

Giornata di studio:

Denominazioni, cultura territoriale
e qualità dei vini italiani

Firenze, 31 gennaio 2018

Le denominazioni: un problema all'ordine del giorno

Le denominazioni, tutte le denominazioni, ma quelle dei vini in particolare, sono così importanti che probabilmente meritano una attenzione maggiore di quanto sinora sia stato fatto. Per questo abbiamo accolto la proposta di Piero Tesi di affrontare questo tema per analizzarlo in chiave comparata. Riteniamo che sia sempre utile il confronto con chi ricopre storicamente posizioni di vertice nella produzione e nel mercato del vino. Ed anche perché la questione delle denominazioni, rivolgendosi ai consumatori, riveste inevitabilmente una funzione che guarda ai mercati globali di oggi.

I nomi in generale sono spie identitarie. Così è per i nomi dei vini e ancora di più quando i nomi dei vini sono legati ai territori. Le denominazioni allora diventano fotografie dei paesaggi, interpretazioni ed espressioni di storie, ma persino di ricordi, di desideri, di profumi. Evocano qualcosa che appartiene al reale e nello stesso tempo al virtuale, *qualcosa di costruito sui nostri desideri*, come i nomi che si danno ai nostri figli.

Quindi le denominazioni dei vini sono importanti e l'Accademia dei Georgofili, sempre attenta alla realtà del mondo del vino, in una una regione che sta all'origine della storia della denominazione in base alla qualità e ai territori sin dal 1716, al tempo dei famosi editti, di Cosimo III dei Medici, non poteva non accettare lo stimolo del dott. Piero Tesi, un professionista che conosce molto bene il mondo del vino, quasi ne incarnasse la storia più recente, per almeno mezzo secolo.

Oggi assistiamo a una nuova rivoluzione nel campo del vino e dei mercati.

Nuovi paradigmi produttivi e nuove tendenze di consumo stanno investendo la produzione e i mercati sotto l'urto di trasformazioni culturali e so-

* Università di Firenze

ciali che richiedono una riflessione critica sia dal punto di vista degli studiosi sia anche dei produttori e degli operatori. Per non parlare delle autorità politiche che sembrano poco attente a queste problematiche.

Per questo abbiamo deciso di porre al centro la questione dei vini e della loro denominazione e in particolare la classificazione dei vini qualificati secondo il territorio di produzione.

Si avverte l'esigenza di un ripensamento e di una riqualificazione di questa vasta platea alla luce dell'esperienza francese che ci illustrerà un giovane, che ci pare uno dei maggiori competenti, il dott. Bernardo Conticelli.

Dal 2007 l'Italia è il primo esportatore mondiale di vini in termini di volume e uno dei maggiori *player* del mercato del vino. E questo in un mercato estremamente dinamico, largo e complesso.

In termini di valore l'Italia, come sappiamo è sorpassata dalla Francia, che spunta prezzi più alti per i suoi vini. E questo è il primo problema, quello più direttamente collegato al rapporto qualità- prezzo dei nostri vini. Rapporto qualità prezzo in genere penalizzante per molti ottimi vini di origine territoriale.

Tuttavia non vorrei si trascurasse il problema di considerare la grande questione del consolidamento e del rinnovamento continuo per difendere le posizioni conquistate e per crescere sui mercati con forti ed estese campagne di promozione e di comunicazione.

Questo incontro non pretende di fornire soluzioni, ma vuole essere un punto di partenza e di scambio prima di tutto con le imprese, ma anche con gli esperti e le istituzioni.

Sul tema specifico delle denominazioni e in particolare delle *Indicazioni geografiche tipiche* interverranno il dott. Conticelli e il dott. Tesi.

Da parte mia, però, vorrei che questa tematica si considerasse e si ripensasse alla luce del confronto con la Francia, anche perché la denominazioni dei vini si rivolge in primo luogo ai mercati sia domestici sia internazionali.

Occorrono strategie di comunicazione in grado di valorizzare la varietà e la qualità dei vini italiani compresi quelli che fanno parte del vasto assortimento delle indicazioni geografiche protette.

In questo caso l'esempio della Francia è fondamentale, ma è interessante anche quello della Spagna.

Un mercato così vasto, mondiale, e così complesso richiede una forza di penetrazione che i singoli soggetti di promozione regionale non possono avere, senza una forte spinta nazionale.

Lo stesso dicasi degli organi di controllo per garantire la qualità.

L'INAO in Francia si occupa, come ci spiegherà Bernardo Conticelli, della gestione e controllo della denominazione di origine.

