

Fattibilità di una disciplina regionale
IGT (Indicazione Geografica Tipica) dei
vini lombardi

Rapporto finale

Giugno 2012

Pubblicazione non in vendita

Nessuna riproduzione, traduzione o adattamento può essere pubblicata senza citarne la fonte

Éupolis Lombardia

Istituto superiore per la ricerca, la statistica e la formazione

via Taramelli 12/F - Milano

www.eupolislombardia.it

Contatti: info@eupolislombardia.it

Fattibilità di una disciplina regionale IGT (Indicazione Geografica Tipica) dei vini lombardi

Rapporto finale

Codice: 2011C004

La ricerca (codice 2011C004) è stata affidata a Éupolis Lombardia dall'VIII Commissione Agricoltura, Parchi e Risorse idriche del Consiglio regionale

Dirigente responsabile
Alberto Ceriani

Project leader
Marina Merlini

Gruppo di lavoro tecnico

Francesca Santambrogio, Dirigente (Ufficio di assistenza all'VIII Commissione Agricoltura, Parchi e Risorse idriche del Consiglio regionale; *Alberto Ceriani* e *Marina Merlini* (Struttura Implementazione delle politiche, Èupolis Lombardia).

Gruppo di ricerca

Dott. *Avv. Vito Rubino*, Ricercatore di Diritto dell'Unione europea, Università degli Studi del Piemonte Orientale. Dipartimento di Giurisprudenza, Scienze Politiche, Economiche e Sociali; Dott. *Maria Chiara Cattaneo*, Assegnista di ricerca presso l'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano e collaboratrice dell'Istituto.

Il testo è l'esito dell'elaborazione del Gruppo di ricerca e del Project leader; in particolare: i Capitoli 1 e 2 della Parte 1 sono a cura di M. Merlini; il Cap. 3 è il frutto del lavoro congiunto di M. C. Cattaneo e Marina Merlini; i Cap. 1-3 della Parte 2 sono a cura di V. Rubino; la Parte 3 e le Conclusioni sono state redatte da M. Merlini.

Si ringraziano i Responsabili dei Consorzi lombardi che hanno collaborato alla fase di indagine sulle iniziative di valorizzazione dei vini IGT lombardi e la Direzione generale Agricoltura, U.O. Competitività delle imprese e delle filiere agroalimentari. Struttura Organizzazioni Comuni di mercato e distretti agricoli, che ha messo a disposizione alcune delle informazioni trattate nel Cap. 2, Parte 1).

I vini lombardi di qualità costituiscono un emblema della produzione agricola regionale, per autorevolezza dei marchi e posizionamento enologico, sia a livello nazionale sia internazionale. Al loro interno un ruolo importante è svolto, oltre che dalle denominazioni “alte” (DOCG e DOC), dai vini IGT (Indicazione Geografica Tipica), alle cui esigenze di tutela e valorizzazione è stata rivolta la domanda di conoscenza posta dall’VIII Commissione del Consiglio regionale.

La promozione della qualità dei prodotti legata all’origine geografica costituisce un mezzo essenziale per contribuire allo sviluppo rurale e territoriale in chiave di sostenibilità delle produzioni tipiche e tradizionali. Per i vini essa si estrinseca nel ricorso alla denominazione IGT, che costituisce un primo livello della scala della qualità e a cui corrispondono un primo, ma impegnativo investimento per le aziende produttrici e un indice di credibilità per i consumatori, con un apposito dispositivo di protezione giuridica del prodotto-vino. In questo quadro, anche per le IGT l’azione pubblica può facilitare e supportare alcuni fattori di sviluppo locale e le loro condizioni di individuazione - in particolare tramite un intervento di tipo regolativo nella filiera di gestione - oltre che contribuire alla preservazione e valorizzazione delle risorse locali, ambientali e culturali capaci di generare e mantenere il legame unico e identificante tra il prodotto e il suo territorio di produzione.

Le politiche pubbliche possono muoversi sia sul piano della regolamentazione giuridico-normativa, sia della regolazione di mercato, in coerenza con determinazioni di livello sovra-nazionale e sovra-locale (*in primis* UE e nazionale). Pertanto, ai fini della comprensione degli spazi di un intervento a livello regionale per le IGT, sono state individuate: le *caratteristiche delle produzioni vitivinicole IGT lombarde* nel quadro delle produzioni vitivinicole regionali di qualità (DOCG e DOC), con riferimento al loro sviluppo attuale (modello vitivinicolo ed enologico) e al loro potenziale (superfici in produzione, rivendicazioni per denominazione per provincia e per singole IGT), al fine di costruire una fotografia delle produzioni in Lombardia sufficiente a enumerare gli *elementi del rafforzamento delle componenti di identità del prodotto vino a IGT*, in relazione al territorio di origine e alle risorse specifiche locali, nel contesto del sistema agro-alimentare regionale. A questi elementi di sfondo, è stata affiancata un’indagine qualitativa condotta presso i Responsabili dei Consorzi ed Enti di tutela vini lombardi e AS.CO.VI.LO. (Associazione dei Consorzi dei Vini Lombardi), per raccogliere esigenze, criticità e domande presenti nell’agenda degli Operatori economici di settore, sia sul piano della tutela sia della promozione dei vini IGT lombardi. Infine, ma non ultimo, è stato acquisito un *parere giuridico*, relativo alla normazione vigente e/o potenzialmente accedibile alle competenze regionali, per il sostegno e valorizzazione del prodotto vino IGT, nel quadro di riferimenti in cui l’attuale dispositivo delle IGT si colloca: la normativa OCM e il transito a IGP (Indicazione Geografica Protetta) dei vini a indicazione geografica (IGT).

In conclusione, la *combinazione di strumenti e azioni* attinenti la dimensione economica in rapporto alla tutela/valorizzazione delle I.G. - inseriti nella cornice di una qualità della regolazione che può essere garantita da interventi nella dimensione giuridico-normativa e amministrativa - può consentire l’utilizzo di un’ampia gamma di leve per le IGT vino lombarde, nella prospettiva di una cooperazione tra Operatori economici e istituzionali, entro un quadro saldo di riferimenti e responsabilità esercitabili ai diversi livelli (Consiglio, Giunta, Enti locali, ecc.).

PAROLE CHIAVE: Vini - Lombardia; Indicazioni geografiche - Vini; Qualità dei prodotti alimentari - Vini.

Introduzione	
<i>Igt Vino: un'occasione per promuovere e rinsaldare i legami tra attori locali, territori e produzione agroalimentare di qualità in Lombardia</i>	9
PARTE 1. Le dimensioni della produzione di vino IGT	11
Capitolo 1	
<i>Le variabili delle IGT</i>	13
1.1 IGT come sottoinsieme dell'IG (Indicazione Geografica)	13
1.2 L'identità del prodotto a IG	17
1.2.1 Il circolo virtuoso della qualità per il prodotto a Indicazione Geografica: una metodologia per lo sviluppo	17
1.3 IGT (Indicazione Geografica Tipica) verso IGP (Indicazione Geografica Protetta)	19
1.4. Le IGT lombarde	22
1.4.1 Elenco dei vini a denominazione	23
Capitolo 2	
<i>Struttura e mercato dei vini IGT</i>	26
2.1 Variabili strutturali	26
2.1.2 Le fonti e le risorse per un approfondimento sul tema IGT vino	37
2.1.3 Le IGT negli Albi Vigneti regionali: 2010	41
Capitolo 3	
<i>Le opinioni di Operatori e Responsabili dei Consorzi sui temi dell'IGT vino</i>	48
3.1 Un'indagine per focalizzare la questione IGT vino in Lombardia	48
3.1.2 Domande	51
3.1.3 Risposte	51
3.4 Mappa delle questioni salienti per le IGT vino lombarde	56
PARTE 2. Expertise giuridica	64
Capitolo 1	
<i>Tutela della denominazioni geografiche dei vini e legislazione europea di riferimento</i>	66
1.1 I quesiti	66
1.2 La riforma dell'O.C.M. VINO e la progressiva convergenza dei sistemi di protezione e valorizzazione della qualità agroalimentare nell'Unione europea	67
1.3 Ragioni della riforma dell'O.C.M. vino ed aspetti più rilevanti	69
1.4 Valutazioni circa il grado di uniformazione della disciplina e sugli effetti che questa può produrre in ambito nazionale	80
Capitolo 2	
<i>Valutazioni con riferimento al settore vitivinicolo e a recenti normative della regione Lombardia</i>	86
Capitolo 3	
<i>Opzioni e potenzialità</i>	90
PARTE 3. Conclusioni	92

