

Randall Corella Vargas
randall.corella@elfinanciero.cr

El fenómeno del *Italian Sounding* representa una amenaza creciente para la gastronomía italiana, una industria cimentada en la calidad, la tradición y un profundo valor cultural.

Esta práctica consiste en utilizar nombres, símbolos, colores o referencias que evocan a Italia para comercializar productos que carecen de origen peninsular o no siguen los métodos tradicionales.

A diferencia de la falsificación directa, este fenómeno suele ser legal pero engañoso, ya que explota el prestigio del "Made in Italy" para confundir al consumidor sobre el origen real del producto y perjudicar a los productores legítimos.

La magnitud de este problema es, ante todo, económica. Según estudios del Consorzio Parmigiano Reggiano y la Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea (EUIPO), el *Italian Sounding* genera pérdidas anuales superiores a los 60.000 millones de euros (aproximadamente \$65.100 millones). Esta cifra subraya un desafío crítico para la industria agroalimentaria europea y la protección del patrimonio gastronómico.

El riesgo de la percepción engañosa

En este contexto, Alberto Colella, Embajador de Italia en Costa Rica, enfatizó la gravedad de la situación: "El *Italian Sounding* no es un tema menor ni una simple confusión comercial. Es una práctica que afecta la transparencia del mercado, debilita la confianza del consumidor y pone en riesgo tradiciones que forman parte del patrimonio cultural de Italia y del mundo".

Según el diplomático, la confusión se acentúa fuera de Europa, donde el público tiene dificultades para distinguir las certificaciones auténticas. El uso de tipografías específicas, los colores de la bandera italiana (*il tricolore*) e imágenes sugerentes, sumado a precios más bajos, induce a los clientes a comprar artículos que carecen de los estándares de calidad y origen de la genuina gastronomía italiana.

Un ejemplo palpable en los supermercados costarricenses es la diferencia entre el "Parmesano" y el "Parmigiano Reggiano". Mientras que el consumidor puede encontrar frascos de queso rallado o cuñas etiquetadas como "Parmesan" o "Tipo Parmesano" —producidos en Estados Unidos o Sudamérica y a menudo con banderas italianas en su empaque—, estos no cumplen con los estrictos estándares del Consorzio italiano.

El auténtico Parmigiano Reggiano DOP debe llevar obligatoriamente los sellos europeos y la corteza grabada con puntos, garantizando que no contiene aditivos y que proviene exclusivamente de las



Para combatir el *Italian Sounding*, Italia y la Unión Europea cuentan con tres sellos de certificación que garantizan el origen y el método. EMBAJADA DE ITALIA

Negocios

El marketing de la confusión que asedia a la industria de Italia

El fenómeno 'Italian Sounding' suele ser legal pero engañoso, ya que explota el prestigio del "Made in Italy" para confundir al consumidor



El embajador de Italia en Costa Rica, Alberto Colella, explicó que el uso de los colores de la bandera italiana en algunos productos, sumado a precios más bajos, induce a los clientes de muchos países a comprar artículos que carecen de la calidad de la genuina gastronomía italiana. CORTESÍA

provincias de Parma, Reggio Emilia, Módena o Mantua.

Blindaje mediante sellos de autenticidad

Para combatir este mercado gris, Italia y la Unión Europea cuentan con tres sistemas de certificación rigurosos que garantizan el origen y el método:

► **DOP (Denominación de Origen Protegida):** Todo el proceso de producción, transformación y elaboración se realiza en una zona geográfica específica.

► **IGP (Indicación Geográfica Protegida):** Posee una calidad o reputación vinculada al lugar de origen en al menos una

"El *Italian Sounding* es una práctica que afecta la transparencia del mercado, debilita la confianza del consumidor y pone en riesgo tradiciones que forman parte del patrimonio cultural de Italia y del mundo".

Alberto Colella
Embajador de Italia en Costa Rica

de sus etapas.

► **STG (Especialidad Tradicional Garantizada):** Protege métodos de producción y recetas tradicionales, independientemente de la zona geográfica.

Estos sellos aseguran la trazabilidad y el respeto por las recetas que dan identidad a productos emblemáticos como el queso Parmigiano

Reggiano o el Prosciutto di Parma.

Acciones en el mercado costarricense

La Agencia Italiana de Comercio (ITA) y la Embajada de Italia colaboran actualmente en Costa Rica para educar al público y al sector comercial. El objetivo es fomentar el consumo informado y guiar a los distribuidores en la implementación de buenas prácticas de etiquetado y exhibición.

Para el consumidor costarricense, la recomendación es clara: verificar siempre el empaque en busca de los sellos DOP, IGP o STG, leer la etiqueta completa para confirmar el país de producción y desconfiar de nombres que "suenan" italianos, pero no indican un origen verificable. Asimismo, se sugiere preferir importadores formales que garanticen la legitimidad de las marcas.

Para profundizar en la identificación de estos sellos y conocer a los importadores autorizados en el país, puede visitar el portal especializado italiaensumesa.cr.