Mentre per la promozione dell'esportazione le strategie sono gestite da Business France, a cui anche in Italia attualmente si guarda con grande interesse.

Sopexa, infine è un'agenzia privata ma che agisce per conto del sistema delle imprese francesi nel loro complesso.

Insomma occorre coordinare le forze e non dividerle ed evitare la dispersione, facendo, invece sistema.

Quindi il problema della denominazione è una parte della questione, ma una parte importante, perché il Regolamento vigente europeo (479) fa riferimento sempre alla qualità dei vini di origine geografica, che poi vuol dire territori, tradizioni, cultura, vitigni, pratiche, ecc.

Con l'occhio a quello che i francesi chiamano *terroir*.

L'importanza della denominazione deriva dal fatto che i consumatori si orientano in primis grazie alla *denominazioni di origine protetta*. E così il mercato.

La *omogeneità ambientale*, però, è variabile e a volte troppo estesa a intere aree regionali troppo grandi.

Forse occorrerebbe definire ambiti territoriali più omogenei e meglio delimitati.

E nello stesso tempo caratterizzare meglio la qualità del vino in relazione all'origine.

Questo, forse, è il problema più grande.

Recentemente in occasione della quarta edizione delle *Journées des amateurs éclairés de vins la Chaire Unesco, Culture et tradition du vin* ha previsto che il tema sia proprio quella della denominazione.

In verità con un titolo, forte, quasi provocatorio: *L'appellation est morte! Vive l'appellation*. L'evento con i più grandi esperti mondiali del vino si terrà ad Avignon Châteauneuf-du-Pape dal 30 giugno al 1 luglio di quest'anno.

Bisognerebbe in verità anche noi, qui a Firenze presso l'Accademia dei Georgofili, pensare a un convegno nazionale o internazionale su questo tema, che come si è capito da questo breve incontro, è un tema all'ordine del giorno a livello dei grandi Paesi produttori e fra gli operatori del mercato.

Uno sguardo alla Francia e all'Europa

La Comunità Europea ha storicamente avuto difficoltà nel regolamentare le denominazioni di origine nel settore vitivinicolo perché si è dovuta scontrare, fin da subito, con preesistenti legislazioni nazionali che già negli anni '30 in Spagna e in Francia regolavano a livello nazionale questo sistema.

Infatti all'interno dell'OCM vino, tradizionalmente l'OCM più rilevante per quantità di norme e quantità di budget a disposizione rispetto agli altri prodotti agricoli e agroalimentari in Europa, sin dalla prima versione negli anni '70 è stato introdotto il concetto, unico per molto tempo in Europa, di "valorizzazione della qualità" quando il concetto di qualità non era assolutamente preso in considerazione per nessun altro prodotto agroalimentare, attraverso l'istituzione della categoria dei VQPRD, senza però entrare nello specifico della regolamentazione di un vero e proprio sistema europeo di classificazione.

La Comunità Europea ha infatti avuto per moltissimi anni una strutturale incapacità nel legiferare sulla classificazione del vino di qualità perché, quando ha tentato di farlo, si è trovata di fronte a una vera e propria "jungla legislativa" dove ogni Paese aveva già un proprio sistema, chi con una matrice comune come il sistema francese, spagnolo e italiano e chi fondato su concetti molto diversi come in Germania e Austria. La CE ha quindi rinunciato ad armonizzare le legislazioni dei diversi Paesi comunitari riguardo la classificazione del vino di qualità riconoscendone, non per scelta ma perché non era possibile fare altrimenti, la competenza concorrente degli Stati membri in materia.

Ciò non è avvenuto invece per quanto riguarda la classificazione della qualità legata all'origine per i prodotti agroalimentari diversi dal vino, quando

* *Vinofocus wine consulting*

con il Reg. 2081/92 del Consiglio è stato introdotto il sistema delle DOP e IGP per l'agroalimentare. In questo caso la CE ha avuto buon gioco avendo trovato una "tabula rasa" legislativa precedente e quindi senza aver incontrato alcuna resistenza particolare da parte degli Stati membri.

Ancora una volta si riconosce l'*unicum*, l'eccezionalità del sistema vino rispetto a tutti gli altri prodotti agroalimentari.

Questo doppio binario che vede da una parte la legislazione sull'origine legata alle DOP e IGP per tutti i prodotti agroalimentari escluso il vino e dall'altra le diverse legislazioni nazionali in materia di origine e qualità per il vino si è interrotta con il Reg. CE 479/2008 che imprime una svolta epocale, allargando il sistema delle DOP e IGP anche al settore vitivinicolo.

