

## IN VINO VERITAS: TERROIR IPR PARTE II

### ENTI DI REGOLAZIONE E AZIONI COLLETTIVE CONTRO LE CONTRAFFAZIONI

Nell'articolo precedente è stata trattata la storia del vino come prodotto pesantemente condizionato dalla geografia, dalla qualità del suolo e dal clima, che ne fanno un prodotto del territorio, ovvero un terroir, con caratteristiche uniche. Da ciò deriva l'importanza delle classificazioni regionali e la protezione legale a disposizione dei produttori per le distinte regioni enologiche. In questo articolo esamineremo come gli enti regolatori e le associazioni enologiche possono aiutare i produttori a proteggere la reputazione dei loro marchi, come già avviene in alcuni casi. Infine vedremo come l'industria vinicola possa affrontare le contraffazioni che danneggiano le vendite e la reputazione di questa amatissima bevanda.

Il nostro Ufficio ha contattato l'INAO (Institut National de l'Origine et de la Qualité), autorità amministrativa pubblica francese responsabile dell'attuazione della politica sulle indicazioni ufficiali di identificazione dell'origine e della qualità dei prodotti agricoli e alimentari, incluso il vino.

Nell'ultimo decennio l'INAO si è impegnata molto per proteggere i PDO e i PGI francesi in Cina, in modo fortemente crescente tra il 2008 e il 2015. Di fatto l'INAO ha visto quadruplicare in pochi anni le registrazioni in malafede di marchi francesi di identificazione geografica (IG): le registrazioni di marchi predatori sono cresciute senza sosta, passando da 12 nel 2009 a 60 nel 2014. Si tratta di un mix di vere e proprie occupazioni abusive di marchi, compiute per profitto, e di importatori ombra di prodotti IG genuini, che registrano un marchio nel tentativo di ottenere l'esclusività sul mercato, ignorando la natura di marchio collettivo dell'IG.

L'INAO, come altri simili enti nazionali, non è stato fermo di fronte a questa situazione e ha avviato numerose opposizioni e azioni di annullamento presso il Chinese Trade Mark Office (CTMO) contro le infrazioni di marchi francesi di IG. Il costo medio di tali azioni ammonta a circa 2000 €; poiché il numero delle infrazioni tende a crescere continuamente, il peso sul bilancio dell'ente si fa sentire.

In quanto ente pubblico, l'INAO ha avuto difficoltà a compiere direttamente indagini e azioni contro contraffattori individuali. I rappresentanti dell'ente hanno espresso la loro insoddisfazione per l'impossibilità di affrontare tali contraffazioni, che danneggiano il settore nel suo insieme. Purtroppo i costi proibitivi per affrontare il gran numero di contraffazioni sono insostenibili per il bilancio dell'ente già in difficoltà, che richiede un maggiore sostegno per risolvere alla radice il problema.

Anche le organizzazioni regionali hanno effettuato tentativi per contrastare i problemi di contraffazione in Cina. Il Conseil Interprofessionnel du Vin de Bordeaux<sup>1</sup> (CIVB) da anni lavora per combattere le frodi sul vino e con l'aiuto del Ministero delle Finanze francese gestisce un laboratorio specializzato per condurre test sui sospetti falsi. Inoltre ha sviluppato un'app<sup>2</sup> (Smart Bordeaux) che consente agli acquirenti di verificare in dettaglio le annate scattando una foto dell'etichetta del vino o scannerizzando un codice a barre<sup>3</sup>.

Nel gennaio 2011 il CIVB ha ingaggiato Nick Bartman, un investigatore specializzato in contraffazioni, per organizzare un team e indagare il fenomeno della contraffazione del vino in Cina<sup>4</sup>. Tuttavia, a causa dei vincoli di bilancio, l'orizzonte dell'indagine fu limitato così come l'azione giudiziaria che seguì. Le azioni del team per conto del CIVB portarono a una stima di 30 milioni € di danni causati dalla contraffazione. Bartman ritiene che senza le limitazioni poste all'indagine e ai procedimenti giudiziari, il dato avrebbe potuto essere molto maggiore. Con più tempo a disposizione e indagini inter-frontaliere si potrebbero arrecare danni consistenti agli operatori della contraffazione, tali da fungere da deterrente in futuro alla contraffazione di vino nella regione.