1.1 Questioni aperte	94
1.2 Misure di sostegno del vino e delle produzioni di qualità	96
1.3 Esigenza di una strategia europea per le IGT vino	97
1.4 I marchi territoriali	97
1.1 Una mappa delle direzioni di lavoro	103
1.2 I passi successivi	106
Glossario	109

Igt Vino: un'occasione per promuovere e rinsaldare i legami tra attori locali, territori e produzione agroalimentare di qualità in Lombardia

La questione posta dalla domanda di ricerca dell'VIII Commissione del Consiglio regionale è rappresentabile come una questione di confine tra esigenze di tutela e valorizzazione delle denominazioni geografiche dei vini (IGT), in quanto prodotto tipico e di qualità. Come tale, essa ha sollecitato un intervento rivolto alla centratura di tale domanda rispetto alle esigenze molteplici di sostegno delle IGT lombarde, in grado di fornire elementi di orientamento e documentazione per una decisione politica informata.

Potenzialmente, tale decisione da un lato riguarda sia il livello della funzione di regolazione sul versante politico-amministrativo - in quanto competenza della funzione legislativa - sia l'impulso ad azioni e politiche di valorizzazione dei prodotti agroalimentari di livello sovra-locale, sul versante economico e comunitario.

All'interno di queste due sponde, la certificazione con i marchi DOP, IGP e IGT per i vini rappresenta lo strumento primario di posizionamento nel mercato interno e internazionale, ma non esaurisce la gamma dei componenti di una strategia proattiva di supporto e valorizzazione, capace di incidere sia a livello produttivo, territoriale e delle culture dell'alimentazione.

All'interno del programma di ricerca, il ricorso a un intervento normativo di Regione Lombardia, finalizzato a un'istituzionalizzazione della denominazione geografica con riferimento ai vini, non è stato assunto come un obiettivo operativo, ma come un esito possibile e non esclusivo, fondato sulla riformulazione della domanda di ricerca su basi adeguate alla complessità del tema, sui due versanti prima indicati. Per il primo, si è trattato di costruire "lo sfondo" di un possibile intervento normativo e, per il secondo, di tracciare una fotografia attendibile della questione IGT vino in Lombardia, per cui mancano analisi specifiche, risentendo del confine riduttivo tra IGT e vino da tavola, cioè di una contiguità con il livello più basso della "piramide della qualità" (IGT, DOC e DOCG). Le produzioni vitivinicole IGT oggi non sono studiate distintamente dal resto delle DO (Denominazioni di origine) e il loro appartenere alla famiglia dei prodotti che hanno una relazione privilegiata con i luoghi, i paesaggi umani, le risorse locali e il territorio, non ha corrisposto alla raccolta sistematica di dati di base: diversamente che per le DOC e le DOCG, esse non dispongono di serie di dati omogenei e di un dettaglio territoriale a livello regionale, provinciale e per IGT.

I vini IGT costituiscono un "di cui" nelle elaborazioni statistiche, una quota di produzione "in transito" verso le DOC nella cosiddetta piramide della qualità e la lettura delle loro caratteristiche produttive e territoriali caratterizzanti è sempre "in relazione a" qualche altra variabile. Fortunatamente, tale assunto non è più statico, ma in una positiva evoluzione rispetto alla disponibilità di strumenti e fonti, all'interno dei quali dal 2011 la regionalizzazione della "Dichiarazione unica per le produzioni vitivinicole", permetterà una lettura georeferenziata e delle relazioni nel sistema delle DO sia a livello territoriale, sia d'impresa (p. es. nel caso dell'Oltrepò). Comprendere il potenziale e il dinamismo a livello regionale delle IGT, oltre che il nesso con le tendenze rispetto al quadro nazionale (Capitolo 1), al fine di costruire politiche di supporto e valorizzazione, significa "metterle a fuoco" e lo studio che presentiamo

identifica una loro prima foto di gruppo con un profilo riconoscibile rispetto all'insieme delle DO.

In questo contesto, il programma di studio e ricerca si è ri-articolato rispetto a quello originario (rif. Relazione sullo stato avanzamento lavori del 30 marzo 2012), a seguito del confronto e delle comunicazioni intercorse con il Servizio Commissioni e si è riposizionato su *due direttrici di lavoro*, distinte in fase di analisi ma complementari nella successiva rielaborazione degli esiti, delle conclusioni e sviluppi:

1.1 Acquisizione di un *parere giuridico* relativo alla normazione vigente e/o potenzialmente accedibile alle competenze regionali, per il sostegno e valorizzazione del prodotto vino IGT, nel quadro di riferimenti in cui l'attuale dispositivo delle IGT si colloca: la normativa OCM e il transito a IGP (Indicazione Geografica Protetta) dei vini a indicazione geografica (IGT): nella Parte 2;

1.2 Raccolta di elementi di analisi *delle caratteristiche delle produzioni vitivinicole IGT lombarde*, anche in rapporto al potenziale (superfici in produzione, rivendicazioni per denominazione per provincia e per IGT) in grado di costruire un panorama di partenza per successivi approfondimenti e valutazioni: nel Cap. 2, parte 1;

2.1 *Raccolta di opinioni* presso alcuni testimoni e *stake-holder* in grado di restituire un punto di vista più ampio del singolo produttore, in quanto impegnati nell'insieme delle azioni di valorizzazione della qualità, testimoniato dai Responsabili tecnici dei Consorzi e dal Direttore di AS.CO.VI.LO. (Associazione dei Consorzi dei Vini Lombardi), in modo di sostanziare e articolare le esigenze e le componenti - ancorché su un piano qualitativo e di tendenza - di un possibile intervento normativo regionale per le IGT lombarde: nel Cap. 3, Parte 1;

2.2 Identificazione degli *elementi del rafforzamento delle componenti d'identità del prodotto vino a IGT*, in relazione con il territorio, le risorse specifiche locali, ecc. nel quadro del sistema agro-alimentare lombardo: vedi al Cap. 1, parte 3.

Nel Rapporto è stata descritta sinteticamente la matrice dei ruoli tra settore privato e pubblico nella tutela e valorizzazione dei vini a indicazione geografica, in relazione alle funzioni e attività dei Consorzi e tra legislatore e operatori economici, il quadro determinato dall'OCM (Organizzazione Comune di Mercato), il contesto normativo e gli spazi delle politiche agricole comunitarie (Parte 2), da un lato, del regime delle indicazioni geografiche e dello statuto del prodotto tipico, nel suo rapporto con il territorio e le risorse locali che lo identificano, dall'altro (Cap. 1, Parte 1). Il Rapporto comprende quindi i materiali di un ragionamento sintetico ma articolato nei suoi esiti possibili, espressione di una prima ricognizione, propedeutica a fornire una *consulenza tecnica* alla Commissione, che potrà giovare di essa anche tramite l'interlocuzione di Esperti. Essa potrà consentire l'argomentazione dialogica del parere giuridico e la disamina delle opzioni da esso individuate alla luce degli orientamenti consiliari emergenti, contestualmente all'approfondimento della dimensione economica a proposito della tutela/valorizzazione delle Indicazioni geografiche - vino.