Ciò ha due risultati immediati: innanzitutto tutte le procedure di creazione, modifica o eventuale cancellazione di una DOP e/o IGP vedono il passaggio finale in Commissione Europea, armonizzando quindi un sistema di riconoscimento nel settore vitivinicolo che per lungo tempo è rimasto in mani nazionali e che ha prodotto delle storture con la proliferazione di denominazioni di origine talvolta non necessarie, con la creazione delle DOC "di carta" che non hanno mai rivendicato neanche una bottiglia prodotta e immessa sul mercato e altre motivazioni lontane dal vero obiettivo della valorizzazione di un certo vino e della sua zona di origine. Al tempo stesso un secondo importante risultato apportato dal Reg. CE 479/2008 è l'elevazione dei vini IGP (i vecchi IGT) da vini considerati precedentemente come vini da tavola con indicazione geografica alla categoria superiore dei vini con indicazione geografica, con tutti gli aspetti procedurali che vi sono implicati (il sistema dei controlli ecc.).

Proprio parlando di IGP/IGT preme sottolinearne come per questa categoria di vini ci sia un'unicità tutta italiana: soltanto nel nostro Paese i vini incasellati in questa tipologia vedono una duplice realtà, quella di essere dei vini di "ricaduta" rispetto ai vini a denominazione di origine, quindi con un minor appeal, qualità media e normalmente prezzo medio inferiore, e di contare però all'interno di questa categoria anche dei vini universalmente riconosciuti come top assoluti (i Supertuscans ma non soltanto, numerosi esempi in tutta Italia). Non esiste in alcun Paese europeo che in questa tipologia, sia tra i Vin de Pays in Francia che tra i vini de la Tierra in Spagna o i Landwein in Germania – tanto per fare degli esempi – ci siano dei vini di eccellenza e rinomati a livello mondiale tra i migliori vini al mondo. In questi Paesi tutti i vini considerati "top" portano una denominazione di origine in etichetta. Questo aspetto è facilmente verificabile se si controllano i primi cento vini della classifica della società Liv-Ex o i primi migliori vini per la società

Wine Lister (due società che monitorano ogni anno i vini che sono stati più scambiati e commercializzati dai migliori *negociants* del mondo e attraverso le case d'asta internazionali, vini quindi ricercati dai migliori collezionisti del mondo e presenti nelle carte dei vini dei principali ristoranti del mondo): in entrambe le classifiche, peraltro dominate dai vini francesi, l'Italia è rappresentata con circa 8-10 vini e di questi la metà circa la metà sono etichettati come IGT. Nessun altro vino di nessun altro Paese in classifica è riconducibile alla categoria degli IGP: è questo un *unicum* italiano di difficile spiegazione e giustificazione all'estero.

Più in generale quando si parla di origine dei vini di qualità non si può non pensare alla foto scattata con un telefono cellulare grazie al quale è possibile ingrandire l'immagine aumentandone il focus sul dettaglio, e tanto più nitida sarà la foto, tanto più in dettaglio si riuscirà a visualizzare.

Guardare i territori di qualità oggi è esattamente questo, si ha uno zoom sui territori con l'interesse ad arrivare fino al dettaglio. Questo è ovviamente legato al concetto francese di "cru", sebbene questo concetto nella stessa Francia sia stato interpretato in modo differente a seconda delle zone e dei momenti storici. Il concetto di cru è stato infatti applicato con diverse intensità di precisione.

A Bordeaux, con la classificazione del 1855 prima per i vini del Médoc e cento anni dopo per la classificazione dei vini di Saint Emilion, si è posto l'accento sulla proprietà vitivinicola, legando il cru non alla specifica area di vigneto ma alla proprietà stessa (qualora la dimensione della proprietà dell'azienda classificata ad esempio a Grand Cru Classé cambi, cambia anche il numero di superficie a Grand Cru che è possibile imbottigliare). Non a caso fino al 1855 le aziende a Bordeaux tendevano a essere chiamate con i nomi dei proprietari del momento (Smith Haut Lafitte, Haut Brion, Kirwan etc) e solo dopo il 1855 sono rimaste per lo più cristallizzate nei nomi di allora per evitare di perdere la classificazione gerarchica di cru ottenuta in precedenza.