Oltre alle attività di Mr. Bartman, il CIVB ha ingaggiato un altro vecchio esperto di Cina, Thomas Jullien, con sede a Hong Kong. Mr. Jullien e il suo team lavorano sia per promuovere i vini Bordeaux in Cina sia per ridurre le contraffazioni e attaccare gli autori delle frodi. Il team provvede a registrare le IG per tutte le denominazioni

<sup>1</sup> <http://www.bordeaux.com/>

<sup>2</sup> <http://itunes.apple.com/gb/app/smart-bordeaux-bordeaux-wines/id404568006?mt=8>

<sup>3</sup> <http://www.ft.com/cms/s/0/07aa952e1345-11e5-ad26-00144feabdc0.html#ixzz3ron4bpRI>

<sup>4</sup> Suzanne Mustacich, *Thirsty Dragon. China's Lust for Bordeaux and the Threat to the World's Best Wines*, London, Henry Holst and Co. (2015), pp130-156.

---

di Bordeaux, e quindi identifica i contraffattori e promuove azioni contro di loro. Il progetto è operativo da 5 anni ed è riuscito a rimuovere un gran numero di contraffazioni dal mercato. Comunque l'esercizio del diritto rimane un grosso problema; anche se il team di Thomas concentra i propri sforzi contro i frodatori su grande scala, la carenza di educazione tra le autorità riguardo alla contraffazione del vino comporta che i funzionari negli uffici marginali sono riluttanti ad assumersi il rischio di chiudere gli attori di azioni fraudolente. Senza adeguate risorse per educare le numerose autorità locali in giro per la Cina, questa barriera all'esercizio dei diritti rimarrà sempre e le azioni di successo saranno ristrette alle maggiori città, limitando di fatto l'impatto di questi team anticontraffazione.

Ma non soltanto gli investigatori si sentono frustrati; il Dr. Paolo Beconcini, managing partner della Carroll, Burdick & McDonough LLP<sup>5</sup>, ha trascorso 15 anni in Cina a lottare contro le frodi per conto di alcune tra le maggiori marche e ha studiato e scritto sulla contraffazione del vino<sup>6</sup>. Quanto ai contraffattori, la filosofia di Paolo è quella del colpo di martello ben assestato; una volta individuati li si deve colpire rapidamente e duramente. Questa tattica shock and awe (colpisci e terrorizza) è incredibilmente efficace e funziona non soltanto per interrompere immediatamente gli atti di frode ma anche crea un deterrente per altri contraffattori del prodotto.

Ogni anno Paolo partecipa ai gruppi di lavoro del Quality Brands Protection Committee of China (QBPC)<sup>7</sup> e del China and South-East Asia Trafficking in Illicit Goods and Counterfeiting Sub-Directorate dell'Interpol<sup>8</sup>, che forniscono formazione ai funzionari doganali e di polizia sul riconoscimento dei prodotti e assistenza per condurre indagini e raid.

Questi gruppi di lavoro sono in grado di catapultare l'industria del vino nel mirino dei funzionari di polizia cinesi e tuttavia i rappresentanti dei produttori spesso non sono membri dei gruppi di lavoro stessi. Senza la formazione e il sostegno di questi funzionari cinesi, e contando soltanto sulle relativamente modeste tasche di pochi produttori individuali e organizzazioni come il CIVB, l'industria enologica non può avere la forza necessaria ad affrontare i contraffattori che continuano a danneggiare profitti e reputazione dei produttori di vino in giro per il mondo.

Per un duraturo successo nella guerra alla contraffazione, è necessaria una coalizione ben più ampia; una iniziativa globale per la protezione del vino con il supporto delle associazioni vinicole nazionali e regionali e di importatori, distributori, rivenditori e produttori individuali. Con un sostegno così esteso i costi si assottigliano, ma il peso politico e la potenza finanziaria dietro gli investigatori e i team legali sarebbero tali da rappresentare la più grande minaccia mai vista dai contraffattori in ogni altro settore.

---

<sup>5</sup> <http://www.cbmlaw.com/>

<sup>6</sup> <https://www.linkedin.com/pulse/china-counterfeits-wine-business-paolo-beconcini?trk=prof-post>

<sup>7</sup> <http://www.qbpc.org.cn/>

<sup>8</sup> <http://www.interpol.int/Crime-areas/Trafficking-in-illicit-goods-and-counterfeiting/Trafficking-in-illicit-goods-and-counterfeiting>