

Ã Amarone non Amarino!

scritto da Noemi Mengo | 28 Gennaio 2019



La contraffazione non è un tema da sottovalutare, le etichette vanno tutelate, ed è impressionante come in un mondo che ha davvero un'infinita gamma di possibilità di comunicare, ci siano ancora tanti falsi che minacciano la buona reputazione del vino italiano all'estero.

Molteplici gli sforzi che aziende, consorzi, associazioni impiegano ogni anno per comunicare il vino nel modo corretto, ma ancora non bastano.

E noi, un po' come la maga "sapputella" Hermione Granger, il personaggio di fantasia della nota saga di Harry Potter ideata da J.K.Rowling, ci sentiamo quindi di "bacchettare" i consumatori poco attenti, ma soprattutto, il comparto e le istituzioni del vino quando fanno poco per frenare il dilagare di prodotti falsi, di scarsissima qualità, che vengono erroneamente presi per made in Italy da una, purtroppo estesa, fetta di consumatori.

Vediamo meglio di cosa stiamo parlando.

Il vino va maggiormente difeso soprattutto sotto il profilo dei marchi. È quanto sottolineato dallo studio GLP, azienda

italiana attiva da 50 anni nel settore della tutela della proprietà intellettuale, e segnalato recentemente da Ansa, ricordando che la contraffazione nell'ambito della produzione di vino in Italia vale ben 83 milioni di euro.

Segnala anche Federvini che, durante gli ultimi 5 anni, l'EUIPO (l'Ufficio dell'Unione Europea per la proprietà intellettuale) ha monitorato il costo economico della contraffazione nei settori più vulnerabili alle violazioni dei diritti di proprietà intellettuale (DPI), fra cui il settore del vino e degli alcolici.

Le cifre oggi parlano chiaro: **le perdite annue dirette di tali settori ammontano a 60 miliardi di euro, pari al 7,5% delle rispettive vendite**, a causa della presenza di prodotti falsi sul mercato. Di questi 60 miliardi, per quanto riguarda il settore del beverage, la contraffazione costa a vino e alcolici europei ben 2.7 miliardi di euro l'anno.

Le perdite accumulate per i cittadini europei sono 116 euro pro capite all'anno, i legittimi produttori infatti producono meno di quanto avrebbero fatto se non esistesse la contraffazione, di conseguenza impiegando anche meno personale, e la perdita diretta in questi settori si traduce in 434mila posti di lavoro in meno.

Concentrandoci sull'Italia, **i prodotti contraffatti presenti sul mercato italiano dei 13 settori interessati causano annualmente perdite pari al 7,9% delle vendite dirette**, e l'importo annuo ammonta a circa 8,6 miliardi di euro, cioè 142 euro per ogni cittadino italiano.

È bene considerare poi anche un altro tipo di violazione, ovvero quella delle Indicazioni geografiche. Nell'UE, le indicazioni geografiche (IG) per vino, alcolici, prodotti agricoli e prodotti alimentari sono diritti di proprietà intellettuale protetti e per essi i consumatori sono spesso disposti a pagare un prezzo più alto, rispetto ai corrispondenti non-IG, poiché li associano a prodotti di maggiore qualità. Pertanto, se il prodotto in questione non è conforme alle specifiche IG, il consumatore viene ingannato, e

difficilmente ritornerà ad acquistare un prodotto che ha considerato scadente.

Fra tutte le aree italiane, sicuramente **la Valpolicella è una fra le zone in assoluto più colpite** da episodi di contraffazione, basti pensare che durante una task force Icgrf-Consorzio Valpolicella avvenuta quest'estate sono state inviate alle autorità competenti le notifiche per 115 siti, di cui 50 con dominio canadese, 22 statunitense, 25 del Regno Unito e 5 irlandesi per vendita di prodotti contraffatti.

Le soluzioni ci sono, e di una di esse già l'avevamo accennata [qui](#): si tratta del **Blockchain**, un archivio condiviso e decentralizzato di dati immutabili, aperto e trasparente a tutti i partecipanti; una nuova tecnologia che, facendo leva sulla comunicazione e sul marketing, permette di migliorare la certificazione e la tracciabilità del vino e delle bottiglie vendute, garantendone la qualità e la territorialità. Inizialmente pensato per rendere trasparente il processo produttivo, il suo sistema di funzionamento si presta benissimo per rintracciare tempestivamente eventuali esemplari contraffatti. [Followine](#) è un esempio concreto di quanto detto, è un'app innovativa il cui sistema di tracciamento permette di scovare gli esemplari contraffatti e segnalarli, così da evitare il proliferare di falsi.

In conclusione, **la contraffazione del Made in Italy è un gigante dormiente che va tenuto sott'occhio**. In tema di comunicazione del vino, dissentire dal proverbio "bene o male l'importante è che se ne parli", è il primo passo utile: bisogna parlarne certo, ma è necessario farlo bene.