

Globalizacja bez zasad

22 stycznia 2012

Połowa „tradycyjnej włoskiej żywności” produkowana jest poza Włochami, nierzadko w krajach odległych o tysiące kilometrów. Na masową skalę oszukiwani są konsumenci pragnący wspierać lokalne i narodowe wyroby kulinarne i ich producentów.

Jak informuje Polska Agencja Prasowa, związek włoskich rolników indywidualnych Coldiretti, przygotował raporty dotyczące produktów uznawanych za tradycyjne i regionalne. Wnioski z przeprowadzonych analiz są mało optymistyczne, a momentami wręcz drastyczne. Ci z mieszkańców Włoch, którzy są przywiązani do rodzimych produktów i chcący popierać krajowych rolników, hodowców i producentów wyrobów żywnościowych, są na masową skalę wprowadzani w błąd. Produkty sugerujące opakowaniem czy hasłami reklamowymi, że są „made in Italy”, powstają nieraz setki i tysiące kilometrów od granic Włoch, z wykorzystaniem składników, które nigdy nie zagościły na włoskiej ziemi. Kilka wymownych przykładów: tradycyjne piemonckie wino Barbera pochodzi nierzadko z Rumunii, tradycyjny włoski sos pesto z bazylii – trafia do Włoch z Pensylwanii, klasyczny ser ricotta – z Brazylii, a suszona wołowina bresaola z Urugwaju. Co więcej, te produkty udają włoskie nie tylko w samych Włoszech, ale także w innych krajach, sugerując, że zostały importowane znad Morza Śródziemnego.

Związek Coldiretti od dawna tropi i nagłaśnia zjawisko fałszowania włoskiej żywności lub wytwarzania jej z zagranicznych składników. Wedle jego analiz, 1/3 makaronu na włoskim rynku, powstaje z pszenicy pochodzącej z importu. 75% mleka UHT o przedłużonej przydatności do spożycia pochodzi spoza Włoch. 66% szynki, określanej jako włoska, wyprodukowano z mięsa sprowadzonego z zagranicy. W innym raporcie Coldiretti, powstałym we współpracy z komisją parlamentu ds. fałszerstw w handlu, wykazano, że proceder podrabiania

włoskiej żywności i sprzedaży jej pod włoską flagą przynosi oszustom w Italii i za granicą obroty w wysokości 60 miliardów euro rocznie. Mechanizm wprowadzania konsumentów w błąd jest prosty, ale skuteczny – włoskie flagi na opakowaniach, rysunek Półwyspu Apenińskiego, hasła odwołujące się do tradycji, „włoskości” czy nazw tamtejszych regionów geograficznych. Szczyt absurdu osiągnięto w przypadku, gdy w Rumunii produkowano tradycyjne włoskie sery – mascarpone i mozzarellę – z rumuńskich składników, ale w firmie, w której udziały mają włoskie państwowe agendy. Jak stwierdzają autorzy raportu, państwo włoskie jednocześnie podejmuje starania na rzecz obrony rodzimych producentów żywności, a zarazem uczestniczy w produkcji sfałszowanych, rzekomo włoskich, artykułów spożywczych.

Źródło: [Nowy Obywatel](#)