

LA CORSA AL BUSINESS UN ESCAMOTAGE PER VENDERE PROSCIUTTO, RADICCHIO TREVIGIANO E PROSECCO

Da Parma a Treviso i cinesi ci clonano anche le città

IN ESPANSIONE
In Asia ci sono anche
Conegliano,
Valdobbiadene
e Verona

di ROBERTO BALDINI

—MILANO—

CLONANO tutto i cinesi, si sa, dalle automobili ai Ferrero Rocher. Una storpiatina al nome e via, tutto in vendita, contrabbandando «similgriffe» europee non solo agli ignari connazionali del Dragone, sempre attratti dal made in Italy, ma anche a qualche sprovveduto acquirente di Dubai o New Delhi. Che arrivassero a clonarci anche le città era solo questione di tempo. Sì, le città.

Insomma, a detta di qualcuno su qualche mappa della Cina sono spuntate aree più o meno abitate ribattezzate Parma, Treviso, Marca Gioiosa.

Non è amore per i nomi italiani: il sospetto, per usare un eufemismo, è che qualche scaltro imprenditore voglia vendere dei bei salumi «made in Parma» o del gustoso radicchio trevigiano. Già, ma prodotti a Parma nella provincia di Ganzu e a Treviso nel deserto di Taklamakan...

E sembra che di località paraitaliane ne stiano spuntando a ritmi esponenziali nel celeste impero: Conegliano, Valdobbiadene, Verona con tanto di Valpolicella e Soave...

PER CARITÀ, si trova «Parma» anche in Ohio o «Firenze» nel Minnesota: ma in America è tutta un'altra storia, quelle sono città fondate da immigrati italiani che

certo non producono prosciutti Dop o ribollita.

INVECE nella Cina della corsa al denaro, dei nuovi ricchi e del comunismo declinato in versione global, dietro ogni trovata c'è sempre un'idea di business, che spesso funziona pure. Non a caso piazzisti cinesi abili, ma non troppo, stavano tentando di

smerciare a Dubai proprio «prosciutto di Parma» — Parma nel Ganzu — e sono stati pizzicati da Franco Calzolari, presidente di Alfa, la nuova Agenzia per il controllo delle filiere agroalimentari. Che certamente non si occupa solo della contraffazioni cinesi, intendiamoci: come la mettiamo col «Parmissimo» e con decine di altri prodotti made in Usa che scimmiettano i grandi nomi delle glorie gastronomiche d'Italia, e, peggio, inducono i consumatori statunitensi a pensare di comprare merce prodotta in Italia? Ma tant'è. Il punto è che i cinesi, quando ci si mettono, fanno le cose in grande. Nel bene e nel male.

E DA QUELLA che per il momento è solo un'ipotesi a trovarsi i mercati esteri invasi di radicchio «trevigiano», prosecco della «Valdobbiadene» o Amarone della «Valpolicella», tutti allegramente made in China, può passare il tempo di un amen.

