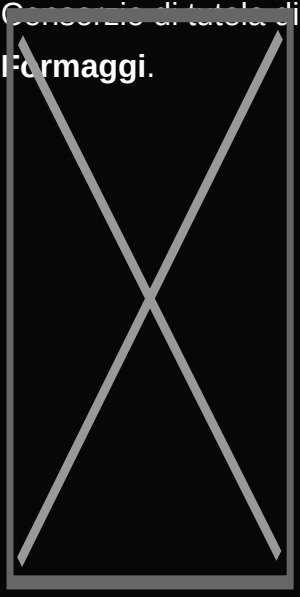
Etichette ingannevoli, Parmigiano Reggiano vince contro Campbell's

prego-a-f495c9a0

Prosegue senza sosta la battaglia del **Consorzio del Parmigiano Reggiano** per la tutela del consumatore contro inganni e frodi. Dopo una lunga querelle, il colosso americano delle zuppe **Campbell's** – che produce un fatturato di 8 miliardi l'anno – ha comunicato di accettare le richieste del Consorzio di tutela di **eliminare dalle etichette dei suoi prodotti qualsiasi riferimento al Re dei Formaggi**.



Sulla linea di sughi "Prego" erano infatti visibili foto di porzioni di formaggio con i noti puntini che vengono impressi all'origine su ogni forma di Parmigiano Reggiano. Peccato però che i sughi Campbell's riportino in etichetta l'ingrediente **parmesan** che nulla ha a che vedere con l'originale prodotto Dop italiano.

Per questo motivo, il Consorzio - con il supporto dello studio legale Shepherd, Finkelman, Miller & Shah - si è opposto e ha richiesto all'industria conserviera statunitense di **rimuovere le immagini in quanto ingannevoli per gli acquirenti**.

Ricordiamo che il Parmigiano Reggiano è una **Dop** e che, come tale, può essere prodotta solo in zona tipica: nelle province di Parma, Reggio Emilia, Modena, parte di Bologna e di Mantova e che l'utilizzo del marchio di origine (i famosi puntini riportanti la denominazione: "Parmigiano Reggiano") possono essere riferiti solo all'autentico prodotto italiano.



Non è la prima battaglia che il Consorzio affronta contro multinazionali dalle risorse economiche pressoché illimitate. Risale a qualche mese fa il ricorso depositato contro la **Kraft Foods Group Brands** che sta tentando di ottenere la registrazione del "**Kraft Parmesan Cheese**" come marchio ufficiale in Nuova Zelanda, dove il Consorzio da oltre 20 anni ha registrato il marchio Parmigiano Reggiano. E ci sono altre cause contro Kraft in diversi paesi: Australia, Uruguay, Paraguay, Cile, Thailandia, Ecuador.

"Il Consorzio Parmigiano Reggiano è attento e pronto a combattere ogni frode - ha evidenziato il presidente **Nicola Bertinelli** - e questo successo alimenta la nostra fiducia nella battaglia per la difesa del 'parmesan' che stiamo conducendo da decenni, prima in Europa e ora nel mondo. Se una multinazionale come Campbell usa le immagini del Parmigiano Reggiano su un prodotto contenente parmesan, questa è la prova evidente che per i consumatori di Campbell il nome 'parmesan' non è generico, e viene legato alla Dop Parmigiano Reggiano".