



In base al testo, nei paesi aderenti al trattato le indicazioni geografiche contano meno di zero

# Così il Tpp affossa Dop e Igp

## L'accordo Usa-Pacifico tutela solo i marchi registrati

da Bruxelles

ANGELO DI MAMBRO

**I**l Trattato di libero scambio del Pacifico (Tpp) potrebbe mettere a rischio gli sforzi dell'Ue per vedere riconosciute nel mondo la tutela dei marchi Dop e Igp. E avere un impatto anche nei negoziati commerciali che l'Ue deve ancora chiudere con importanti partner dell'area, come gli Usa e il Giappone. Il capitolo sui prodotti a indicazione geografica (Igp) contenuto nell'accordo di libero scambio raggiunto dagli Stati Uniti e da altre 11 economie del Pacifico, la cui ratifica è attesa nei prossimi mesi, ribalta l'approccio europeo che garantisce a Dop e Igp una «super tutela» e protegge invece i titolari di marchi registrati e nomi generici. Che, nei paesi aderenti al Tpp, prevalebbero sempre sui marchi a indicazione geografica, sia nei casi di denominazioni preesistenti uguali o simili, sia per i componenti individuali di quelle composte (come Parmigiano in Parmigiano Reggiano). Vanno approfonditi, poi, gli effetti che il Tpp po-

trebbe avere su accordi commerciali già conclusi o in corso di negoziazione da parte dell'Ue con i paesi firmatari dell'accordo. Da quel che emerge dal testo dell'accordo, nel primo caso, gli altri aderenti al trattato possono solo «commentare» la richiesta di riconoscimento di singoli prodotti a indicazione geografica. Ma nel secondo caso, possono opporvisi. Sarebbero cioè «salve» le intese sulle Dop che l'Ue ha strappato con Canada, Vietnam e Singapore, mentre sarebbero a rischio quelle su cui l'Ue sta negoziando con Usa e Giappone, e nei colloqui

che la commissione europea vorrebbe far partire con Nuova

Zelanda e Australia.

«DALLE INFORMAZIONI IN NOSTRO POSSESSO, non possiamo che essere preoccupati per gli effetti che il Tpp avrà sulla tutela delle indicazioni geografiche nei Paesi del Pacifico», commenta il direttore del

Consorzio del Prosciutto di Parma **Stefano Fanti**, «a

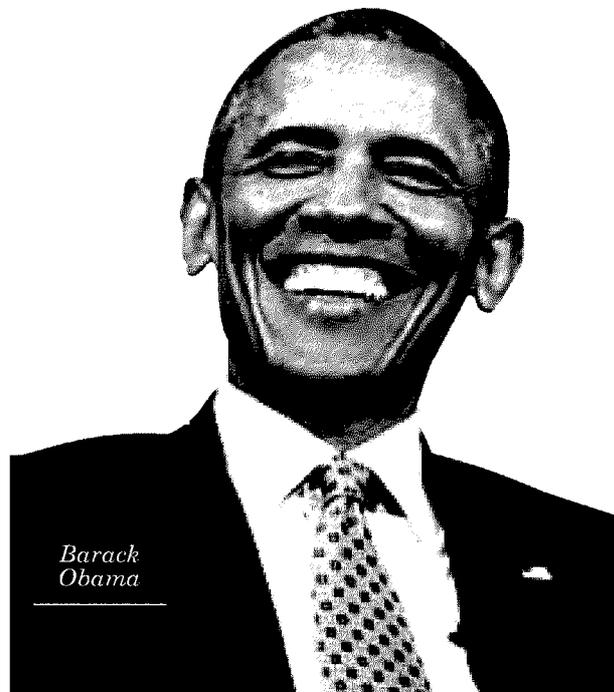
nostro avviso le Igp non avranno vita facile». «Si intravede nel Tpp una visione

chiaramente americana dato che l'accordo protegge ad oltranza i marchi commerciali e ignora

la natura legale delle Igp», rincara la dose il presidente della *Federazione europea Vini di Origine*

**Riccardo Ricci Curbastro**, che definisce il trattato del Pacifico «un precedente pericoloso». Il pensiero va al negoziato dell'Atlantico, tra Usa e Ue, noto come Ttip. Nel rapporto sull'ultimo round di colloqui (19-23 ottobre in Florida), la Commissione europea scrive che la propria delegazione ha «rinnovato l'appello agli Stati Uniti a passare alla modalità negoziato» sulle Dop, che restano una «priorità per l'Ue». Fino ad oggi a Washington hanno fatto finta di non capire. E l'accordo del Pacifico, su cui **Barack Obama** è pronto a dare battaglia al Congresso per ottenere una ratifica in primavera, non è un buon viatico per il destino delle Dop nel Ttip. «Ci auguriamo che si possa raggiungere un compromesso equo tra i vari interessi in gioco», è l'auspicio di Fanti, mentre secondo Ricci Curbastro la Commissione europea «non deve cedere davanti all'attacco guidato dagli Usa, ma continuare a dimostrare come il modello delle Igp che ha creato sia vantaggioso per le comunità dei produttori e i consumatori di tutto il mondo». «Il rischio che le regole fatte nel trattato per il Pacifico condizionino i futuri accordi dell'Ue con gli Stati dell'area e non solo, è

concreto», conferma **Paolo De Castro**, relatore dell'Europar-



Barack Obama

lamento sulle questioni agroalimentari nel Ttip, «il negoziato con gli Usa deve assolutamente rimettere in discussione questa linea, puntando sull'interesse comune di produttori europei e consumatori americani, cioè non farsi sviare dalle evocazioni di un'origine che non c'è». Un'indagine a campione di Nomisma sui consumatori Usa delle aree metropolitane conferma che l'evocazione iconica (bandiere italiane su prodotti americani) dell'origine genera confusione in un consumatore che comunque cerca nell'indicazione di provenienza dei prodotti un sinonimo di qualità (46% del campione) e sicurezza (37%). Di più, l'«autenticità» dei prodotti è importante per l'85% del campione e il 94% degli intervistati sarebbe interessato a un sistema capace di identificarla. Garanzia che l'approccio europeo alle Dop potrebbe offrire. Questo hanno spiegato più volte gli emissari dell'Ue alla controparte americana. Finora senza risultati.

