

Scontro commerciale

Marchio sui cibi islamici Gli imam fanno a gara per spartirsi i diritti

Nasce il marchio di qualità per i prodotti Halal: un mercato da 5 miliardi di euro. Liti e accuse ma poi arrivano ad un accordo

ANDREA MORIGI
ROMA

Il marchio Doc islamico vale cinque miliardi di euro, per limitarsi al mercato nazionale. Lo sa bene il ministro della Salute, Ferruccio Fazio, che stima così le dimensioni del fatturato dei prodotti halal, cioè conformi ai precetti della religione islamica. Lo spiega agli ambasciatori dei Paesi della Conferenza Islamica, riuniti alla Farnesina per la firma della Convenzione interministeriale di sostegno all'iniziativa "Halal Italia" da parte del ministro degli Esteri Franco Frattini, del vice ministro dello Sviluppo economico Adolfo Urso e del ministro delle Politiche agricole, alimentari e forestali, Giancarlo Galan.

E ne sono consapevoli, per primi, i musulmani nostrani, che dovranno spartirsi il business. Per ora sembra ci siano riusciti. Se un produttore di pasta fresca vuole esportare tortellini in Medio Oriente, può rivolgersi al Comitato Etico Halal Italia della Co.re.is italiana per ottenere il bollino islamicamente corretto. Non è obbligatorio, ma una certificazione può sempre servire a garantire che nel ripieno non ci sia carne di maiale. E lo stesso vale per creme di bellezza e medicinali. Almeno c'è chi non solo fornisce garanzie dottrinali, ma assicura anche la trasparenza dei processi di etichettatura.

Ma ci sono altri gruppi, sigle e associazioni interessate. Tutto sommato, chi più "collauda" più si finanzia. Vanta un primato, almeno cronologico, il Centro islamico culturale d'Italia, che fra l'altro gestisce la grande moschea di Roma e ricorda la propria estraneità all'iniziativa

governativa. Loro detengono un «marchio per la macellazione della carne, secondo il rito musulmano, e la certificazione di altri prodotti halal da più di 18 anni». A scanso di equivoci, il segretario generale, Abdellah Redouane, sottolinea che «il Centro non è stato coinvolto nel progetto né è al corrente dei contenuti di tale convenzione».

Sembra una presa di distanze polemica. In realtà, fra la Coreis e la moschea di Roma vige già un tacito accordo. La prima si rivolge prevalentemente agli operatori con una strategia di penetrazione commerciale sui mercati stranieri, la seconda già collabora con l'azienda produttrice del pollo Aia e punta al segmento italiano, dove operano già oltre cento macelli islamica che sono ormai un quinto del totale di quelli autorizzati dall'Unione europea.

Un po' di sana concorrenza non fa male. Tutto contribuirebbe alla pace interna se non ci fosse il terzo incomodo, la comunità islamica romana di Centocelle, che gravita nella galassia dell'Ucoii e qualche mese fa ha sottoscritto un accordo con la Coop per distribuire cibi halal. Commesse rigorosamente velate, in prossimità degli scaffali, informano i clienti che quello esposto non è cibo proibito ai credenti. Ma l'abito non fa il monaco, nemmeno per i musulmani.

COS'È

LA MACELLAZIONE

Per gli islamici le bestie da uccidere devono essere in salute e coscienti al momento della morte provocata da un solo taglio. L'uccisione non può avvenire nei locali dove viene fatta la macellazione non halal

LA CERTIFICAZIONE

Halal Italia è un organo per la certificazione della macellazione Halal. Si basa sulla convenzione dei ministeri degli Esteri, dello Sviluppo economico e delle Politiche agricole

