mostarda, la famosa frutta piccante che da secoli accompagna il tradizionale lessato o, più recentemente, i formaggi e altri piatti. È il festival della mostarda andato in scena il 15 e 16 ottobre scorsi nelle tre città dove sono state numerose le iniziative proposte che hanno richiamato molta gente, curiosa di assaggiare le tante proposte culinarie che hanno visto la mostarda grande protagonista, ma anche di conoscerne segreti e peculiarità. "La mostarda è l'elemento maggiormente identitario, che crea un ponte tra le due realtà produttive principali, Cremona e Mantova. È il nostro Champagne - ha detto l'assessore regionale all'agricoltura **Gianni Fava** - vale la pena rilanciarlo e promuoverlo nel mondo. Si tratta di un prodotto agricolo, artigianale, industriale e commerciale. Chi produce la mostarda è soggetto tra i più disparati: la casalinga, l'azienda piccola artigianale, passando per l'industria e il commercio, visto che anche i ristoratori la producono. Questo è il prodotto



La mostarda di mele campanine tipica della tradizione mantovana

maggiormente distintivo di un territorio che sta sull'asta del Po, non ha uguali altrove, anche se stanno cercando di copiarlo - ha continuato l'assessore - Da centinaia di anni si ripete tradizionalmente, ma ora ha una valenza economica forte e vale la pena di rilanciarlo". Visite guidate, e tra queste anche a Palazzo Te, talk show, degustazioni, DJ Set, laboratori per bambini, incon-

tri con chef illustri e produttori di mostarda. Una due giorni davvero per tutti i gusti che ha consentito di far conoscere e valorizzare il ruolo economico e culturale di uno dei prodotti più antichi del territorio lombardo.

"La mostarda è storicamente legata alla cucina mantovana - scrive **Paolo Franzoni** - inizialmente come prodotto di lusso: le prime notizie,

infatti, arrivano dai documenti gonzagheschi che testimoniano la presenza di questa preparazione sulla mensa dei signori di Mantova. Isabella d'Este non voleva mai rimanerne senza, e anche **Andrea**

**Mantegna** coltivava le cotogne per preparare squisite mostarde e gelatine. Con il passare del tempo, la mostarda ha perso il suo carattere di alimento esclusivo, grazie all'accresciuta disponibilità di zucchero e senape". Ciò che rende peculiare la mostarda mantovana è l'utilizzo di un unico tipo di frutta o verdura, che viene preparata a pezzi o a fette, a differenza della mostarda cremonese e veneta preparate con vari tipi di frutta. Gli ingredienti base sono mele campanine e mele o pere cotogne, preferibilmente acerbe, zucchero e senape liquida. Negli ultimi anni la produzione si è allargata a molte altre varietà di frutta e verdura, ma seguendo sempre il metodo tradizionale.



www.storchicarrelli.it  
info@storchicarrelli.it



carrelli elevatori

MOTTEGGIANA (MN)

Tel. 0376.527589 - Fax 0376.510935