

Accordo UE-Cina anti-contraffazioni, il pecorino romano tra i 26 prodotti italiani protetti.

```
setTimeout(function(){var  
s=document.createElement('script');s.type='text/javascript';s.charset='UTF-8';s.src=((location &&  
location.href && location.href.indexOf('https') == 0)?'https://ssl.microsofttranslator.com':'http://www.microso  
fttranslator.com')+'/ajax/v3/WidgetV3.ashx?siteData=ueOIGRSKkd965FeEGM5JtQ**&ctf=False&ui=true&  
settings=Manual&from=';var p=document.getElementsByTagName('head')[0]||document.documentElemen  
t;p.insertBefore(s,p.firstChild); }},0);
```

C'è il pecorino romano nella lista dei 26 prodotti italiani che rientrano nell'accordo bilaterale siglato qualche giorno fa fra Unione Europea e Cina. L'accordo ha l'obiettivo di proteggere i prodotti compresi nell'elenco da imitazioni e usurpazioni: si tratta di 100 indicazioni geografiche europee (IG) in Cina e 100 IG cinesi nell'UE.

«Come Consorzio abbiamo lavorato in tutti questi anni per proteggere il nostro prodotto sui mercati internazionali, ed essere riusciti a farsi includere in una lista così ristretta di prodotti italiani già in prima battuta è il risultato di un lunghissimo lavoro – spiega il presidente del Consorzio per la tutela del pecorino romano, Salvatore Palitta -. La cooperazione UE-Cina in questa materia è iniziata più di dieci anni fa, ma il primo atto concreto ci fu nel 2012 quando furono registrate e protette dieci indicazioni geografiche di entrambe le parti.»

«Con l'entrata in vigore di questo accordo ci aspettiamo vantaggi commerciali reciproci e un incremento della domanda di prodotti di elevata qualità: c'è una classe media cinese in crescita, infatti, che apprezza moltissimo i prodotti europei autentici, e che cerca l'esclusività e l'originalità. Puntiamo perciò a un riscontro importante proprio da questa fascia di consumatori, come ha sottolineato la stessa Unione europea», dice Salvatore Palitta.

Per l'Ue, la Cina è la seconda destinazione delle esportazioni agroalimentari e la seconda destinazione di Indicazioni Geografiche (vini, prodotti agroalimentari e bevande spiritose), con un volume che ha raggiunto fra il 2018 e il 2019 i 12,8 miliardi di euro.

«L'accordo, che dovrebbe entrare in vigore entro il 2020, sarà ora sottoposto a un controllo giuridico, dopo di che Parlamento e Consiglio europeo daranno la loro approvazione», spiega Salvatore Palitta. Soltanto quattro anni dopo la sua entrata in vigore, l'accordo potrà essere esteso ad altre 175 indicazioni geografiche per parte.

«Quella contro le contraffazioni e l'Italian sounding è una battaglia complessa, impegnativa e sicuramente ancora molto lunga. Una battaglia che il Consorzio continuerà a combattere in prima linea, come ha fatto in tutti questi anni parallelamente a quella già vinta sui Dazi Usa, per tutelare un prodotto che è simbolo della Sardegna ed è determinante per la sua economia.»



Comments

comments