Questi due aspetti in sinergia - in particolare nel caso delle IGT lombarde - possono giocare un ruolo essenziale nell'individuazione di un percorso possibile di valorizzazione (posto tra le dimensioni della qualificazione e della remunerazione dell'indicazione geografica), fondato su una cooperazione efficace tra Operatori economici e istituzionali, a cui il presente Rapporto offre una selezione di informazioni di base e di contesto per l'azione.

PARTE 1. Le dimensioni della produzione di vino IGT

LE VARIABILI DELLE IGT

1.1 IGT come sottoinsieme dell'IG (Indicazione Geografica)

L'indicazione geografica è un denominatore di origine: inteso come provenienza, produzione e relazione biunivoca tra un dato territorio e le caratteristiche di un prodotto o famiglie di prodotti e, in questo senso, l'IG nel declinare il rapporto tra prodotto e origine, assume significati e afferisce a discipline differenti quando sia intesa in ambito giuridico o economico-sociale.

Nel primo ambito, le definizioni normative non consentono di operare un'equivalenza tra *determinazione dell'origine territoriale, tipicità/tradizionalità e qualità*, come invece nel senso e nel linguaggio comune si tende a fare. Le prime tre nozioni sono e restano distinte e, di fatto e di diritto, sono generati, dall'Indicazione geografica, regimi di protezione diversi; nel secondo ambito di significazione si ammettono invece parentele e vicinanze che l'indicazione geografica valorizza come complessità antropologica e culturale, sottraendosi a classificazioni rigide¹.

Di un'intrinseca ampiezza e pluralità di significati, usi e conseguenze operative sono testimone anche la raccolta di definizioni normativo/tecniche attribuite dagli Organismi internazionali² all'IG vino (cfr. Tabella n. 1), sulla base delle quali si fonda anche la denominazione italiana di Indicazione Geografica Tipica (IGT).

Infatti, l'IG può essere utilizzato per marcare l'identificazione dell'origine di un prodotto e il suo legame con delle caratteristiche particolari e una reputazione legata alla sua origine geografica e territoriale; una volta riconosciuto giuridicamente, esso può rivendicare una DO (Denominazione d'Origine), o un'IG (Indicazione geografica) o un'IGP (Indicazione Geografica Protetta), ecc. secondo categorie e procedure differenti e definizioni e per selettività dei criteri di certificazione dati dai diversi Paesi, Unioni, nei rispettivi regimi normativi e di mercato³.

Non vi è un automatismo tra attribuzione di IG e adozione di un regime giuridico di protezione, p. es. l'ADPIC=TRIPS ("Accordo sugli aspetti dei diritti di proprietà

¹ Ne è un esempio l'espressione "*Produit du terroir*" o prodotto tipico, di origine, ecc. le cui qualità durevoli sono essenzialmente attribuibili alla sua origine geografica, in quanto risultato di condizioni climatiche uniche, oltre che di caratteristiche del suolo, della varietà di razze, specie animali e vegetali autoctone e saperi locali, di pratiche originarie storicamente e culturalmente, così come dalle conoscenze tradizionali impiegate nei processi di produzione e trasformazione di certi prodotti. Il rapporto tra questi elementi vien denominato "*terroir*" e conferisce al prodotto delle caratteristiche specifiche, che permettono di differenziarlo in rapporto ad altri prodotti della stessa categoria (*vin du terroir*): trad. dall'omonima voce del Glossario, p. 192 in: "*Territoires, produits et acteurs locaux: des liens de qualité : guide pour promouvoir la qualité liée à l'origine et de indications géographiques durables*" = *Linking the people, places and products. A guide for promoting quality linked to geographical origin and sustainable geographical indications*", Roma, FAO, 2007. Sul tema si veda anche: "*I terroir*" di E. Vaudour. Edagricole, Bologna, 2007.

² Utilizziamo la sinossi elaborata dall' OIV. *Organisation Internationale de la Vigne e du Vin. Organisation Intergouvernementale* "... qui se substitue à l'Office international de la Vigne et du Vin a été créée par l'Accord du 3 avril 2001. L'OIV y est défini en tant qu'organisme intergouvernemental à caractère scientifique et technique de compétence reconnue dans le domaine de la vigne, du vin, des boissons à base de vin, des raisins de table, des raisins secs et des autres produits issus de la vigne." Sito web: www.oiv.int.

³ Si veda per un orientamento generale: "*Approcci alternativi per la regolazione e la tutela dei nomi geografici: reputazione collettive e interesse pubblico*" di Belletti, G., Marescotti, A. in: "*AgriRegioniEuropa*", anno 4, n. 15, dicembre 2008, in cui viene sviluppato il tema dell'inserimento delle IG nell'Accordo TRIPS (The Agreement on Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights) in ambito WTO (Marrakesch, 1994).

intellettuale che riguardano il commercio”, nell’ambito del WTO=OMC, Organizzazione Mondiale del Commercio) non fornisce alcun sistema giuridico di protezione per le IG, ma i Paesi aderenti possono adottarne uno. Se un Paese Membro dell’OMC ha stabilito un processo di registrazione ufficiale per riconoscere le IG nell’ambito del proprio territorio - è questo il caso dei disciplinari per le IGT in Italia - allora è possibile far riferimento al quel vino come un prodotto registrato e certificato come IGP. In questa situazione possono altresì coesistere IG non protette e marchi collettivi⁴.

Tabella n. 1- Definizioni di Indicazione geografica (IG) per il vino

ORGANISMO	BASE LEGALE	INDICAZIONE GEOGRAFICA	DENOMINAZIONE DI ORIGINE
OIV (Organisation International de la Vigne et du Vin)	Risoluzione di Madrid OIV/ECO 2/92	Indicazione Geografica Riconosciuta (IG) È il nome del paese, della regione o del luogo utilizzato nella designazione di un prodotto originario di quel paese, regione, luogo o area definita a tal fine sotto questo nome e riconosciuto dalle autorità competenti del paese interessato. Per quanto concerne i vini, il riconoscimento di questo nome - è sottomesso a una qualità e/o a una caratteristica del prodotto attribuita alla zona geografica comprendente i fattori naturali o umani - ed è subordinato alla raccolta dell'uva nel paese, regione, luogo o area definita. Per quanto concerne le bevande spiritose di origine vitivinicola, il riconoscimento di questo nome - è sottomesso a una qualità e/o una caratteristica che il prodotto abbia acquisito durante una delle fasi decisive della sua produzione - ed è subordinata alla realizzazione di tale fase decisiva nel paese, regione, luogo o area definita.	Denominazione di Origine Riconosciuta (DO) È il nome del paese, della regione o del luogo utilizzato nella designazione di un prodotto originario di quel paese, regione, luogo o area definita a tal fine sotto questo nome e riconosciuto dalle autorità competenti del paese interessato. Per quanto concerne i vini e le bevande spiritose di origine vitivinicola, la denominazione di origine riconosciuta: - designa un prodotto la cui qualità o le cui caratteristiche sono dovute esclusivamente o essenzialmente alla zona geografica, comprendente i fattori naturali e umani. - ed è subordinata alla raccolta o all'elaborazione nel paese, regione, luogo o area definita.

⁴ Traduzione della voce “*Indication géographique (IG)*” del Glossario cit., p. 188.