Tra l'altro, mentre la classificazione del 1855 non è rivedibile né modificabile (salvo l'eccezione del passaggio da Deuxième a Premier Grand Cru Classé di Mouton Rothschild), quella di Saint Emilion è stata creata sotto l'egida dell'I-NAO e prevede una revisione ogni dieci anni. Sono queste delle classificazioni bordolesi create del tutto sul mercato, ovvero sulla notorietà della marca e i prezzi che certi vini della zona riuscivano a spuntare sul mercato e non invece necessariamente sulle qualità di esposizione, suoli, vitigni, del terroir.

Quindi mentre nel bordolese il concetto di cru è legato al brand aziendale, alla proprietà aziendale nel suo insieme, in Champagne il concetto di cru è

invece legato al territorio, ai vigneti, con una classificazione in cui lo zoom sulle porzioni di territorio specifico arrivano molto più nel dettaglio che non la classificazione bordolese, ma non così nel dettaglio come in Borgogna. Infatti in Champagne la classificazione riguarda i comuni in senso geografico e amministrativo, con 17 di questi classificati a Grand Cru e altri 44 a Premier Cru secondo “la scala dei cru” redatta dal CIVC. Se quindi la base della classificazione è prettamente geografica e territoriale, il motivo ispiratore è anche qui di ragione economica, ovvero una classificazione per dare ordine al commercio delle uve con una chiara scala valoriale per capire quanto deve essere pagata l'uva tra il produttore e la maison che acquista, basandosi sul prezzo dell'uva decisa di anno in anno dal CIVC (le uve provenienti da vigneti a Grand Cru sono pagati il 100% del prezzo stabilito annualmente, i Premier Cru dal 99 al 90% a seconda del singolo comune ecc.). Quindi in Champagne la creazione dei cru risponde a esigenze qualitative ed economiche.

Il concetto di cru come è più comunemente inteso viene invece sublimato nelle disposizioni regolamentari della Borgogna dove lo zoom sul territorio arriva sino alla singola parcella di vigneto di pochi metri quadrati. Qui l'ispirazione è prettamente qualitativa, con una selezione delle migliori parcelle per i Grand Cru e una frammentazione dovuta alla storia, dove i passaggi tra nobili e monaci hanno fatto sì che vi fosse una frammentazione tale da poter selezionare nel dettaglio. Ciò è ancor più vero se si guarda la differenza tra la Cote de Nuits e la Cote de Beaune: in Cote de Nuits, storicamente a valenza più agricola e “contadina”, la parcellizzazione è maggiore ed è anche maggiore la presenza di Grand Cru, mentre in Cote de Beaune storicamente (e tutt'oggi) sede dei principali *négociants*, l'accento era dato sulla denominazione generica o al massimo al Villages, per poter meglio commercializzare i vini senza troppi lacci o laccioli ed ecco che oggi troviamo molti meno Grand Cru in questa parte della Cote d'Or. Oggi le diverse denominazioni di Borgogna valgono circa il 25% del totale delle AOC francesi avendo appena il 6% di vigneto nazionale, a indice dell'incredibile frammentazione presente che ne accresce quest'aurea di fascino e attrazione per i consumatori e collezionisti mondiali.

Il concetto di cru come valorizzazione dell'origine e quindi della qualità del prodotto si è vista anche in Alsazia dove la storia ci mostra come inizialmente l'AOC Alsace si volesse distinguere, in puro stile tedesco, solo sulla base dei vitigni: esisteva una sola denominazione per tutta la zona viticola e dovevano essere poi i singoli vitigni riportati in etichetta a fare la differenza, ma si capì presto che ciò non era sufficiente e che per poter dare maggiore riconoscibilità e valore aggiunto ai vini della zona era necessario portare i con-

sumatori più nel dettaglio del territorio della denominazione e individuare, con lo zoom, dei vigneti di maggior qualità da legare a certe produzioni. Ecco che dal 1975 ci fu l'introduzione della denominazione Alsace Grand Cru che può essere utilizzata esclusivamente per vini prodotti nelle 52 zone definite (di dimensione differente, da 3 a 80 ettari di estensione). Ancora una volta la ricerca del dettaglio, della definizione territoriale più specifica come elemento di qualità e valore aggiunto per il mercato.

Questa tendenza alla ricerca del dettaglio, alla ricerca del particolare territoriale di origine, è attuale oggi più che mai in diverse zone d'Europa.

