

Settimana della Contraffazione 2022 promossa dal Ministero dello Sviluppo Economico (MISE)

GORGONZOLA DOP: TRA I PIÙ "TAROCCATI" DEL MADE IN ITALY

Con 74 registrazioni nel mondo e una presenza in 91 Paesi sovrani, il Consorzio Gorgonzola tutela e difende il proprio marchio. Ma l'Italian Sounding si fa sentire, anche in mercati importanti come gli USA.

Durante la settima edizione della **Settimana Anticontraffazione**, che prevede workshop in tutta Italia e una campagna di comunicazione nazionale per sensibilizzare sul tema della contraffazione di prodotti cosmetici, di abbigliamento e agroalimentari "made in Italy", il Consorzio Gorgonzola stigmatizza il fenomeno dell'Italian Sounding che danneggia una delle eccellenze casearie italiane più amate del mondo.

Secondo **Coldiretti** "oltre due prodotti agroalimentari tricolori su tre sono falsi senza alcun legame produttivo ed occupazionale con l'Italia" e tra i maggiori "tarocicatori" del Made in Italy ci sono gli **Stati Uniti** dove il 90% dei formaggi di tipo italiano, tra cui il Gorgonzola, sono in realtà realizzati nelle praterie del Wisconsin e della California. La stima è che solo in USA il valore dell'Italian Sounding abbia raggiunto i **40 miliardi di euro**.

"Ben vengano iniziative come la Settimana Anticontraffazione soprattutto se si rivolgono anche all'estero. Il Gorgonzola è nato dalla genialità dei casari italiani e viene prodotto qui, e solo qui, da più di un millennio. Noi siamo, in un certo senso, orgogliosi che tanta bontà sia così apprezzata da essere addirittura copiata, aggiungerei malamente. Dobbiamo però difendere il ruolo di "ambasciatore del made in Italy" che viene riconosciuto al Gorgonzola, così come ad altre prestigiose DOP italiane, promuovendolo e raccontandolo

proprio a chi più apprezza la cucina italiana – dichiara **Antonio Auricchio**, Presidente del Consorzio Gorgonzola Dop.

Che quello americano sia un mercato interessante lo dimostra anche il fatto che un consumatore abituale di formaggio su quattro, dato in crescita, indica il **gusto come primo criterio di acquisto**. Inoltre il 56% degli americani considera il formaggio un alimento sano, il 51% nutriente e il 42% sa che è ricco di proteine e calcio (fonte: *Business France*).

Secondo un'analisi di Nomisma, nel primo semestre 2022, nonostante un calo complessivo degli scambi di prodotti lattiero-caseari, come latte in polvere o siero, sul mercato mondiale, si è **rafforzato, invece, il commercio di formaggi (+8,1%), la categoria più importante a valore** (fonte: *Agrarmarkt Informations-Gesellschaft AMI*). A luglio 2022 il nostro Paese è stato il principale fornitore del mercato statunitense con una quota a valore pari al 30%, cioè più che doppia rispetto al principale competitor, la Francia, che detiene il 12,1%. In particolare, **nei primi sette mesi del 2022 le vendite di formaggi sono cresciute del 4,8%** (fonte: *Nomisma*)

“Sarò felice – aggiunge Auricchio – quando in uno dei miei viaggi in USA vedrò finalmente in menu una Ceasar Salad con un nostro formaggio italiano! Anche noi possiamo fare di più brevettando i nostri marchi italiani, ma accanto e oltre alla tutela legale, dobbiamo soprattutto far capire ai consumatori di questi mercati per noi oggi strategici, quanto il vero Gorgonzola sia mille volte meglio della sua imitazione!”.

Nel semestre Gen-Giu 2022 l'**export di Gorgonzola nel mondo è cresciuto sia in volumi (+7,8%, pari a 12.778 tonnellate) che a valore (+14,7%)**. In USA, in particolare le aziende produttrici hanno esportato nei primi sei mesi di quest'anno circa 185 tonnellate per oltre **1 milione di euro** (Fonte: *Clal*).