ORGANISMO	BASE LEGALE	INDICAZIONE GEOGRAFICA	DENOMINAZIONE DI ORIGINE
OMC (Organizzazione Mondiale del Commercio) = WTO	Accordo ADPIC Articolo 22.1	Indicazione Geografica Indicazioni geografiche che servono a identificare un prodotto come originario del territorio di uno dei paesi membri, o di una regione o località di tale territorio, nel caso in cui una qualità, reputazione o altra caratteristica determinata del prodotto, possa essere attribuita essenzialmente a questa origine geografica.	
OMPI (Organisation Mondiale de la propriété intellectuelle)	Accordo di Lisbona Articolo 2.1		Denominazione di Origine La denominazione geografica di un paese, regione o località che serve a designare un prodotto che ne è originario e le cui qualità o carattere siano dovuti esclusivamente o essenzialmente alla zona geografica, comprendente i fattori naturali e i fattori umani.
UE Europea)	Unione (EC) 479/2008 Articolo 1.(a)	No 34 Indicazione Geografica Un'indicazione che rimandi a una regione, luogo determinato o, in casi eccezionali, a un paese, che serva a designare un prodotto incluso all'articolo 33, paragrafo 1: i) che possiede una qualità, reputazione o altre caratteristiche particolari attribuibili a questa origine geografica; ii) prodotto a partire da uve di cui almeno l'85% proviene esclusivamente dalla zona geografica considerata; iii) la cui produzione è limitata alla zona geografica designata; iv) ottenuto a partire da varietà di vite della specie <i>Vitis vinifera</i> o elaborato da un incrocio tra la citata specie e altre specie del genere <i>Vitis</i> .	Denominazione di Origine Il nome di una regione, luogo determinato o, in casi eccezionali, di un paese, che serva a designare un prodotto incluso all'articolo 33, paragrafo 1: i) la cui qualità e caratteristiche siano dovute esclusivamente o esclusivamente a una zona geografica particolare e ai fattori naturali e umani a questa inerenti; ii) elaborato a partire da uve provenienti esclusivamente dalla zona geografica considerata; iii) la cui produzione è limitata alla zona geografica designata; iv) ottenuto esclusivamente a partire da varietà della specie <i>Vitis vinifera</i>
	(EC) 510/2006 Articolo 2 1.(a)	No Indicazione Geografica Il nome di una regione, luogo determinato o, in casi eccezionali, di un paese, che serva a designare un prodotto agricolo o una derrata alimentare:	Denominazione di Origine Il nome di una regione, luogo determinato o, in casi eccezionali, di un paese, che serva a designare un prodotto agricolo o una derrata alimentare:

ORGANISMO	BASE LEGALE	INDICAZIONE GEOGRAFICA	DENOMINAZIONE DI ORIGINE
		- originario di tale regione, luogo determinato o paese e - di cui una qualità, reputazione o altre caratteristiche possano essere attribuite a questa origine geografica e - di cui la produzione e/o trasformazione e/o elaborazione hanno luogo nell'area geografica delimitata.	- originario di tale regione, luogo determinato o paese e - la cui qualità o le cui caratteristiche sono dovute esclusivamente o essenzialmente alla zona geografica, comprendente i fattori naturali e umani e - di cui la produzione, trasformazione ed elaborazione hanno luogo nell'area geografica delimitata.
	(EC) 110/2008 Articolo 15	No Indicazione Geografica Un'indicazione che identifica una bevanda spiritosa come originaria del territorio di un paese, di una regione o di una località sita su tale territorio, quando una qualità, reputazione o altra caratteristica specifica della bevanda spiritosa può essere attribuita essenzialmente a tale origine geografica.	

Al fine di restituire gli elementi essenziali della questione “Indicazione geografica” in relazione ai termini specifici con cui si pone per i vini IGT in Lombardia, risultano utili le conclusioni del progetto europeo di ricerca SINER-GI,⁵ i cui esiti e proposte di un modello di riferimento e di metodologie operative di realizzazione di progetti di IG, sono confluite nel manuale FAO “*Linking the people*” (2007) cit., dedicato all’assunzione dell’IG come processo economico-sociale partecipato e sostenibile, fondato sulla costituzione di un ciclo virtuoso della qualità legata all’origine. Il manuale FAO propone una struttura concettuale dell’IG che ci sembra utile a configurare gli aspetti di analisi e proposta, secondo una struttura concettuale dell’IG di cui ci avvaliamo per ordinare in un quadro chiaro la problematica vino IGT in Lombardia, oltre che le proposte e i suggerimenti che sono emersi nell’indagine condotta presso i Responsabili dei

⁵ Nell’area UE il progetto “*SINER-GI Strengthening International Research on Geographical Indications. From research foundation to consistent policy*” costituisce un importante punto di riferimento. SINER-GI è un progetto di ricerca finanziato dall’Unione Europea (priorità 8.1 Ricerca sulle politiche) , basato su una notevole casistica di studio, svoltosi tra il maggio 2005 e il luglio 2008. Eccone una breve descrizione: “... The objective is to build and share a coherent scientific basis world-wide, regarding economic, legal, institutional and socio-cultural conditions of success of GIs in order to support their legitimacy in the framework of the WTO negotiations. It is done in an explicit international approach and will allow an enhanced knowledge and a better awareness among practitioners, policymakers and academics on the effects of geographical indications for agricultural products. SINER-GI intends to highlight the central role that GI products can play in: the viability of farms and food processing enterprises, the fight against poverty in marginal areas, the preservation of biodiversity and traditional knowledge systems as well as in fairness of trade issues”. Sempre sulle caratteristiche dell’IG nei paesi in via di sviluppo, si veda anche: “*The economics of geographical indications: towards a conceptual frame work for Geographical Indication research in developing countries*” di C. Bramley, E. Biénabie e J. Kirsten in: “*The economics of intellectual property*”, p. 109-124 e, ivi: “*Comments on the economics of geographical indications: ...*” [by] J. Wilkinson, p. 142-145; [by] R. Herrmann, p.146-149 in: “*The economics of intellectual property : Suggestions for further research in developing countries and Countries with Economies in Transition world*”. Geneva, WIPO, 2009.

Consorzi (cfr. Cap. 3, Parte 1) al fine di identificare le componenti di una strategia di valorizzazione che sia in grado di utilizzare tutte le leve a disposizione e in cui l'ottenimento di una protezione giuridica sia considerata solo una tappa, pur essenziale, all'interno di un ciclo virtuoso di qualità legato allo sviluppo territoriale e di comunità.

1.2 L'identità del prodotto a IG

Occorre tornare alle componenti dell'identità del prodotto IG che, anche se espressione di territori differenti, riflettono l'*associazione unica* tra le risorse naturali (clima, suolo, specie locali e varietà vegetali, manufatti e tecniche tradizionali, ecc.) e culturali (tradizioni, capacità, mestieri e competenze spesso trasmesse di generazione in generazione) di un determinato territorio, identificando così dei legami unici tra tale territorio, il prodotto, gli attori locali e l'ambiente.

Ma l'identità dell'IG è anche l'esito di una costruzione sociale ed economica più ampia: infatti sono gli scambi e le capacità dei differenti attori nella zona di produzione (agricoltori, trasformatori, consumatori locali, istanze pubbliche, organizzazioni non governative, ecc.) e i loro rapporti con altri attori esterni al territorio (consumatori "altri", commercianti, ecc.), che costruiscono nel tempo l'identità del prodotto e del suo sistema di produzione, che sono quindi essi stessi *valori relazionali*.

Nel modello Siner-GI & FAO, l'identità del prodotto a Indicazione Geografica è espressione di una relazione originaria e unica tra prodotto e risorse locali (persone, culture, ambienti, ecc.) *insieme a* un sistema di gestione della stessa, creato attraverso lo sviluppo di un'organizzazione adattata alle particolarità locali e capace di generare una strategia nel complesso della filiera economico-produttiva, comprendente la trasformazione e commercializzazione del prodotto IG, in chiave di sostenibilità e riproducibilità (durevolezza) delle risorse e dei fattori produttivi.

1.2.1 Il circolo virtuoso della qualità per il prodotto a Indicazione Geografica: una metodologia per lo sviluppo⁶

La messa in opera di un marchio IG alla scala locale presuppone dunque differenti attività e condizioni. Il circolo virtuoso della qualità legato all'origine può essere utilizzato come una metodologia atta a sostenere gli attori locali nella gestione delle attività del sistema IG e a ottimizzare tale potenziale in materia di sviluppo durevole e sostenibile (economico, sociale e territoriale).