In Germania il sistema di classificazione dei vini di qualità creato nel 1971 non segue un principio territoriale ma essenzialmente di maturazione delle uve (le diverse concentrazioni di zucchero nelle uve in vendemmia permettono di utilizzare in etichetta i diversi livelli del Prädikatswein) seguendo un principio teorico tipico dei Paesi settentrionali con problemi di clima freddo secondo cui le zone più qualitative sono quelle dove le uve maturano di più, tralasciando ogni aspetto qualitativo legato alle pratiche di viticoltura e lasciando la classificazione completamente slegata dall'origine specifica parcellare. Ecco invece la consapevolezza che per dare un valore aggiunto a questi vini sia necessario ricondurli a determinate aree specifiche di vigneto ha fatto sì che a livello privato l'associazione VDP, che raccoglie i principali 200 produttori di vino tedesco, abbia creato una propria classificazione dei vigneti di ispirazione borgognotta dove sono individuate e classificate le parcelle migliori come una sorta di Grand Cru (Grosse Lage è la menzione in etichetta) e Premier Cru (Erste Lage è la menzione in etichetta).

In Spagna, rilevante paese produttore mondiale di vino che ha un problema strutturale con l'immagine percepita dei propri vini dal momento che l'export è in forte crescita ma ha fondato la propria forza di penetrazione sui mercati su una concorrenza tutta di bassi prezzi (il prezzo export medio di vini spagnolo è di 1,10 euro/L), si sta facendo sempre più campo la consapevolezza che per dare un valore aggiunto alla propria produzione, per aumentarne l'appel commercial e quindi anche il prezzo di commercializzazione almeno delle zone più rinomate, è necessario rafforzare il legame con l'origine geografica attraverso lo zoom sul territorio della denominazione.

Ecco che nelle principali denominazioni spagnole, come ad esempio in Rioja, dove storicamente la classificazione qualitativa all'interno della denominazione era prettamente di matrice enologica (secondo gli invecchiamenti: Rioja Joven, Crianza, Reserva, Gran Reserva), si è fatta strada la volontà da parte dei produttori di individuare aree qualitative più piccole e delimitate che possano rafforzare il legame del vino con la propria origine.

Il concetto di *single vineyards* è stato quindi approvato in Rioja, in Ribera del Duero e in Priorat dove sono state individuate 12 aree della denominazione come di maggior qualità potenziale da poter riportare in etichetta accanto alla denominazione stessa del Priorat.

Sempre in Spagna, nella zona di produzione del Cava, metodo classico spagnolo dalle alterne fortune sui mercati in quanto schiacciato da una parte dalla competizione tra l'eccellenza qualitativa dello Champagne con cui condivide lo stile produttivo ma non la reputazione e i prezzi medi di vendita, e dall'altra dal Prosecco con cui condivide un rapporto qualità-prezzo vantaggioso ma non tanto quanto quello del prodotto italiano che su questo è avvantaggiato, la riflessione su come cercare di dare valore aggiunto al prodotto è in atto da diversi anni. Anche in questo caso la risposta si è trovata nel rafforzare il legame con l'origine, rafforzare il senso di unicità che si ha dalla produzione di vino in alcune zone determinate e riconosciute come diverse – e in questo caso migliori – rispetto al resto della denominazione consci che un miglioramento dell'immagine di una parte “alta” della denominazione possa portare poi vantaggi a tutta la denominazione. Ecco quindi l'individuazione di 12 zone all'interno della denominazione Cava identificate per caratteristiche di suolo, clima ed esposizione come fossero “grand cru”, con la dicitura in etichetta dei vini prodotti da queste zone “Cavas de Paraje Calificado”.

Questa consapevolezza, ormai generalizzata, che attraversa l'Europa vitivinicola spinge nel senso di un rafforzamento del legame di origine territoriale specifica della bottiglia di vino agli occhi del consumatore; creare un concetto di “eccellenza”, di “nicchia”, di “unicità”, uno zoom come una foto sul cellulare di cui si vuole guardare uno specifico dettaglio, che ha la riprova opposta nella stessa Francia: nel momento in cui si abusa del concetto di cru slegandolo dall'idea di unicità ed eccellenza, il concetto perde di senso e di appeal. È il caso, a Bordeaux, della menzione “cru bourgeois” che è stata elargita con generosità a un vastissimo numero di aziende di zone, storie, qualità diverse, facendone perdere il senso ed il valore agli occhi del consumatore e non portando alcun vantaggio al prodotto.

