

FATTORE EXPORT:

TRADIZIONE, QUALITÀ, INTERNAZIONALIZZAZIONE
PER COGLIERE PER PRIMI I SEGNALI DI RIPRESA DELL'ECONOMIA

STATI UNITI E CANADA: UN MERCATO CHE ASSORBE QUASI LA META' DELL'ITALIAN SOUNDING MONDIALE

È una piaga che ci stupisce ogni volta che viaggiamo all'estero, soprattutto nei Paesi del Nord America, dove oramai il fatturato italian sounding si attesta a 24 miliardi di euro. Le ultime stime di Federalimentare riguardanti l'imitazione di prodotti alimentari italiani tra Stati Uniti e Canada sono "sconcertanti": il 97% dei sughi per pasta venduti nei supermercati sono pure e semplici imitazioni. Il 94% delle conserve sott'olio e sotto aceto è falso e altrettanto falso è il 76% dei pomodori in scatola. Addirittura scopriamo che solo il 15% dei formaggi italiani è autentico: nel Nord America l'imitazione specifica di parmigiano, provolone, ricotta e mozzarella è pari quasi al 100%.

In occasione dell'assemblea annuale del settore alimentare a **Cibus**, **Federalimentare** lancia l'allarme sul fenomeno dell'**Italian Sounding**. Il business dell'imitazione grazie all'utilizzo di nomi o immagini che richiamano l'Italia presenta cifre davvero stratosferiche, visto che, dati alla mano, a fronte **dei 20 miliardi di euro di prodotti alimentari esportati nel 2009** ne sono circolati nel mondo circa **60 relativi a imitazioni di scarsa qualità, vendute ad un prezzo più contenuto**. Questo significa che sugli scaffali dei supermercati di tutto il mondo per ogni barattolo di salsa o di pomodoro pelato "autentico", per ogni pacco di pasta o confezione di olio extravergine nostrani **ne esistono 3 che traggono in inganno i consumatori sfruttando l'immagine, i colori, le marche e le denominazione italiane**.

In questo caso, però, le proporzioni cambiano se analizziamo le aree geografiche. **Il mercato nord americano** sviluppa complessivamente **24 miliardi di euro** di fatturato "Italian Sounding" a fronte di un export dei prodotti alimentari autentici pari a circa 3 miliardi di euro: significa che **solo 1 prodotto alimentare su 8 è veramente italiano**.

In Europa invece il business dell'imitazione tocca complessivamente i **26 miliardi di euro** contro un export alimentare che vale circa 13 miliardi di euro (quindi per ogni prodotto autentico ne esistono circa 2 taroccati...). Infine **negli altri Paesi** (extra Ue ed extra Nord America) l'italian sounding vale **10 miliardi** di euro contro un export dei prodotti made in Italy che vale 4 miliardi di euro (per ogni prodotto alimentare autentico ce ne sono 2,5 falsi).

Quella dell'Italian Sounding è oggi per Federalimentare una sottrazione di mercato macroscopica, tanto più grave in una fase economica come l'attuale, nella quale **sarebbe necessaria la massima propulsione possibile dell'export verso i mercati esteri**, a compensare



FEDERALIMENTARE
Federazione Italiana dell'Industria Alimentare

Viale Pasteur, 10 - 00144 - Roma - tel. +39 06 5903534-380 - fax +39 06 5903342
segreteria@federalimentare.it - www.federalimentare.it

UFFICIO STAMPA

FEDERALIMENTARE: tel. +39 06 5903853 miraldi@federalimentare.it

INC-ISTITUTO NAZIONALE PER LA COMUNICAZIONE: tel. +39 06 4416081 - fax +39 06 44254393 - s.ranaldi@inc-comunicazione.it

FATTORE EXPORT:

TRADIZIONE, QUALITÀ, INTERNAZIONALIZZAZIONE
PER COGLIERE PER PRIMI I SEGNALI DI RIPRESA DELL'ECONOMIA

un'inedita flessione dei consumi interni che **nei primi due mesi del 2010 ha segnato un insolito -2,3%** sullo stesso periodo del 2009.

NORD AMERICA PATRIA DELL'ITALIAN SOUNDING: SONO I FORMAGGI I PRODOTTI PIU COPIATI
Stati Uniti e Canada generano da sole **il 40% del fatturato totale dell'Italian Sounding alimentare**. I prodotti più copiati in quest'area geografica sono senza dubbio i **formaggi**. Le cifre di questo fenomeno, che colpisce uno dei settori cardini dell'export alimentare italiano sono davvero eclatanti: **solo il 15 % dei formaggi** presentati come italiani in Nord America è **autentico**. In particolare **sono imitati il 97% delle mozzarelle** e dei **provoloni**, il **96% del parmigiano reggiano** grattugiato e il **95% delle ricotte**. Leggermente meglio, si fa per dire, **la fontina** che è **falsa "solo" in 8 casi su 10 (81%)**.... Concludono questa triste carrellata **l'Asiago che nel 68% dei casi** è solo una brutta copia del tipico formaggio italiano e **il Gorgonzola, falso 1 volta su 2 (54%)** negli scaffali dei supermercati. Fa eccezione il solo Grana Padano che è l'unica voce di prodotto che è stata rilevata a maggioranza autentica.

