

*Nel 2018 il Consorzio di Manduria ha investito 80 mila euro contro la contraffazione*

# La (costosa) guerra del Primitivo

## Nome usurpato in diversi paesi. Persino nella Champagne

DI ANDREA SETTEFONTI

**E**costata 80 mila euro la guerra, nel 2018, alla contraffazione. E nel 2019 la cifra è destinata a raddoppiare. Il **Consorzio del Primitivo di Manduria** investe molto per la tutela del nome del proprio vino in tutto il mondo. «L'ultimo esempio di pochi giorni fa arriva dalla Francia, zona Champagne, dove abbiamo indotto una cantina a desistere dal mettere il nome Primitivo sulle loro etichette. E un'azione simile è in corso in Germania, nostro mercato di riferimento che assorbe il 25-30% dell'export, dove un grosso imbottigliatore di spumante ha posto domanda per registrare il nome Primitivo», spiega a *ItaliaOggi*, **Mauro Di Maggio**, presidente del Consorzio. Le attività di controllo si svolgono attraverso varie azioni. «Abbiamo agenti vigilatori che pescano nei vari punti vendita, bottiglie con etichetta Primitivo per capire quale vino ci sia dentro,

per analizzarle in laboratorio e verificare se ci siano incongruenze con il nostro disciplinare. Inoltre effettuiamo il monitoraggio sulle banche dati mondiali per vedere quando vengono effettuate richieste di registrazione di marchi. È in questo modo che abbiamo scoperto i casi in Champagne e in Germania. Quando si trova una richiesta parassitaria del nostro nome, partiamo con una diffida, poi se serve si va avanti con l'azione legale». In alcuni casi segnali di alert scattano per i prezzi troppo bassi. «Nel caso delle vendite online il prezzo è un indicatore molto importante. Il Primitivo ormai è una doc quotata e conosciuta. Quindi cifre troppo basse sono un campanello di allarme. Così

come stanno attenti al prezzo gli export manager delle aziende nei vari Paesi che ci inviano segnalazioni di possibili anomalie». Per Di Maggio, «questa che svolgiamo è una azione essenziale che ha anche un alto valore deterrente». Oltre ai due casi, francese e tedesco, la strategia di attacco messa in atto dal Consorzio per tutelare la doc pugliese nei Paesi internazionali, ha portato allo stop di marchi ingannevoli in Italia, Cile e Portogallo mentre è in fase di trattativa l'opposizione ad etichette anche in Sud Africa. Una attività di controllo crescente, tanto che nel triennio 2019/2021 il Consorzio ha previsto un aumento del 30% dell'azione degli agenti vigilatori che riguarderanno anche gli spacci, la vendita al dettaglio e il controllo in internet oltre a prevedere visite extranazionali in Germania e nei Paesi scandinavi. Nel 2018 sono stati prodotti 15 milioni di litri che equivalgono a quasi 20 milioni di bottiglie con un fatturato di circa 120 milioni di euro, +15% rispetto al 2017. L'export rappresenta il 70% della produzione.



Mauro Di Maggio