In Italia, nelle poche occasioni in cui si è cercato di guardare ai territori di una denominazione con lo zoom, avvicinando sempre di più il consumatore alla singola parcella di vigna, si è fatta la fortuna della denominazione. È semplice ricordare i casi di Barolo e Barbaresco con le menzioni geografiche aggiuntive, in cui la suggestione di un Barolo Vigna Rionda ha un appeal diverso – e quindi prezzi a cui il consumatore è disposto ad acquistare quel vino – diversi da un Barolo generico o da un'altra menzione meno nota, o la

suggerzione di un Barbaresco Rabajà rispetto a un Barbaresco generico o un Barbaresco Nervi.

Se il Piemonte è un esempio classico e piuttosto semplice dell'importanza della specificità territoriale (impropriamente chiamata zonazione), si pensi allora a ciò che è successo in Sicilia con la suggerzione creata nell'Etna dall'utilizzo in etichetta dei nomi delle Contrade, che con le proprie differenze di esposizione e altitudine hanno creato una vera e propria fascinazione per i consumatori diventando un volano indispensabile per l'incredibile successo dei vini di questa denominazione.

Concludendo, in un mondo vitivinicolo sempre più complesso e competitivo, dove è sempre più facile produrre buoni e ottimi vini in diverse aree del mondo, per l'Italia si ritiene uno strumento indispensabile, almeno per denominazioni già affermate a livello mondiale, andare nel senso della valorizzazione territoriale dell'origine anche più nel dettaglio di quanto una DOC o DOCG genericamente intesa possa fare. Questo può essere uno strumento di marketing molto rilevante per appassionare ancora di più i professionisti e i consumatori di mercati già maturi, mentre sarà irrilevante, ma di certo non di danneggiamento, per mercati emergenti dove è ancora necessario creare delle basi più generali di conoscenza della denominazione nel suo insieme.

Sono processi che richiedono tempo e che possono, all'interno di una denominazione, scontentare qualcuno, ma giova ricordare, come già accennato precedentemente per il caso della DO Cava, che un processo di ulteriore valorizzazione di alcuni vini/territori all'interno della denominazione porta un vantaggio a cascata per tutta la denominazione in termini di immagine e prezzi.

Se oggi in Borgogna si vendono bene e a prezzi importanti i Bourgogne AOC generici o gli Hautes-Cotes de Beaune o i Fixin AOC o i Marsannay AOC è perché esistono gli Chambertin Grand Cru AOC o i Clos de la Roche Grand Cru AOC a innalzare l'immagine dell'intera regione vitivinicola, e non viceversa.

In Borgogna sono infatti i 550 ettari classificati a Grand Cru che hanno fatto e stanno facendo la fortuna degli altri 27.450 ettari della denominazione.

Considerazioni finali

Nell'ambito della produzione agroalimentare il vino è quello che ha subito nei tempi una profonda evoluzione della sua classificazione concettuale del significato in rapporto ai motivi del suo impiego.

Infatti quale alimento comune a tutti i popoli del bacino del Mediterraneo divenne nello stesso tempo simbolo dei vari aspetti della loro vita al di là delle sue caratteristiche qualitative.

Mano a mano che con il progresso sociale si attenuò fino a scomparire tale posizione acquistarono consistenza i suoi aspetti qualitativi e di conseguenza gli elementi che lo caratterizzavano quale alimento.

Si può dire, quanto sopra premesso, che tale processo può essere identificato, almeno per il nostro Paese, con l'inizio del XVIII secolo in occasione di due avvenimenti che ne promossero lo sviluppo.

Il primo è rappresentato dai due Bandi emanati in Toscana nell'anno 1716 i quali fissarono sia la delimitazione territoriale che la prima normativa produttiva e commerciale per quei vini che, evidentemente causa la loro notorietà del momento, ne rendevano opportuna la tutela sotto i vari aspetti. Si può dire che così furono gettate le basi degli attuali disciplinari di produzione.

Il secondo, di più ampio significato, è costituito dalla fondazione sempre in Toscana nell'anno 1753 dell'Accademia dei Georgofili allo scopo di «far continue e agevolate esperienze e osservazioni per condurre a perfezione l'Arte tanto giovevole della Toscana coltivazione», alla quale fu conferito carattere di istituzione pubblica (prima nel mondo) da parte del Governo granducale.

Intorno a tale istituto si raccolsero i principali studiosi delle materie riguardanti il territorio e i suoi elementi caratterizzanti nonché i principali agricol-

* SCOMAT, Società Cooperativa

tori toscani la cui attività produttiva era rappresentata in via principale dalla viticoltura.