Il cerchio di qualità proprio dei prodotti tradizionali si compone di *quattro grandi tappe*:

- Identificazione delle risorse locali;
- Qualificazione del prodotto IG (definizione di regole);
- Remunerazione (gestione del sistema IG);
- Riproduzione delle risorse locali al fine di rinforzare la durevolezza e sostenibilità del sistema agroalimentare;
- Politiche pubbliche.

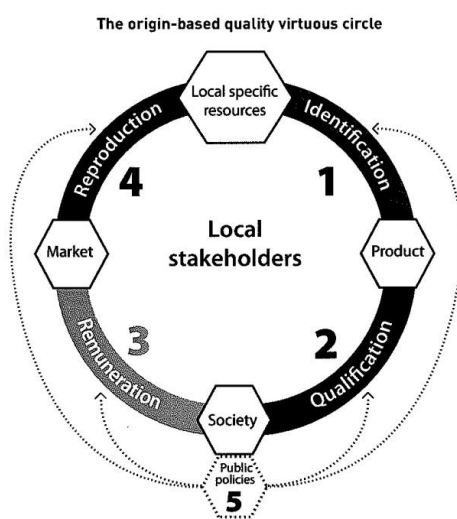
L'ancoraggio dei prodotti di origine al loro territorio di produzione permette di stabilire un circolo virtuoso di qualità legato all'origine: la sua valorizzazione può

⁶ Sintesi tradotta da "Linking the people" (2007), p. XIX-XXI, cit.

generare degli effetti positivi in termini economici, sociali e ambientali. Inoltre, questi effetti possono essere rinforzati nel corso del tempo con la riproduzione duratura delle risorse locali utilizzate.

Il ciclo corrisponde a un processo di creazione di valore e di preservazione attiva delle risorse locali, scandito in quattro tappe, a partire dalla presa di coscienza del potenziale del prodotto da parte degli attori locali e della loro decisione di lanciare un progetto collettivo. La valorizzazione economica s'innesca con il riconoscimento del prodotto da parte dei consumatori e dei mercati coinvolti; essa può essere rinforzata dal riconoscimento ufficiale e dalla protezione giuridica dell'IG. La durata di questo sistema di produzione e promozione di prodotto dipenderà a sua volta dalla remunerazione riconosciuta dal mercato e della riproduzione duratura delle risorse locali coinvolte.

Figura n. 1. Il cerchio virtuoso della qualità legata all'origine (FAO, 2007)



All'interno di questo ciclo virtuoso, gli attori della sfera pubblica possono giocare un ruolo importante in tutto il suo sviluppo (*start-up* e manutenzione), fornendo un quadro istituzionale adeguato e favorendo effetti positivi dei prodotti di origine sullo sviluppo agricolo. Le quattro tappe del ciclo si possono circostanziare secondo questo dettaglio:

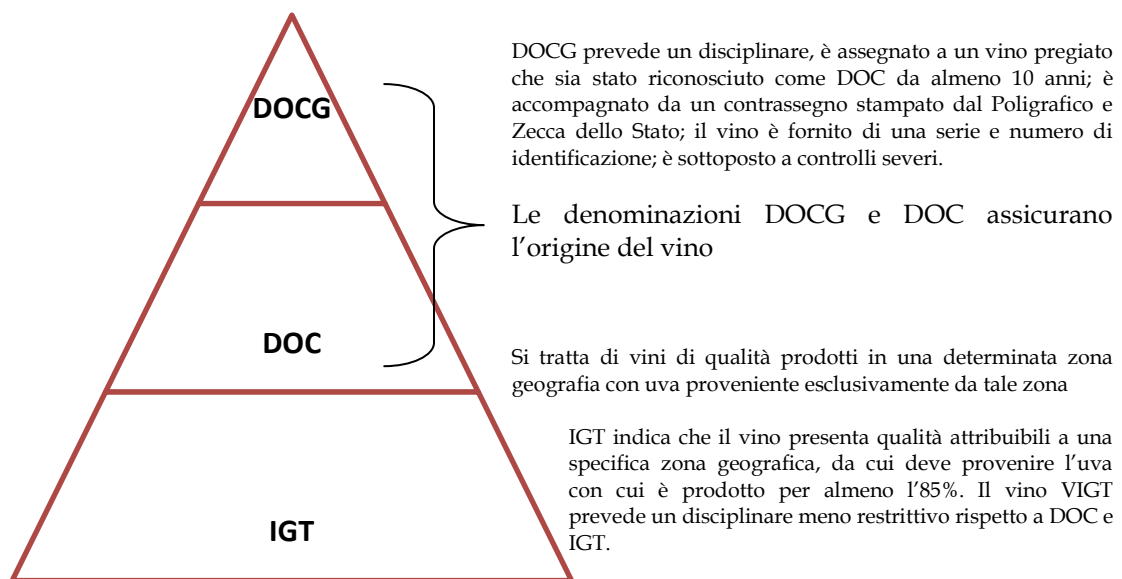
- *Identificazione*: presa di coscienza e valutazione del potenziale del prodotto a scala locale;
- *Qualificazione del prodotto*: pubblicizzazione e adozione di regole che presidiano la qualità della produzione, la creazione di valore e la conservazione / riproduzione delle risorse locali;
- *Remunerazione* del prodotto all'interno della sua commercializzazione e gestione del sistema locale;
- *Riproduzione delle risorse locali* territoriali a rinforzo della tenuta e durata del sistema;
- *Azione delle politiche pubbliche*, che possono fornire alle produzioni IG il quadro istituzionale e regolamentare, oltre che un'eventuale assistenza nei passaggi delle diverse tappe del ciclo.

Il quadro logico fornito dal ciclo della qualità ci sembra capace di ordinare anche l'analisi delle problematiche del vino IGT in Lombardia, sia perché le quattro dimensioni sono presenti nella ricostruzione delle variabili in gioco nel caso lombardo (vedi Cap. 1.3, Parte 1), sia nell'analisi delle esigenze, problematiche e proposte rappresentate da alcuni autorevoli *stake-holder*, i rappresentanti dei consorzi di tutela, le cui opinioni sono state raccolte in un'indagine qualitativa (Cap. 3, Parte 1), oltre che nel quadro di riferimenti concernenti la regolazione e al ruolo svolto e/o assumibile dalle normative e dalle politiche pubbliche (ivi).

1.3 IGT (Indicazione Geografica Tipica) verso IGP (Indicazione Geografica Protetta)

I vini con etichetta IGT (Indicazione Geografica Tipica) costituiscono un insieme con proprietà definite all'interno della classificazione stabilita dalla Legge 164/1992 "Nuova disciplina delle denominazioni d'origine dei vini", che prevedeva - secondo un ordine crescente di componenti e caratteristiche - tre tipologie di vini:

- DOCG: vini a Denominazione d'Origine Controllata e Garantita
- DOC: vini a Denominazione d'Origine Controllata;
- IGT: vini da tavola con indicazione geografica (Indicazione Geografia Tipica).



