

## Vini patacca, serve un'agenzia europea di controllo

Difendersi a livello di mercato globale con regole certe e condivise e con una agenzia europea di controllo. Lo chiedono le associazioni dei produttori dopo che il sequestro dei kit per il produrre vino avvenuto la scorsa settimana, una frode che riguarda 24 vini Doc e Igp italiani per un valore di oltre 28 milioni di euro. Ad alzare prima la voce era stata **Coldiretti**. «Si tratta un inganno globale che mette a rischio la credibilità del made in Italy in tutti i continenti dove la diffusione dei «wine kit» con etichette italiane è purtroppo capillare e spesso tollerata». Per il segretario generale di **Qualivita**, **Mauro Rosati**, «occorre una impostazione regolamentata dal commercio elettronico». Basta farsi un giro su internet e trovare, sui siti di vendite online, kit per produrre vino Chardonnay, Merlot ma anche Valpolicella o Chianti. E si trovano anche kit per ottenere mozzarella e ricotta. «La distorsione nasce anche dai motori di ricerca», continua Rosati. «Se indirizzano su siti web niente hanno a che vedere con chi produce, si crea confusione. Ecco che le ricerche devono essere più veritiere e

questo lo si fa con una strategia di accordi con chi fa commercio elettronico». «È per controllare ci vuole una agenzia europea una autorità che controlli in maniera scientifica. L'Ue deve fare una riflessione seria sul problema, pensare una politica sul digitale che i singoli stati non possono fare. Le regole e controlli non li possono fare i consorzi, men che meno i singoli produttori visto che sul mercato online dell'agroalimentare si sono indirizzate anche le grandi piattaforme mondiali di commercio elettronico». Dell'importanza fondamentale di regole parla anche **Gabriele Castelli**, responsabile settore vitivinicolo di **Fedagri-Confcooperative**. «È vero che siamo nel libero mercato, ma deve essere con le regole, altrimenti facciamo i pirati». Per Castelli è importante il sequestro effettuato dei wine kit, ma «ci vuole un ragionamento politico per stabilire come contrastare e prevenire questo fenomeno». La prevenzione si fa «con gli accordi commerciali. Abbiamo bisogno di far valere la tutela dei prodotti a denominazione e delle indicazioni geografiche e dei marchi aziendali anche oltre i 28

paesi della Ue. C'è da fare lo sforzo per estendere il campo di applicazione della normativa europea. Si deve andare avanti con gli accordi commerciali come l'Italia sta facendo con Usa e Cina. Ci sono gli accordi, ci sono le regole, ci sono le sanzioni per chi non le rispetta». Importante in questo quadro, il problema dei nomi .wine e .vin. «Per **Icann** sono nomi generici, niente gli impedisce di registrarli. Ma se questi nomi vengono associati a chi non ha non ha niente a che vedere con il vino, c'è usurpazione. Ed ecco che anche in questo caso sono fondamentali gli accordi commerciali per tutelare Do e Igp. Di libero mercato, ma con le regole parla anche **Rolando Manfredini** responsabile qualità di **Coldiretti**. «Non si può fare quello che ci pare su internet. Deve essere messa a punto la difesa dei nomi territoriali e delle indicazioni geografiche. Non possono essere usate da tutti, si crea confusione. Devono essere costruite regole che non ci sono per evitare frodi. Oggi la difesa è lasciata ai singoli ma non si può andare avanti così».

**Andrea Settefonti**