La sede nella quale questa relazione viene presentata rende superfluo entrare nei dettagli di quanto ricordato, basta considerare quanto influi sullo sviluppo concettuale della materia al nostro esame l'attività di ricerca e sperimentazione condotta sui fattori che caratterizzano l'ambiente e le discipline legate alla viticoltura e alla enologia.

È in questa fase, perdurante fino alla prima metà del XX secolo, che il legame che creava il rapporto consequenziale fra le condizioni ambientali proprie del territorio e le caratteristiche del prodotto identificò il vino "tipico", termine con il quale vennero chiamati quei prodotti per i quali vennero successivamente identificate le denominazioni di origine e quindi il concetto di origine come definito dall'OIV e successivamente dall'Accordo di Lisbona nelle seguenti dizioni:

OIV Boll. 196 del giugno 1947:

(riprodotto in sintesi per la parte di nostro interesse)

Un vino o un'acquavite non può portare una denominazione di origine al di fuori di quelli la cui rinomanza deve risultare dai caratteri qualitativi determinati dai seguenti fattori:

– fattori naturali dei quali il ruolo è preponderante: il clima, la natura del suolo, oppure i vitigni, l'esposizione. Questi fattori permettono di definire un'area di produzione che deve essere determinata.

– Fattori dovuti all'intervento dell'uomo, il cui ruolo è più o meno importante, metodi di coltivazione, di vinificazione (*omissis*)

Accordo di Lisbona 31 ottobre 1958:

si intende per denominazione di origine la denominazione geografica di un paese, di una regione o di una località destinata a designare un prodotto che ne è originario e la cui qualità o i caratteri sono dovuti esclusivamente o essenzialmente al territorio geografico, comprendente i fattori naturali e i fattori umani. (*omissis*)

Il paese di origine è quello dal cui nome o nel quale è situata la regione o la località il nome della quale costituisce la denominazione di origine che ha donato al prodotto la sua notorietà.

Queste definizioni, delle quali appare chiara la similitudine concettuale e soprattutto la prevalenza del principio di origine, contraddistinguono

i prodotti la cui denominazione si identifica nel territorio di produzione in contrapposizione con il significato del termine provenienza.

A questa fase che possiamo considerare pre-istitutiva della legislazione attuale ha fatto seguito quella introdotta con la firma del Trattato di Roma avvenuta il 25 marzo 1957, nel cui testo all'art. 38 sono fissati i principi normativi che riguardano l'agricoltura e il commercio dei prodotti agricoli, rispetto al quale il 27 giugno 1968 con Reg. 802 venne confermato il significato del concetto di origine.

Non ritengo materia della presente analisi soffermarmi sulla disciplina comunitaria che nel corso della seconda metà del secolo scorso ha dettato le norme relative al settore vinicolo, se non per accennare al fatto che dal 1992 con reg. 2081 la disciplina dell'origine venne estesa a tutto il settore agroalimentare e quindi anche il settore vinicolo venne di conseguenza a essere incluso nella normativa applicativa generale.

L'unico aspetto che ritengo opportuno porre in evidenza è quello dell'inserimento del regime IGT (ex vino tipico) nella classificazione dei vini da tavola, operando peraltro una chiara contraddizione con i principi istitutivi della definizione precedentemente indicata e recepita nel rapporto fra territorio e prodotto.

Con il Reg. 479 ha avuto inizio la nuova (e speriamo definitiva) fase con la quale resta fissato il concetto di origine quale realizzato in Europa dalle descrizioni sopra riportate ed esteso ormai sotto varie forme di intese e accordi all'intero settore vitivinicolo legato a un territorio di produzione.

Giustamente i redattori del Reg. 479 hanno tenuto presente, correggendola, la contraddizione con la quale si era precedentemente collocata l'indicazione geografica nella categoria dei vini comuni (detti da tavola) frutto di una concezione non ancora percepita in modo razionale e forse soggetta alla influenza di interessi estranei a quelli dei viticoltori.

Il prof. Ciuffoletti e il dott. Conticelli ci hanno fornito una esauriente illustrazione sul significato che il concetto di origine ha rappresentato nella identificazione e nella valorizzazione del vino in relazione al suo legame con il territorio e alla sua tradizione, principio che è stato interpretato nei vari Paesi (soprattutto la Francia) in virtù delle particolari condizioni della rispettiva viticoltura.