L'appartenenza dei vini DOC e DOCG alla classe dei VQPRD (Vino di Qualità Prodotto in Regione Determinata) comportava delle differenze rispetto alle IGT, soprattutto per i contenuti richiesti nei disciplinari e per le caratteristiche dei controlli, con le necessarie analisi fisico-chimiche ed organolettiche. *La nuova normativa europea in materia di classificazione ed etichettatura dei prodotti vitivinicoli (Reg. Ce 479/2008, denominata Nuova OCM Vino)⁷ ha abolito le sigle sopra indicate, introdotto modifiche al sistema di classificazione e sostituito l'impianto previsto dalla citata legge 164/1992. Nel frattempo, le precedenti denominazioni, tra cui anche IGT, potranno continuare a essere utilizzate sulle etichette. A tutt'oggi e ad alcuni anni di distanza dall'entrata in vigore del*

⁷ Recepito in Italia con il Decreto Legislativo 61 del 8 aprile 2010 in vigore dal 11 maggio 2010 e il Reg. Ce 555/2008.

nuovo sistema, assistiamo ancora a una permanenza delle denominazioni preesistenti, con effetti di perdita di orientamento da parte dei consumatori e plausibili effetti di confusione sulla percezione di qualità dei prodotti. Inoltre, nella cosiddetta “piramide della qualità” costruita nel sistema ante OCM, i vini presentavano qualità crescenti, prefigurando una mobilità verso l’alto, che si fonda l’attribuzione dell’appellativo su:

- la possibilità di coesistenza sullo stesso territorio (e per gli stessi vitigni) di più denominazioni (DOCG, DOC e IGT);
- l’attribuzione delle denominazioni a seconda delle “scelte vendemmiali e di cantina permesse ai produttori, cioè la possibilità di scegliere sia al momento della vendemmia che al momento della commercializzazione del prodotto in quale categoria iscrivere i propri vini, in modo da assicurare una coerenza tra qualità del prodotto e livello della denominazione.



La nuova normativa, tuttora in corso di attuazione, prevede l'introduzione dei marchi già in uso per gli alimenti: DOP (Denominazione di origine protetta) e IGP (Indicazione Geografia Protetta), innescando il transito delle precedenti denominazioni in questa sequenza:



In particolare il passaggio delle IGT a IGP prevede ulteriori obblighi e tale determinazione costituisce il campo di maggiore interesse nel processo

messo in moto dal Reg. (CE) 479/2008. I mutamenti di maggiore rilievo riguardano⁸:

- i contenuti dei disciplinari, relativamente alla descrizione delle caratteristiche analitiche e organolettiche;
- l’obbligo di vinificazione nell’area di produzione;
- la necessità di effettuare le attività di verifica del disciplinare nel rispetto dei meccanismi di controllo previsti per tutti gli altri prodotti DOP e IGP;
- la titolarità dei controlli che, in modo uniforme a quanto previsto per le denominazioni di origine dei prodotti agroalimentari, dovranno essere

⁸ A tali novità, si affiancano innovazioni strutturali, ossia: progressiva eliminazione delle misure di sostegno del mercato entro quattro anni, l’attivazione – in parallelo – di misure per il sostegno diretto della competitività attraverso programmi nazionali di sostegno al settore, da configurare nell’ambito di ogni Stato Membro, espianato definitivo dei vigneti fuori mercato e prolungamento del regime dei diritti di reimpianto. Sull’impatto della riforma si veda: Pomarici, E., Sardone R. “L’OCM Vino. La difficile transizione verso una strategia di comparto”. ISMEA, Roma, 2009.

effettuati non più e non solo dai Consorzi ed Enti di tutela dei vini⁹, ma da Enti terzi, ossia Autorità pubbliche e Organismi di certificazione.

Inoltre, i vini DOP e IGP confluiranno nell'elenco dei prodotti comunitari e le procedure di riconoscimento e/o modifica del disciplinare saranno gestite a livello comunitario dalla Commissione Agricoltura e non più dalla Commissione vini del MIPAAF. Le attuali IGT sono automaticamente protette dal nuovo regolamento e gli Stati membri hanno l'obbligo, entro il 2011, di presentare alla Commissione i fascicoli tecnici contenenti i disciplinari di produzione¹⁰. Complessivamente l'OCM tende a un innalzamento delle garanzie di qualità nei confronti del consumatore e si può dire che il complesso di variabili che su di essa inciderà, obbliga a tenere il suo processo di applicazione come uno "sfondo" rilevante anche per il tema IGT¹¹.

Sintetizzando, le indicazioni obbligatorie e facoltative che dovranno figurare sulle etichette dei vini DOP e IGP sono le seguenti:

Indicazioni obbligatorie e facoltative per i vini DOP e IGP

Indicazioni obbligatorie

1. Nome del prodotto seguito dall'espressione "Denominazione di origine protetta" o "Indicazione geografica protetta" o, in sostituzione, dalla menzione tradizionale DOC/DOCG/IGT;
2. Titolo alcolometrico volumico;
3. Origine e provenienza;
4. Riferimenti all'imbottigliatore (nome e/o marchio + indirizzo);
5. Tenore zuccherino (solo per gli spumanti);
6. Indicazione relativa alla presenza di allergeni;
7. Lotto;
8. Indicazione della quantità.

Indicazioni facoltative

1. Categoria merceologica (vino, vino spumante, ecc.);
2. Riferimenti (nome o marchio commerciale + indirizzo) ad altri operatori coinvolti nella filiera (es. produttore, distributore, ecc.);
3. Utilizzo di termini quali abbazia, castello, rocca, ecc. riferiti all'azienda agricola ma

⁹ Il mutamento di funzione e ruolo, rende tali Enti maggiormente protagonisti delle strategie e delle azioni di qualificazione e valorizzazione anche per le IGT.

¹⁰ I disciplinari, in continuo aggiornamento, sono disponibili sul sito del Ministero delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali (MIPAAF): www.politicheagricole.it

¹¹ Si vedano le considerazioni di E. Pomarici, R. Sardone: "L'attuazione dell'OCM vino: un primo bilancio di metà percorso" in: "AgriRegioniEuropa", anno 6, n. 21, giugno 2010: ... Sul fronte dei vini a denominazione e a indicazione geografica i problemi operativi principali sono emersi per l'adempimento degli obblighi di controllo per i vini IGP. Per i vini DOP è stato possibile dare seguito alle indicazioni del MIPAAF di affidare il controllo a un organismo terzo accreditato. Non è stato invece possibile individuare negli organismi terzi una capacità operativa sufficiente per i controlli anche dei vini IGP. Per la campagna 2009/10 questi sono stati affidati all'Ispettorato centrale per il controllo della qualità dei prodotti agroalimentari del MiPAAF che provvederà con proprio personale alla raccolta e verifica della documentazione e alle ispezioni in campo e cantina. Si tratta di una soluzione transitoria anche se il mondo della produzione auspicerebbe che diventasse definitiva" (reperito in: <http://www.agriregionieuropa.it>).

- solo se tutte le operazioni di trasformazione avvengono nell'area menzionata;
4. Logo comunitario relativo alla presenza di allergeni (in basso, a sn);
 5. Annata delle uve, solo se almeno l'85% delle uve proviene dalla stessa annata;
 6. Varietà delle uve, solo se rappresenta almeno l'85% delle varietà utilizzate;
 7. Tenore zuccherino (per i vini non spumanti);
 8. Indicazioni relative al metodo di invecchiamento e/o di elaborazione (es. superiore, novello, ecc.);
 9. Simboli comunitari della DOP/IGP (in basso, a ds);
 10. Riferimenti al metodo di produzione (fermentato in botte, ecc.);
 11. Indicazioni relative a unità geografiche più piccole della DOP/IGP, solo se almeno l'85% delle uve impiegate nella produzione del vino proviene da tali zone.



Si noti che nel processo di un riposizionamento delle IGT, si paventa anche una possibile concorrenza tra vini da tavola e IGT, nella misura in cui i primi potranno, in particolari condizioni, indicare il vitigno e l'annata. In questa direzione le politiche di valorizzazione delle indicazioni geografiche divengono essenziali, al fine della riconoscibilità delle qualità certificate delle IGP. Peraltro, si anticipa che nella rilevazione compiuta presso i Responsabili dei Consorzi (cfr. Cap. 3, Parte 1), tale timore non è stato confermato.

1.4. Le IGT lombarde

Al 31 dicembre 2010, nell'ambito della produzione vitivinicola di qualità, in Italia risultano 504 le denominazioni di origine, di cui 118 IGT, pari al 23% del complesso. Occorre tener presente che le denominazioni dei vini, se riclassificate secondo la nuova normativa in particolare con la riforma dell'OCM (che prevede l'estensione della protezione delle DOP e IGP anche ai vini a denominazione geografica), registrano in Italia nell'anno scorso 386 vini DOP e 118 IGP.

