



EMERGENZA EURO

Raggiunto un accordo tra viticoltori europei e americani e l'Icann per la gestione dei nuovi suffissi

Domini on line, priorità ai produttori

Ricci Curbastro: garantiti i viticoltori e la trasparenza delle informazioni per i consumatori

La tutela delle indicazioni geografiche viaggia on line. Infatti mentre nei negoziati internazionali, primo tra tutti quello sull'accordo commerciale Usa-Ue, la tutela dei prodotti alimentari di qualità fa fatica a essere recepita, on line, invece, si riescono a individuare soluzioni in grado di conciliare le esigenze di mercato con le esigenze di difesa dalle contraffazioni. Va decisamente in questa direzione l'accordo raggiunto nei giorni scorsi e che ha visto da un lato Efor (l'associazione europea dei vini a indicazione geografica) e l'Avas (l'associazione americana che coinvolge la Sonoma Country Vintners, la Long Island Wine Council, la Napa Valley Vintners, l'Oregon Winegrowers Association) e dall'altro l'Icann (Internet Corporation for Assigned Names and Numbers). L'intesa chiude un negoziato durato all'incirca due anni e mezzo e disinnescava quella che da molti viticoltori europei era stata definita una vera e propria «mina». L'Icann, attraverso la società Donuts (che ha materialmente siglato il Registry Agreement), aveva infatti avviato le procedure per mettere sul mercato e

quindi assegnare al migliore offerente alcuni nuovi domini come, tanto per citare qualche esempio, «.car», «.book» o «.food» ma soprattutto «.vin» e «.wine». Per questi ultimi due il forte rischio era che finissero in mano di operatori anche del tutto estranei alla produzione vitivinicola che avrebbero così potuto commercializzare vini su piattaforme on line denominate ad esempio www.brunello.wine o www.champagne.vin senza alcun legame né con il Brunello di Montalcino né tantomeno con lo Champagne. Il tutto con evidenti confusioni per i consumatori finali. Da qui la contropartita messa in piedi dai vigneron europei (guidati da italiani e francesi) riuniti nell'associazione Efor cui si sono via

via affiancati anche i produttori americani e che è sfociata nell'accordo relativo ai suffissi «.vin» e «.wine». «L'intesa, oltre a tutelare i produttori - ha sottolineato Riccardo Ricci Curbastro, presidente di Efor e di Federdoc (la federazione italiana dei vini Doc) - avrà un ruolo chiave per garantire ai consumatori e al settore vitivinicolo degli strumenti idonei per la lotta al cybersquatting, ai falsi e in genere alle confusioni tra prodotti alimentari». I detta-

gli dell'accordo saranno resi noti nelle prossime settimane ma a quanto si apprende l'intesa dovrebbe garantire ai produttori vitivinicoli e alle loro associazioni una priorità rispetto ad altri operatori nell'acquisto dei suffissi «.vin» e «.wine». «Il compromesso raggiunto - conclude Ricci Curbastro - pone le basi ottimali per lo sviluppo di un mercato on line in un clima di ritrovata fiducia e, insieme ai recenti accordi antipirateria siglati dal ministero per le Politiche agricole con piattaforme come ebay e alibaba, ci lascia immaginare come sulla rete al momento si registri una sensibilità riguardo alla difesa del food di qualità dalle imitazioni superiori a quella riscontrata nei mercati convenzionali».

Una soluzione che garantisca una maggiore tutela dei vini di qualità on line è inoltre di grande importanza considerato l'interessante sviluppo che sta registrando il commercio on line di prodotti agroalimentari.

Un segmento che ha raggiunto un giro d'affari stimato in circa 260 milioni di euro una larghissima parte riguardano proprio i vini.

D'altro canto che la presenza on line sia sempre più significativa per le imprese del comparto alimentare è dimostrato anche dai recenti dati forniti da Infocamere secondo cui, a oggi, su una base di 1,2 milioni di imprese agricole si registra una presenza on line di circa 90mila aziende. Tra queste al primo posto (con una quota del 15% del totale) c'è proprio il vino, seguito dagli allevamenti (6%), dall'olio (5,8%) e infine dal settore lattiero caseario (3,4 per cento). •

GIORGIO DELL'OREFICE

© RIPRODUZIONE RISERVATA

FILIERA ALLE PAG. 12-13

Al Padiglione vino è boom di visitatori

IL MADE IN ITALY IN GRECIA

(Dati 2014)

Prodotti	.000 €	%
Carne fresca e stagionata	75.351	12,4
Caffè, thé e spezie	71.928	11,8
Prodotti per l'alimentazione animale	59.633	9,8
Oli e grassi vegetali e animali	50.129	8,3
Prodotti lattiero-caseari	43.405	7,1
Tot. agroalimentare	608.489	100,0

Fonte: Nomisma su dati Eurostat

I PRODOTTI GRECI ESPORTATI IN ITALIA

(Dati 2014)

Prodotti	.000 €	%
Pesci e crostacei	225.739	37,1
Oli e grassi vegetali e animali	144.853	23,8
Cereali	89.231	14,7
Prodotti lattiero-caseari	65.858	10,8
Frutta fresca	41.358	6,8
Tot. agroalimentare	716.066	117,7

Fonte: Nomisma su dati Eurostat