DAI SUGHI ALLE CONSERVE, DALL'OLIO D'OLIVA AI SALUMI: TRIONFANO LE IMITAZIONI

Il **falso made in Italy in Nordamerica** non risparmia gli altri settori dell'industria alimentare italiana, traino del nostro export e simbolo della nostra immagine nel mondo.

Dati Federalimentare alla mano scopriamo che i **sughi per la pasta**, ad esempio, **sono falsi nel 97% dei casi**, in poche parole... sempre. Tra le marche imitative troviamo curiosi rimandi ai **personaggi storici del Nostro paese**: c'è il sugo **"Da Vinci"** e quello che si chiama **Gattuso** come il nostro campione del mondo. Senza dimenticare **Coco Pazzo e Mario's**: è chiara la strategia di utilizzare immagini che evocano l'Italia per catturare l'appeal dei consumatori.

Seguono poi le **consERVE sott'olio e sott'aceto** che sono prodotti imitativi nel **94% dei casi**. In questo settore è davvero molto raro trovare prodotti alimentari originali italiani: tra le marche più diffuse nel territorio nordamericano ci sono **Giuliano's specialità food** e **"Mancini"**.

Passiamo poi all'**Olio d'oliva**. Se questo settore appare sostanzialmente maturo con una quota di appena **l'11%** di prodotti imitativi è anche vero che si registra una **percentuale molto consistente - 1 su 3 - di olii italiani non extravergini**. I casi di maggiore rilievo di olio d'oliva imitativo italiano sono rappresentati dagli olii **"Consorzio"** e **"Pompeian"** localizzati soprattutto nella costa occidentale degli Stati Uniti e a New York.

Non vengono risparmiati neanche i **salumi**: prosciutto crudo, prosciutto cotto, salami e mortadella **sono falsi quasi 9 volte su 10 (86%)**.



FEDERALIMENTARE
Federazione Italiana dell'Industria Alimentare

Viale Pasteur, 10 - 00144 - Roma - tel. +39 06 5903534-380 - fax +39 06 5903342
segreteria@federalimentare.it - www.federalimentare.it

UFFICIO STAMPA

FEDERALIMENTARE: tel. +39 06 5903853 miraldi@federalimentare.it

INC-ISTITUTO NAZIONALE PER LA COMUNICAZIONE: tel. +39 06 4416081 - fax +39 06 44254393 - s.ranaldi@inc-comunicazione.it

FATTORE EXPORT:

TRADIZIONE, QUALITÀ, INTERNAZIONALIZZAZIONE
PER COGLIERE PER PRIMI I SEGNALI DI RIPRESA DELL'ECONOMIA

Nel carrello della spesa "italian sounding" finiscono spesso anche i **pomodori in scatola, falsi 8 volte su 10** (76%). Le marche più diffuse in questa categoria sono "**Progresso**" e "**Contadina**". Mentre a carattere locale ci si imbatte in alcuni prodotti che propongono un legame con l'Italia in termini fortemente "ingenui", come i pomodori Duomo che presentano l'immagine del duomo di Milano in etichetta....

Concludiamo la nostra carrellata con la pasta, regina della dieta mediterranea. Nel mercato Nord Americano, in particolare in Canada e negli Stati Uniti, il mercato delle paste alimentari appare abbastanza maturo. In numeri, **3 confezione di pasta su 10** (28%) sono imitative e non hanno niente a che vedere con il simbolo del made in Italy alimentare nel mondo.

La situazione cambia se ci riferiamo al mercato delle **paste fresche** la cui percentuale di Italian sounding è decisamente elevata: **quasi 2 prodotti su 3 (73%) sono imitativi**. Tra i brand più diffusi la "Pasta di giorno" e la "Verdi", come il grande compositore italiano...

Mentre il mercato dei dolci, in particolare **biscotti**, presenta una quota di perfetta parità (50%) tra prodotti imitativi e prodotti autentici. Negli Stati Uniti, la marca di biscotti fake Italians di gran lunga più diffusa è "Stella d'oro". Altri brand degni di nota sono Nonni's e Musso's, mentre in Canada nella grande distribuzione trionfano soprattutto i biscotti "Milano" e Verona".

Ufficio stampa Federalimentare Confindustria

Giovanni Miraldi Tel. 06 5903853 Cell. 3479001366 miraldi@federalimentare.it

INC – Istituto Nazionale per la Comunicazione

Simone Ranaldi Tel. 06 - 44160883 Cell. 335 - 5208289 s.ranaldi@inc-comunicazione.it



FEDERALIMENTARE
Federazione Italiana dell'Industria Alimentare

Viale Pasteur, 10 - 00144 - Roma - tel. +39 06 5903534-380 - fax +39 06 5903342
segreteria@federalimentare.it - www.federalimentare.it

UFFICIO STAMPA

FEDERALIMENTARE: tel. +39 06 5903853 miraldi@federalimentare.it

INC-ISTITUTO NAZIONALE PER LA COMUNICAZIONE: tel. +39 06 4416081 - fax +39 06 44254393 - s.ranaldi@inc-comunicazione.it