I confini e i requisiti IGT sono quindi porosi e orientati verso la disciplina IGP, così come le denominazioni DOCG e DOC transitano verso il regime DOP, anche in ragione dell'applicazione della normativa OCM.¹² La fotografia recente dei vini a denominazione lombardi risulta la seguente:¹³

¹² OCM è la sigla che definisce "Un'organizzazione comune di mercato, [che] è un insieme di misure che costituiscono un dispositivo che permette all'Unione europea di gestire il mercato di un determinato prodotto agricolo (produzione e scambi) ...": cfr. Glossario, in Appendice e la normativa D.L. 61/2011; vedi anche lo studio: "L'OCM vino. La difficile transizione verso una strategia di comparto" (2009), cit.

¹³ Aggiornato al 19.10.2011. Fonte: Mipaaf: www.politicheagricole.it; sempre sul sito del Ministero sono disponibili tutti i disciplinari di produzione delle DO, che costituiscono la "carta costituzionale" del vino di qualità e contengono un insieme di informazioni essenziali per la localizzazione e l'identificazione del rapporto con il territorio, codificandone alcuni indicatori e costanti che il processo di produzione trasformazione devono rispettare, senza alterazioni.

1.4.1 Elenco dei vini a denominazione

2011. Lombardia: di cui 27 D.O.P. – 15 I.G.P. – 15 IGT

Vini a Denominazione di origine controllata e garantita

- Franciacorta
- Oltrepò Pavese metodo classico
- Scanzo o Moscato di Scanzo
- Sforzato di Valtellina o Sfursat di Valtellina
- Valtellina Superiore, accompagnato o no dalle sottozone: Grumello o Inferno o Maroggia o Sassella o
- Valgella; consentita: la menzione Vigna

Vini a Denominazione di origine controllata

- Bonarda dell'Oltrepò Pavese
- Botticino
- Buttafuoco dell'Oltrepò Pavese o Buttafuoco
- Capriano del Colle, *consentito: l'uso della menzione vigna*
- Casteggio, *consentito: l'uso della menzione vigna*
- Cellatica
- Curtefranca
- Garda
- Garda Colli Mantovani
- Lambrusco Mantovano, *accompagnata o no dalle sottozone: Viadanese-Sabbionetano e*
- Oltre Po Mantovano
- Oltrepò Pavese
- Oltrepò Pavese Pinot grigio
- Pinot nero dell'Oltrepò Pavese
- Riviera del Garda Bresciano o Garda Bresciano
- San Colombano al Lambro o San Colombano
- Valcalepio
- Valtellina rosso o rosso di Valtellina
- Lugana, *consentito: l'uso della menzione Vigna.*
- San Martino della Battaglia
- Sangue di Giuda dell'Oltrepò Pavese o Sangue di Giuda
- Terre del Colleoni o Colleoni
- Valtenesi, *consentito: l'uso della menzione Vigna, consentito: l'uso di menzioni geografiche*

Vini ad Indicazione Geografica Tipica

- Alto Mincio
- Benaco Bresciano
- Bergamasca
- Collina del Milanese
- Montenetto di Brescia
- Provincia di Mantova

- Provincia di Pavia
- Quistello
- Ronchi di Brescia
- Ronchi Varesini
- Sabbioneta
- Sebino
- Terrazze Retiche di Sondrio
- Terre Lariane
- Valcamonica.

STRUTTURA E MERCATO DEI VINI IGT

Nel quadro di una crescente diffusione e rilevanza economica delle produzioni DOP e delle IGP sul mercato interno, che si accompagna a una loro crescente rilevanza rispetto allo sviluppo delle aree rurali, oltre che dei consumi e delle culture del cibo, la Lombardia nel 2010 si presenta come un'area dinamica, con incremento generale di operatori, strutture (+11,7%) e superficie agricola interessata dai marchi (+ 136,7%).

All'interno di tale contesto risulta di rilievo in Lombardia il comparto vitivinicolo, che prevede, a seguito del D.lvo 61/2010, l'utilizzo dei marchi DOP e IGP di qualità previsti per gli alimenti¹⁴.

Il ruolo dei vini IGT è leggibile in questo contesto più ampio, le cui linee portanti sono riscontrabili tenendo delle caratteristiche delle produzioni vitivinicole lombarde rispetto al quadro nazionale e in rapporto all'insieme delle DO vini (Denominazioni di origine), in cui sono comprese le DOC (vini a Denominazione d'Origine Controllata) e le DOCG (vini a Denominazione d'Origine Controllata e Garantita).

2.1 Variabili strutturali

Italia e Lombardia

Nel periodo 2009-2010 e rispetto ai dati raccolti per il 2009 dall'Osservatorio Ismea - Mipaaf¹⁵, il comparto dei vini DOC, DOCG e IGT in Italia mantiene una tendenza espansiva, rappresentata dall'incremento del numero di denominazioni (oltre 500), della produzione consistente in 14 milioni di ettolitri - pari a circa 1/3 della produzione totale di vino - oltre che per il numero di aziende interessate: circa 166 mila per le DOC - DOCG e più di 163 mila per le IGT, con un incremento complessivo del 5% rispetto l'anno precedente.

Tale tendenza è sostanzialmente confermata per il 2010 nel "Rapporto V.Q.P.R.D. d'Italia. Edizione 2011",¹⁶ che disaggrega la produzione a denominazione di origine¹⁷ come segue:

Produzione Vini a Denominazione d'Origine e produzione vinicola nazionale 2010

Rapporto produzione D.O./I.G.T. e tavola - ITALIA
Produzione nazionale d.o.c.g./d.o.c.: 27,95% sul tot. nazionale
Produzione nazionale vini a indicazione geografica e vini da tavola: 72,05%
sul complesso della Produzione nazionale 2010 vino hl. 46.736.555.

Occorre notare che l'incorporazione dei vini IGT con i vini da tavola opera una riduzione della loro effettiva collocazione alla base della scala della qualità e una

¹⁴ Istat. "I prodotti agroalimentari di qualità. DOP, IGP e STG. Anno 2010" (Collana Statistiche Report), 8 settembre 2011.

¹⁵ Osservatorio Ismea - Mipaaf sui prodotti a denominazione di origine, Vini DOC, DOCG e Igt. "Analisi della struttura e del mercato dei vini DOC, DOCG e Igt". Roma, ISMEA, 2011.

¹⁶ "V.Q.P.R.D. d'Italia. Edizione 2011". A cura di FEDERDOC. Roma, FederDOC, 2011. Elaborazione dati Camere di commercio e Strutture di controllo incaricate.

¹⁷ Fonte: ISTAT, cit.

parallela sottostima dell'investimento che le aziende operano, considerando la necessità di un orizzonte di medio periodo (superiore ai 5 anni)¹⁸.

I due elementi chiave di tale investimento sono:

- la costruzione del disciplinare,

nella misura in cui un'eccessiva specificazione di aspetti poco rilevanti può determinare aumento dei costi senza un incremento di valore in termini di qualità;

- il "capitale reputazionale del nome geografico utilizzato",¹⁹

ovvero l'attrattività del *brand* territoriale, dove si può cogliere una differenza d'impatto tra denominazioni "create" (p. es. Terre lariane), rispetto a denominazioni preesistenti che vengono rivalutate in occasione dell'IG (Terrazze Retiche) e nomi geografici (toponimi) adottati come IG (p. es. IGT Quistello, Sabbioneta, Sebino, ecc.).

In termini più vicini alla realtà, l'IGT costituisce l'esito di un percorso di ricerca di "credibilità" e "qualificazione" crescente del processo di produzione vitivinicola e, come tale, deve essere distinto dall'analisi delle produzioni del vino da tavola e varietale, al fine di leggerne correttamente le variabili caratterizzanti, ossia: *denunce, superfici in produzione, produzione di uva e vino*.

