vinetur

Ola de falsificaciones de prosecco en Reino Unido

El prosecco, víctima de su propio éxito, lucha contra el fraude en uno de sus principales mercados

jueves 3 de octubre de 2024



El prosecco, el vino espumoso más popular e internacional Italia, tiene un grave problema con uno de sus principales clientes, el mercado del Reino Unido: la proliferación de imitaciones y, lo que es peor, las falsificaciones. La diferencia es que mientras las primeras son vinos que tratan de imitar el estilo del prosecco sin estar amparados a la denominación de origen controlada (DOC) o incluso sin ser italianos, los

segundos son vinos ilegales que se hacen pasar por vinos con sello oficial DOC Prosecco.

Aunque esta situación se está extendiendo a muchos otros mercados debido a la popularidad del prosecco, es en Reino Unido donde se está agravando especialmente. La popularidad del prosecco ha crecido rápidamente en el Reino Unido, lo que ha llevado a un incremento en las falsificaciones y usos indebidos del nombre.

El Consorzio Tutela Prosecco DOC, el organismo responsable de la protección y promoción de esta denominación, ha tomado medidas para hacer frente a esta problemática. El prosecco solo puede producirse en dos regiones específicas del noreste de Italia: Véneto y Friuli-Venecia Julia. Además, la normativa establece que debe comercializarse exclusivamente en botella, lo que excluye por completo su venta en formatos como latas o dispensadores de presión, cada vez más comunes en pubs y restaurantes de Londres. Estas presentaciones no autorizadas se han convertido en un motivo de preocupación para el Consorzio, que considera estas prácticas como un claro caso de fraude que afecta la reputación de la denominación.

El mercado del Reino Unido ocupa el segundo lugar a nivel mundial en consumo de prosecco, solo superado por Estados Unidos, con aproximadamente 85,5 millones de botellas vendidas entre septiembre de 2022 y septiembre de 2023. Esto muestra la magnitud del negocio y la importancia de proteger la autenticidad del producto en dicho país. Ante esta situación, el Consorzio ha decidido lanzar una campaña de sensibilización dirigida a los consumidores británicos. En lugar de iniciar procedimientos legales, que suelen ser largos y costosos, la iniciativa consiste en informar al público sobre lo que constituye un prosecco genuino.

La campaña, que se puso en marcha a principios de este año, cuenta con 880 carteles distribuidos en la ciudad de Londres. En estos carteles se muestra el mensaje "This is not Prosecco" (Esto no es prosecco) junto a imágenes de cañeros de cerveza o latas, con el fin de aclarar al consumidor que esos formatos no cumplen con los requisitos de la denominación. Según Stefano Zanette, presidente del Consorzio, era fundamental adoptar un enfoque directo para evitar la confusión entre los consumidores y garantizar que el producto que compran sea auténtico.

El problema no es nuevo, pero su creciente frecuencia en un mercado tan relevante ha impulsado al Consorzio a actuar. El prosecco es un vino que goza de gran popularidad en el Reino Unido, donde es preferido para celebraciones y consumo cotidiano, en ocasiones incluso por encima del champagne francés. Esta demanda ha llevado a que algunos establecimientos recurran a prácticas engañosas para aprovechar el tirón comercial, ofreciendo un producto que no se ajusta a las normativas del DOC y que, en consecuencia, no puede considerarse prosecco.

La normativa de la denominación de origen para el prosecco fue establecida en 2009, año en que se implementó un sistema de regulación más estricto para proteger la calidad y la autenticidad de este vino espumoso. Entre los requisitos se incluye no solo el lugar de producción, sino también el método de elaboración y el envase final, limitándose a la botella de vidrio tradicional. No obstante, la expansión de su consumo fuera de Italia ha dificultado la tarea de supervisar el cumplimiento de estas normativas en mercados extranjeros. La flexibilidad de algunos distribuidores y locales a la hora de adaptar el producto a las preferencias locales ha derivado en usos indebidos que comprometen la integridad de la denominación.

En un contexto donde la presión por parte de otros competidores de vinos espumosos, como el cava español y el champagne francés, es constante, la protección de la marca prosecco se convierte en una prioridad estratégica. El Consorzio ha decidido que la sensibilización de los consumidores es un primer paso esencial antes de plantear acciones legales. Con esta campaña, el objetivo es reducir la incidencia de estos fraudes y reforzar el mensaje de que cualquier vino que se presente como prosecco y no se venda en una botella es, por definición, una falsificación.

La respuesta del Consorzio ha recibido apoyo de otras entidades vitivinícolas italianas y europeas, que ven en esta acción un modelo a seguir para proteger sus propias denominaciones de origen. La globalización y la creciente demanda de productos tradicionales europeos han dado lugar a un entorno donde las imitaciones son cada vez más frecuentes. Aunque en algunos casos los productores pueden identificar y denunciar estas prácticas a través de las autoridades competentes, a menudo las sanciones no son suficientes para disuadir a quienes se benefician de estas irregularidades.

En este sentido, el caso del prosecco en el Reino Unido no es único, pero sí relevante por el tamaño del mercado y la popularidad que ha alcanzado esta bebida en los últimos años. La decisión de recurrir a una campaña informativa en lugar de a acciones legales también muestra la dificultad de combatir estos problemas a través de medios tradicionales. Para los consumidores, la clave está en conocer las características distintivas del prosecco genuino y desconfiar de presentaciones que no se ajusten a la normativa italiana.