CORRIERE DELLA SERA

31-OTT-2026
da pag. 43 / foglio 1

Quotidiano - Dir. Resp.: Luciano Fontana
Tiratura: 172520 Diffusione: 194639 Lettori: 1595000 (Data Stampa 0006901)

DATA STAMPA
45° Anniversario

Data Stampa 6901-Data Stampa 6901
Data Stampa 6901-Data Stampa 6901

Attacco al made in Italy: la legge voluta da Trump per colpire i prodotti Dop

Dall'asiago al pecorino, tolte le denominazioni protette

Nomi comuni
L'escamotage tecnico: considerare i marchi italiani come semplici «nomi comuni»

Il caso

di **Federico Fubini**

Per misurare come l'amministrazione americana sta aggredendo i più preziosi prodotti agroalimentari italiani ed europei — per il valore di molti miliardi di export — occorre pensare a ruoli invertiti.

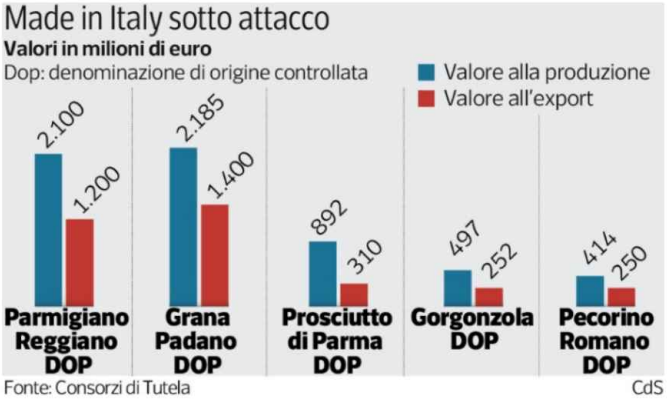
Immaginate un gruppo di italiani, francesi o spagnoli che lancino un software, un e-commerce e un social media. Immaginate che li chiamino Microsoft, Amazon e Facebook. Quindi convincono la Commissione e il parlamento europeo a stabilire per legge che quelli in realtà non sarebbero marchi privati, ma «nomi comuni» di prodotti. In seguito l'Unione europea nei suoi accordi commerciali in Asia e in America Latina impone ai Paesi firmatari il principio che «Microsoft», «Amazon» e «Facebook» sarebbero appunto «nomi comuni» di prodotti che gli europei potranno esportare. Poi la stessa Unione europea e la lobby europea di produttori di «Microsoft», «Amazon» e «Facebook» convincono anche l'Organizzazione mondiale per la proprietà intellettuale — Wipo, un'agenzia delle Nazioni Unite — che quei marchi non appartengono ai fondatori americani; dunque, possono essere usati da chiunque in Europa. Infine il segretario generale della Wipo va a Washington con una missione: spiegare che gli europei hanno ragione di sfruttare i marchi iconici creati negli Stati Uniti per vendere nel mondo prodotti digitali simili a quelli originali americani. Solo di qualità irriconoscibilmente inferiore.

Sembra assurdo? È solo quanto sta accadendo a parti invertite — gli Stati Uniti contro l'Europa — sui prodotti agricoli. In particolare, sulle denominazioni protette dell'agroalimentare italiano ed europeo: marchi quali Parmigiano, Asiago, Gorgonzola, Provolone, Bologna (Mortadella), oppure agli Chateau francesi o al chorizo spagnolo. Attraverso il rappresentante al Commercio Jamieson Greer, l'amministrazione di Donald Trump non sta più solo chiudendo un occhio di fronte a imitazioni come il «Parmesan» o al furto di marchi su altre denominazioni d'origine. Questo avveniva in America prima di Trump. Adesso la sottrazione dei diritti sui marchi europei più pregiati di cibi e alimenti è codificata in leggi approvate di recente come il «Farm Act» o in approvazione come il cosiddetto «Safety Bill», che scardinano le liste delle più preziose denominazioni geografiche europee trasformandole in «nomi comuni» che si possono produrre ed etichettare in America per poi esportarli.

L'aggressione sta accelerando in questi giorni. Il 15 ottobre in visita a Roma il direttore generale della Wipo Daren Tang, originario di Singapore, ha spiegato semplicemente che denominazioni come Asiago, Gorgonzola e via elencando non sono protette. Poco importa se la legge europea e gli accordi commerciali dell'Unione europea, per esempio con i Paesi latino-americani del Mercosur, dicano l'opposto. I produttori americani hanno diritto di usarli, secondo Tang. Non solo: l'amministrazione Trump sta imponendo i marchi italiani come «nomi comuni» (dunque di fatto sotto il suo controllo) anche in accordi con Paesi come l'Argentina, in contraddizione con ciò che l'Argentina stesso ha sottoscritto nel trattato sul Mercosur.

Il Wipo dovrebbe proteggere le proprietà intellettuali, in teoria; invece appare sempre più catturato dagli interessi di grandi lobby americane del cibo quali la «Common Food Names» del settore lattiero-caseario. Molte delle grandi aziende che la animano sono finanziatrici di Trump, ma i anche i democratici sono allineati. E l'Italia è il Paese più esposto con il più alto numero di denominazioni «protette»: quasi novecento.

© RIPRODUZIONE RISERVATA





ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - DS6901 - S.30528 - L.1878 - T.1997