

ENONEWS

DILAGA IL FENOMENO DEI VINI FALSI E DEI MARCHI CONTRAFFATTI

di NINO D'ANTONIO

Quattrocento denunce per il Prosecco e una moltitudine di processi in Cile, Portogallo e Cina contro i falsi di Primitivo di Manduria. L'azione dei Consorzi di tutela è del tutto insufficiente, anche per l'elevato costo delle agenzie specializzate in queste investigazioni. Occorre un forte impegno che coinvolga le istituzioni e le nostre rappresentanze diplomatiche perchè solo una pronta ed efficace strategia può frenare questa ondata.

Le cifre non lasciano dubbi. Il fenomeno è in crescita e ha raggiunto punte quantomai preoccupanti. Il vino italiano è al centro di una diffusa campagna di falsi e di marchi ingannevoli, che minaccia soprattutto le etichette di maggiore prestigio e notorietà. E per giunta proprio su quei mercati dove "tirano" di più.



OCCORRE UNA POLITICA FORTE

● Il Consorzio di Tutela del Prosecco ha scoperto oltre quattrocento casi di falsificazioni, e il Primitivo di Manduria è da tempo vittima di un intricato commercio di vini, che al di là del nome (spesso rimaneggiato) non hanno niente in comune col vitigno-principe del Salento.

● A difesa delle loro etichette, i Consorzi di Tutela hanno fatto capo ad alcuni organismi specializzati in questo genere di indagini. Ma, al di là dei costi, piuttosto proibitivi, queste indagini comportano non poche difficoltà. A cominciare dalle leggi,

che sono quelle del Paese falsario, a un diffuso spirito di tolleranza per il reato in sé, nonché al debole intervento delle nostre rappresentanze diplomatiche. Insomma, portare dinanzi al giudice chi fa del falso Primitivo, è più di un'impresa.

● Questo non esclude che il Consorzio del Salento non abbia dato tregua a falsari e imitatori, fino ad affrontare e vincere sei procedimenti in Italia, più varie cause in Cile, Spagna, Portogallo e nella lontana Cina. Una battaglia portata avanti anzitutto all'insegna dell'orgoglio, visto che il Primitivo non è solo un grande vino, ma esprime la storia, i costumi, le leggende e i miti della gente di Puglia. Fin qui i casi più eclatanti, con conseguenti processi a carico dei responsabili. Ma il rischio che falsi Chianti e Barolo si preparino a inva-

dere il mercato, è sempre più diffuso.

● Ritenere che l'azione dei singoli Consorzi, per quanto meritevole, possa costituire l'unico freno al fenomeno, è un'aspettativa un pò troppo ambiziosa. Gli enti di tutela non dispongono di capitali sufficienti per sostenere i costi di queste indagini, che sono - ripeto - assai alti. La loro economia si regge sui contributi dei soci - tramite le funzioni erga omnes - e quando il numero dei viticoltori associati è piuttosto modesto, le risorse sono limitate.

● Questo a non tener conto che una politica di denuncia, costante e decisa, richiederebbe un impegno a tempo pieno da parte dei responsabili dei Consorzi. Una condizione abbastanza rara, che è emersa in tutti i suoi limiti nel corso della mia recente inchiesta sull'attività di questi enti.

IL MERCATO VA PRESIDIATO

- Ma purtroppo non basta. Il mercato va presidiato e quello estero richiede un controllo a tappeto. Non è sufficiente individuare i marchi ingannevoli, che richiamano o imitano i nostri vini. Occorre prelevare i campioni sospetti da sottoporre ad analisi di laboratorio, per accertare l'esistenza del reato.
- Un discorso a sé meritano poi i supermercati. Dove il prezzo troppo basso di un vino italiano è la spia più sicura per dare il via all'indagine, con l'acquisizione del reperto. Lo scorso anno, poi, il Consorzio del Primitivo ha affrontato anche la questione dei marchi con la dicitura Unione Europea.

al mercato estero, non possiamo correre rischi. Abbiamo l'obbligo di difendere i risultati fin qui raggiunti dalla fatica dei nostri padri".

- Questo comporta un'operazione a vasto raggio, visto che la San Marzano (1200 soci e 1500 ettari di vigneti) è una delle realtà più attive del territorio. E purtroppo i controlli portati avanti da un singolo ente sono destinati a perdersi nel grande mare delle falsificazioni. Il segmento d'indagine affidato alle varie agenzie, non va infatti oltre i limiti contrattuali sottoscritti di volta in volta dal Consorzio. Così l'occasionale scoperta di ogni altro abuso non dà l'avvio ad alcun intervento.
- Ne consegue che l'azione di questo o quel Consorzio, è del tutto insufficiente, specie sul piano normativo, che invece

zionamento economico) significa favorire la crescita dei falsari. I quali via via punteranno anche su etichette e denominazioni meno celebrate, visto che all'estero lo sviluppo dei nostri mercati permetterà loro di operare su scelte più larghe e meno rischiose.

- Insomma, senza cedere a eccessivi allarmismi, la situazione va affrontata per valutare la strategia più efficace. I tempi stringono e i falsari spuntano anche su quei mercati finora vergini. Le esperienze vissute dai Consorzi, vittime del fenomeno, possono aiutarci a mettere insieme una geografia del reato, per individuare i Paesi dove è più largamente presente.
- So bene che è solo un primo passo. Ma prezioso per le nostre rappresentanze diplomatiche nei territori interessati. La



Ebbene, la stretta dei controlli ha portato a identificare quattro falsificazioni.

- Così è stato deciso di rafforzare il numero degli agenti vigilatori e di estendere i loro controlli anche agli spacci, alle vendite al dettaglio e a quelle su Internet.

LOTTA AI FALSARI

- "La vigilanza è un settore chiave della nostra economia", ha dichiarato Mauro Di Maggio, neopresidente del Consorzio, nonché direttore delle Cantine San Marzano, un antico borgo della Puglia. Di Maggio ha fatto della lotta ai falsari la bandiera della sua elezione. "Con venti milioni di bottiglie, di cui il 70% destinato

dovrebbe rappresentare l'approdo naturale di fronte ad un falso. Purtroppo la lotta alle falsificazioni viene anche limitata dalla complessa e controversa legislazione, specie nei Paesi non europei.

UNA MINACCIA PER TUTTO IL SETTORE

- Eppure, il diffondersi dei falsi non minaccia soltanto l'economia dei produttori, ma l'intero comparto, che ha faticosamente costruito, in meno di mezzo secolo, quell'immagine fatta di qualità e di prestigio che oggi la Francia ci invidia. Lasciare soli i Consorzi (molti dei quali hanno vita difficile, al di là di ogni condi-

battaglia va vinta. Ma perché i nostri vini non siano più minacciati da miserevoli imitazioni, non c'è da perdere altro tempo.

FARE SQUADRA

- Fare squadra questa volta è più che un invito, perché il nemico è agguerrito e opera su più fronti. L'Italia non può rimanere inerte e passiva dinanzi a questi attacchi che minacciano di compromettere la storia e la fama dei suoi vini migliori. L'eccezionale traguardo dei cinquecento milioni di bottiglie del Prosecco, non può essere esposto al rischio di grossolane falsificazioni. ■