

Così Riccardo Deserti, presidente di Origin Mondo, risponde alle tesi di Alberto Grandi

Le Dop e Igp sono democratiche Sono prodotti open source. Cambiano, ma restano sè stessi

DI ANDREA SETTEFONTI

«Le dop e le indicazioni geografiche devono integrare con il tempo, ma mantenere inalterata la loro identità». Riccardo Deserti, presidente di **Origin Mondo** e direttore del **Consorzio del Parmigiano Reggiano**, risponde attraverso *ItaliaOggi* all'articolo pubblicato il 23 marzo scorso dal **Financial Times** che riporta le teorie di **Alberto Grandi**, docente di storia economica e storia dell'alimentazione all'**Università di Parma** che cinque anni fa aveva pubblicato il libro: «**Denominazione di origine inventata**». Grandi smonta la cucina italiana, a partire dall'origine delle pizza, ma soprattutto sostiene che il vero **Parmigiano Reggiano** sia quello che si fa in **Wisconsin** perché ha le stesse dimensioni in peso di quello prodotto in Italia fino a dopo la Seconda Guerra Mondiale. Le teorie di Grandi, finite anche in un podcast un anno fa, hanno scatenato una

montagna di polemiche. «Quello su cui vorrei fare chiarezza è che con questo attacco alle indicazioni geografiche e ai prodotti di qualità, si mettono in discussione i principi della loro autenticità. Si fanno passare le IG come fossero operazioni di marketing», dice Deserti. Ma le IG: «Sono tutto fuorché operazioni di marketing, in quanto per la loro stessa natura non possono esserlo. Le dop e le igp sono le produzioni più democratiche al mondo, il loro disciplinare è stampato e visibile a tutti, non è un segreto. Al contrario la ricetta della **Nutella** è protetta da brevetto, come segreti sono i dettagli della **Lindt** e quelli della **Coca Cola**», spiega il presidente di **Origin Mondo**. E ancora: «I prodotti a denominazione sono il frutto di secoli di miglioramenti, della storia di generazioni, del sudore di imprenditori. Tutto fatto alla luce del sole, con la ricetta nota. E chiunque può andare a vedere come si produce il **Parmigiano Reggiano** o come nasce un vino in cantina, così

come sono aperte le distillerie di **Tequila** o di **Scotch Whisky**».

Quello che Deserti tiene a sottolineare è che «i prodotti Igp non sono soprammobili o statue di terracotta. Non sono i Bronzi di Riace che dopo secoli li togli dal mare, li restauri e tornano a essere quello che erano. L'immobilità non è un valore. Ma il valore è essere uno strumento di sviluppo del territorio a cui i prodotti sono legati e dal quale nascono. Devono mantenere le radici, ma devono adattarsi ai cambiamenti, come quelli climatici. Di questo adattarsi ne è un esempio lo Champagne che ha finanziato un progetto da 30 mln di euro sugli adattamenti ai mutamenti del clima. Saranno necessari cloni e porta-innesti più resistenti al calore e allo stress idrico. Ma lo Champagne sarà sempre lo Champagne, si sarà soltanto evoluto».

Sulla questione **Financial Times** è intervenuto ufficialmente anche il Consorzio del **Parmigiano Reggiano**. In

una nota spiega che il loro è: «Un prodotto nato in Italia» e un atto notarile «redatto a Genova nel 1254 testimonia che fin da allora il **caseus parmensis** (il formaggio di Parma) era conosciuto». Il formaggio si è evoluto: «Le forme nel Medioevo erano decisamente più piccole, mentre oggi pesano oltre 40 kg. E anche le tecniche di produzione si sono evolute per essere conformi alle norme igieniche sanitarie», spiega il consorzio. Ma «la ricetta è la medesima da mille anni (latte, sale e caglio), così come la tecnica di produzione ha subito pochi cambiamenti nei secoli». Dal 1996 il **Parmigiano Reggiano** è una Dop: «Tutta la lavorazione deve avvenire in un'area estremamente limitata». Non solo: «La Corte di giustizia europea con sentenza del 26/2/2008 ha giudicato il termine **Parmesan** non generico, ma un'evocazione del **Parmigiano Reggiano**, e quindi costituisce violazione della normativa comunitaria e una pratica ingannevole nei confronti del consumatore», chiusa il consorzio.

© Riproduzione riservata



Riccardo Deserti



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.