

Formaggi, gli Usa vogliono legalizzare l'italian sounding. CheeseItaly insorge

4 Luglio 2026

di Redazione



REGGIO EMILIA – Un disegno di legge presentato al Senato degli Stati Uniti propone di definire una lista ufficiale di “nomi comuni” di formaggi, tra cui molti prodotti italiani tutelati da marchi di origine, che gli Usa considerano di libero utilizzo permettendo così alle aziende americane di utilizzare nomi di formaggi europei.

In sostanza, secondo i promotori, la linea emersa è di forte contrapposizione politico-economica: per gli Usa la tutela delle Dop europee all'estero è una limitazione del libero mercato e un danno miliardario alla loro industria dell'italian sounding, e il testo di legge serve proprio a dare al governo americano le armi legali per bloccare questa espansione dei

marchi protetti europei.

Il disegno di legge chiede anche di obbligare il segretario di Stato all'Agricoltura e il rappresentante per il Commercio degli Stati Uniti a fare muro e "combattere in modo proattivo" in ogni accordo commerciale bilaterale o internazionale, per difendere il diritto delle aziende americane di esportare questi prodotti usando i loro nomi tradizionali e di trattare le restrizioni dell'Ue come "barriere commerciali ingiustificate", minacciando ritorsioni sui mercati internazionali in caso di accordi che diano l'esclusiva all'Europa.

"Una denominazione d'origine non tutela soltanto un produttore: tutela il diritto del consumatore a sapere con certezza cosa acquista", dice **Gabriele Arlotti**, presidente di Cheeseltaly, gruppo di produttori caseari nato per valorizzare e promuovere le eccellenze del territorio nei più importanti concorsi internazionali.

La presa di posizione arriva all'indomani degli International Cheese & Dairy Awards di Stafford (Inghilterra) dove la Nazionale italiana Formaggi di Cheeseltaly ha sfidato il colosso caseario americano. Gli americani hanno prevalso nel numero assoluto (91 medaglie a 55), ma il team azzurro ha avuto uno straordinario successo, surclassando i rivali con un rapporto iscritti/premiati di 3 a 1.

La competizione si è spostata in questi giorni dai tavoli di degustazione alle aule della politica internazionale. Il Consortium for Common Food Names americano ha infatti promosso presso alcuni senatori statunitensi l'inserimento di un emendamento nel Save Act (Safeguarding American Value-added Exports Act), volto a garantire maggiori tutele legali per l'accesso ai cosiddetti "nomi comuni" e accusando l'Europa di voler creare un monopolio per soffocare la concorrenza.

Secondo i senatori d'oltreoceano, costringere un produttore del Wisconsin a usare perifrasi come "formaggio duro in stile italiano" anziché "Parmesan" danneggerebbe i consumatori e le vendite americane.

"Affermare che gli europei vogliono monopolizzare i nomi dei propri formaggi per soffocare la concorrenza è sbagliato e, lasciatemelo dire, decisamente scorretto", aggiunge Gabriele Arlotti.

"Tutelare un nome e le sue declinazioni attraverso le indicazioni d'origine (Dop e Igp) non serve a bloccare il mercato, ma a proteggere la storia, il legame indissolubile con il territorio e lo stesso consumatore, garantendo che a un nome corrisponda un preciso standard qualitativo e non una sua imitazione industriale. Un Parmigiano Reggiano o un Grana Padano

esistono perché sono il risultato di una combinazione irripetibile fatta di territorio, microflora, latte, alimentazione degli animali, pratiche casearie e disciplinari di produzione. Tutti elementi che incidono profondamente sulle caratteristiche del prodotto. È proprio questo il ruolo dei Consorzi di tutela: garantire il rispetto dei disciplinari di produzione e preservare l'identità delle denominazioni d'origine”.

“Produrre una Fontina industriale dall'altro capo dell'oceano sfruttando la notorietà internazionale del nome – prosegue Arlotti – mette in crisi le piccole aziende della Valle d'Aosta e svilisce il prodotto. Significa danneggiare modelli agricoli che in Europa riteniamo sostenibili e talvolta legati a razze locali, favorendo produzioni standardizzate su larga scala. Una Dop che tutela il Pecorino Romano, Sardo o Toscano, invece, crea un patto di fiducia tracciabile e certificato da un ente terzo tra chi produce e chi consuma. Una denominazione d'origine non protegge soltanto un produttore, ma il diritto del consumatore a sapere con chiarezza cosa acquista e da dove proviene. Non significa bloccare il libero mercato, ma impedire che la standardizzazione industriale distrugga la diversità culturale, la sostenibilità ambientale e l'autenticità alimentare del Pianeta. Vogliamo davvero promuovere questo modello?”.

Infine, il presidente di Cheeseltaly lancia una stiletta ironica sul concetto americano di “appropriazione terminologica”: “Se accettassimo questo principio, domani chiunque potrebbe produrre Champagne fuori dalla Champagne o Prosciutto di Parma dall'altra parte del mondo sostenendo che quei nomi sono ormai diventati generici. È una logica che finisce per cancellare il legame tra un prodotto e il suo territorio, cioè il valore stesso delle denominazioni d'origine”.