

LA PROSSIMA VENDEMMIA: IL FUTURO DELL'ANTICONTRAFFAZIONE DEL VINO CONSIGLI DAI NOSTRI ESPERTI

La contraffazione del vino in Cina ha raggiunto uno stadio critico per l'industria enologica europea. Negli anni recenti abbiamo avuto un assaggio di cosa significa il consumo cinese per i produttori europei, con oltre un quarto di miliardo di litri di vino europeo consumato annualmente soltanto da una frazione del potenziale mercato della Cina. Come il mercato evolve dal vino da regalo al vino da bere a tavola, così fanno i contraffattori, che inondano supermarket e ristoranti di vini con un marchio di denominazione (spesso registrato validamente) che non ha alcun collegamento con il liquido contenuto nella bottiglia.

I palati cinesi sono giunti a uno stadio di sviluppo cruciale, e l'esposizione a prodotti di vino europeo contraffatti di bassa qualità non soltanto danneggia i profitti ma anche deprime la reputazione dei produttori europei sul mercato cinese. La concorrenza dei prodotti nazionali, infatti, è già forte e l'industria enologica europea non può continuare a guardare senza reagire a questa minaccia.

Come abbiamo visto nei precedenti articoli "Terroir IPR"¹, i produttori non sono soli nella lotta contro le frodi. Agenzie nazionali come l'INAO francese ed enti di regolamentazione regionale come il CIVB sono impegnati nella registrazione delle IG e combattono i più ovvi contraffattori. Queste due organizzazioni sono tuttavia una minoranza e le loro tasche non sono sufficientemente ampie da poter sostenere una campagna estensiva. Senza il sostegno di altre organizzazioni, e infine degli stessi produttori di cui sono al servizio, esse possono soltanto rallentare gli effetti deleteri della contraffazione in Cina.

L'esperto Thomas Jullien e il suo team hanno lavorato per anni per il CIVB combattendo le frodi attraverso la tradizionale protezione IPR, concentrandosi sulla registrazione dell'IG e sull'esercizio dei diritti per proteggere il maggior numero possibile di produttori sotto l'egida di marchi collettivi di grande valore. Tuttavia hanno dovuto scontrarsi anche contro la mancanza di conoscenza del vino e della sua contraffazione tra i funzionari di città periferiche di II o III livello e lottare per persuadere tali funzionari a chiudere contraffattori di una certa importanza.

L'esperto Paolo Beconcini sostiene che a questo problema si può rimediare a patto che l'industria enologica nomini dei propri rappresentanti nei gruppi di lavoro di comitati quali il *Quality Brands Protection Committee of China* (QBPC) e il *China and South-East Asia Trafficking in Illicit Goods and Counterfeiting Sub-Directorate* dell'Interpol. Questi gruppi di lavoro, tra l'altro, offrono ai rappresentanti industriali una piattaforma efficace per comunicare con i funzionari doganali e di polizia cinesi e per fornire loro formazione sul riconoscimento dei prodotti genuini e sull'individuazione dei contraffattori nelle loro rispettive giurisdizioni, assicurando così maggiori possibilità di cooperazione e di azioni indipendenti.

Paolo Beconcini sostiene la necessità di un approccio più diretto nei riguardi dei grandi contraffattori, facendo loro carico di tutto il peso del sistema legale dell'IPR cinese, enfatizzato con entusiasmo da Pechino per affrontare le contraffazioni di cibi e bevande. Per un successo di lungo termine, la lotta ai grandi contraffattori deve divenire un caso esemplare: contro di essi vanno richieste le massime pene, inviando così un segnale chiaro, a chi intenda frodare, che la contraffazione non rimane impunita.

Altri esperti, come Nick Bartman, avanzano una soluzione alternativa, che si avvantaggia dei continui sviluppi e rafforzamenti delle leggi per la protezione dei consumatori. Un'ondata di scandali relativi a cibi e bevande negli ultimi anni hanno portato al rapido sviluppo di una autorità pubblica competente e reattiva contro le frodi, che può operare indipendentemente, richiedendo soltanto la prova della frode nell'etichettatura di bottiglia, intesa a confondere il consumatore circa l'origine e la

¹ Articoli pubblicati a gennaio e febbraio 2016: <http://www.fast.mi.it/een/iprhelpdesk.htm>.

qualità del prodotto in questione. La genialità di questo metodo sta nella sua semplicità, in quanto richiede soltanto una lettera di denuncia (idealmente redatta da un legale professionalmente qualificato) al locale Ufficio, dopo di che l'indagine e l'accusa verranno condotte interamente dai funzionari locali.

Come puntualizza Nick Bartman, vendere vino in Cina non significa soltanto riempire gli ordini e spedire la merce, ma richiede un progetto completo. Con il livello di sofisticazione ben dimostrato dall'industria della contraffazione, è importante che l'industria enologica nel suo insieme resti vigilante, monitorando il mercato alla ricerca dei prodotti contraffatti e reagendo con efficacia e intelligenza contro le minacce all'interesse collettivo.

Tutti gli esperti, comunque, concordano sul fatto che gli sforzi per combattere le frodi sono ostacolati attualmente dalla mancanza di dati concreti sulla reale situazione sul terreno. Le informazioni raccolte sembrano confermare che la mancanza di dati ha paralizzato la comunità vinicola, i cui membri non sembrano avere l'intenzione di impegnare risorse senza la concreta evidenza dei danni causati dalla contraffazione.

Naturalmente questo è un compito difficile, ma la capacità di indagare esiste in organizzazioni come *Wine Intelligence*², che sono in grado di fornire analisi di mercato complete³. Con l'industria vinicola europea che perde traino sul mercato cinese è necessario un primo passo deciso, con la cooperazione di tutti, bisogna alzare la guardia e lottare contro le frodi che minacciano la vitalità del mercato e la salute dei consumatori.

Alex Bayntun-Lees
Project Executive
China IPR SME Helpdesk

² <http://www.wineintelligence.com>

³ *Wine Intelligence* ha già pubblicato un rapporto secondo cui più del 40% dei consumatori di vino cinesi sono preoccupati per le contraffazioni.