A testimonianza di quanto la collocazione della indicazione geografica nella categoria dei vini d.o., sia pure con una sua specifica identificazione e disciplina operativa, sia importante e consequenziale alla conferma del concetto sopra esposto desidero riportare una frase contenuta nella premessa del Reg. 479 e quindi parte integrante dello stesso: «il concetto di vino di qualità

nella Comunità si fonda tra l'altro sulle specifiche caratteristiche attribuibili all'origine geografica del vino. I consumatori possono individuare tali vini grazie alle denominazioni di origine protette e alle indicazioni geografiche protette, benché l'attuale sistema non sia completamente a punto sotto questo profilo».

Tale frase esprime la visione razionale del problema dimostrata dal commissario Marianne Fischer Boel e fissa un punto importante per l'evoluzione della disciplina comunitaria del settore, mentre termina con una riserva sul recepimento di certo aspetti di cui evidentemente il settore non ha ancora compreso l'importanza soprattutto per quanto concerne il valore della tradizione vitivinicola europea nei confronti di quella in via di sviluppo negli altri continenti di fronte all'evoluzione della domanda del mercato.

Al riguardo desidero avanzare la mia perplessità per la decisione del Parlamento italiano di negare la facoltà di consentire la costituzione di unità geografiche più piccole rispetto al territorio della indicazione geografica in quanto, negando tale facoltà, si impedisce una corretta adozione del termine comunitario così come era stato proposto dalla Regione Toscana.

La mancanza di tale facoltà determina inoltre in modo evidente, soprattutto per i piccoli produttori, grave ostacolo (dimostrato dai fatti che non possono essere ignorati), nella equa determinazione del prezzo alla produzione e al loro ingresso sul mercato al consumo.

D'altronde a titolo personale esprimo la mia perplessità sulla legittimità di tale decisione quando il regolamento comunitario 1308/13 all'art. 20 prevede a favore degli Stati membri la facoltà di introdurre disposizioni legislative per porre in essere procedure di certificazione, approvazione e controllo atte a garantire la veridicità delle informazioni; non mi sembra che in tale modo il legislatore comunitario abbia voluto concedere agli Stati membri una facoltà discriminatoria e quindi innovativa penalizzando i viticoltori rispetto al diritto loro attribuito nell'ambito comunitario.

In ordine ai miei sopra riportati rilievi mi conforta la riflessione con la quale si chiude il periodo sopra riportato che ritengo rispecchi il pensiero della signora Fischer Boel, relativamente all'esistenza di ritardo nella messa a punto sui principi e sulla loro applicazione che l'evoluzione del settore richiede.

RIASSUNTO

Il termine origine costituisce la identificazione dei prodotti contraddistinti da un riferimento geografico.

La sua istituzione rappresenta il completamento del processo evolutivo dei vini caratterizzati da tale distinzione, processo che si è sviluppato nei tempi secondo tre fasi: *provenienza* indicativa del territorio della loro produzione, *tipicità* descrittiva delle caratteristiche che il prodotto di tale provenienza presenta, *origine* con la quale si identificano le condizioni ambientali comuni al territorio in questione e che influiscono in maniera preponderante nella formazione delle caratteristiche del prodotto.

Il significato di tali termini dimostra in maniera indiscutibile la loro reciproca estraneità sotto il punto di vista funzionale, mentre per quanto riguarda il principio di origine, proprio per la sua natura, può aversi una differenza applicativa relativa alle condizioni ambientali senza che la stessa possa influire sul suo significato.

Tale orientamento applicativo può considerarsi adottato dalla normativa francese relativa alla categoria dei crus e da quella tedesca dei vini di qualità.

Quella italiana che ricerca una analoga soluzione con l'introduzione delle sottozone per le doc costituisce una palese contraddizione negando la stessa per le igt adottando un criterio innovativo e non applicativo del regolamento comunitario.

ABSTRACT

The term "origin" refers to the identification of products distinguished by a geographical reference.

Its establishment represents the completion of the evolutionary process of wines characterised by this distinction, a process that has developed over time in three stages: *origin* indicating the territory of their production; *typicality* describing the characteristics of the product with this origin; *origin* used to identify the environmental conditions common to the territory in question and which have a predominant influence on the formation of the product's characteristics.

The meaning of these terms clearly demonstrates that they are functionally separate from each other, whereas the principle of origin, precisely because of its nature, can be applied differently in relation to environmental conditions without affecting its meaning.

This applicative trend can be considered adopted by French legislation in relation to the category of crus and by German legislation on quality wines.

Italian legislation, which seeks a similar solution with the introduction of the sub-zones for DOC wines, is clearly contradictory, denying it for IGT wines and adopting an innovative criterion which does not comply with EU regulations.