Per la Lombardia, all'interno della quota di produzione dei vini DO nel loro insieme, il trend di crescita dei vini a denominazione geografica è ben leggibile nel confronto tra gli anni 2009 e 2010 (Tabella n. 1.1 e 1.2) e nell'incremento della produzione del decennio 2000-2010 (Tabella n. 1.3):

¹⁸ Sulle componenti del progetto IGT si veda a esempio: Belletti, G., Marescotti, A., "Costi e benefici delle denominazioni geografiche (DOP e IGP)", in: "AgriRegioniEuropa", anno 3, n. 8, marzo 2007 e, in particolare le considerazioni conclusive: "... DOP e IGP possono dunque costituire un utile strumento di valorizzazione per i prodotti tipici e per i territori di origine, a condizione che vengano valutati attentamente e preventivamente i costi e i benefici del loro utilizzo ... La decisione da parte delle imprese di utilizzare una Denominazione geografica è il frutto di una complessa valutazione dei costi e dei benefici economici che da essa possono derivare. I fattori che entrano in gioco nel bilancio costi-benefici sono numerosi e spesso di complessa *valutazione* e quantificazione e sono strettamente legati sia alle caratteristiche sia delle singole imprese che del sistema produttivo nel suo complesso. In generale la scelta di utilizzare o meno la Denominazione rientra nella logica delle strategie delle singole imprese, e in particolare della tipologia di mercati serviti e delle richieste dei clienti intermedi e finali, ed è *dipendente* dalle dotazioni di risorse umane e fisiche dell'azienda. La maggior parte delle imprese che operano all'interno dei sistemi legati alle produzioni tipiche sono di piccola-media dimensione, e spesso orientate alla commercializzazione su canali locali per i quali la presenza di una DOP-IGP non riveste una particolare valenza informativa e/o di garanzia, in quanto altri meccanismi (fiducia, prossimità geografica e culturale) sono all'opera. Al contrario, per le imprese che operano su canali lunghi / moderni la presenza della Denominazione geografica appare uno strumento più promettente ed efficace. In prospettiva l'efficacia delle Denominazioni dipende da un lato dalla riduzione dei costi di utilizzo, dall'altro dall'aumento dei benefici ottenibili".

¹⁹ E' una definizione che abbiamo tratto dallo studio di E. Pomarici, R. Sardone (2010), cit. che riesce a rendere efficacemente il valore aggiunto dell'Indicazione geografica.

Dati sulla produzione in Lombardia

Tabella 1.1 Lombardia. Produzione Vini a Denominazione d'Origine in ettolitri

Regione	Ettolitri / 2009		Ettolitri / 2010		Tendenza
	produzione	% sul totale	produzione	% sul totale	
Lombardia	793.930	5,83	988.331	7,57	crescita

Fonte: V.Q.P.R.D. d'Italia. Edizione 2011.

Tabella 1.2. Lombardia. Produzione Vini a Denominazione d'Origine dal 2000 al 2010

Anno	Ettolitri prodotti
2000	756.427
2001	779.075
2002	678.088
2003	687.676
2004	758.848
2005	701.533
2006	741.167
2007	793.439
2008	667.127
2009	793.930
2010	988.331

Fonte: V.Q.P.R.D. d'Italia. Edizione 2011.

Ancora, il Rapporto V.Q.P.R.D. d'Italia cit. ci consegna le dimensioni assolute delle superfici e produzioni a denominazione (DO) in Regione Lombardia:

Tabella n. 1.3 Lombardia. Dati superfici e rispettive produzioni 2010

Regione	DENUNCE / RICEVUTE		PRODUZIONE UVA	Tendenza
Lombardia	n.° denunce	Superfici in h	Produzione in q.	
	5897	13.228,88	1.448.888	crescita

Fonte: V.Q.P.R.D. d'Italia. Edizione 2011.

Le IGT, costituiscono un sotto-insieme delle DO e hanno un peso ridotto, come si può vedere nei dati 2010:

Tabella 1.4 Caratteristiche strutturali delle aziende lombarde vitivinicole nel 2010 ²⁰

Coltivazione: VITE	Superficie (ha)	%	Aziende (n.°)	%	Superficie media aziendale (ha/azienda)
Uva per vini DOC e DOCG	21.694	94,8%	11.856	79,2%	1,83
Uva per vini IGT	985,3	4,3%	2.293	15,3%	0,43

²⁰ Tratto da: Tab. 14.12 - "Caratteristiche strutturali delle aziende lombarde con piante da frutto nel 2010". In: "Il sistema agro-alimentare della Lombardia: Rapporto 2011", p. 295. A cura di R. Pieri e R. Pretolani. FrancoAngeli, Milano, 2011.

Coltivazione: VITE	Superficie (ha)	%	Aziende (n.°)	%	Superficie media aziendale (ha/azienda)
Uva per vini da tavola	201,4	0,9%	830	5,5%	0,25
totale	22.880,7	100%	14.979	100%	0,84

Fonte: Elaborazione SMEA su dati Siarl.

Nel decennio 2000-2010 considerato, per le IGT si dispone di dati disaggregati per regione²¹ solo per il periodo 2000-2005, che ci consegnano - nel confronto con il 2010 (Tabella n. 1.4, 1.5 e 1.6) - una fotografia caratterizzata dall'aumento delle rivendicazioni e della produzione (hl rivendicati).

Tabella 1.4 Lombardia. I vini IGT - anni 2000-2005

Lombardia	2000	2005	Var. media annua 2005-2000 (%)	Italia
Denunce di produzione uve IGT per regione	1.690	2.196	5,4	3,8
Superficie equivalente uve IGT per regione in ettari	2.527	2.844	2,4	2,8
Quintali rivendicati uve IGT per regione	250.652	235.683	-1,2	2,9
Ettolitri rivendicati vini IGT per regione	180.140	171.206	-1,0	3,0

Fonte: ns. sintesi da: Unioncamere: "Rapporto sul settore vitivinicolo 2007".

Tabella 1.5 Produzione di vino per marchio di qualità nel 2010 (hl)²²

	DOC e DOCG	IGT	Vino a da tavola	Totale	IGT: variaz 2009-2010
Lombardia	809.004,00 60%	308.723,00 22,90%	231.378 17,2%	1.349.105 100%	5,3
Nord Italia	9.905.966,0 46,6%	7.304.170 34,4%	4.028.024 19,0%	21.238.160 100%	4,2
Italia	15743432 35,2%	13.953.194 31,2%	14.996.551 33,6%	44.693.177 100%	13,7
Lombardia / Italia (%)	5,1%	2,2%	1,5%	3,0%	

Fonte: Elaborazione ISMEA su dati ISTAT.

²¹ I dati sono tratti dal "Rapporto sul settore vitivinicolo 2007", realizzato su incarico di Unioncamere a cura dell'Istituto G. Tagliacarne e di Nomisma. Roma, Retecamere, 2007. In particolare sono state utilizzate le Tabelle n. 11, p. 104; n. 12, p. 105; n. 13, p. 106; n. 14, p. 106-107.

²² Tratto da: Tab. 14.20 - "Produzione di vino per marchio di qualità nel 2010 (hl)". In: "Il sistema agro-alimentare della Lombardia: Rapporto 2011", p. 95

Tabella 1.6 Superficie delle colture a vite in Lombardia (2009-2010), ha)²³

VITE	2010		Variazioni 2009-2010	
	totale	in prod.	totale	in prod.
LOMBARDIA - VITE	24.451	21.454	0,3	-1,1
Uva da tavola	0	0	-100	-100
Uva da vino	24.451	21.454	0,3	-1,1
ITALIA - VITE	778.376	735.690	- 2,7	- 4,5
Uva da tavola	68.232	65.583	- 1,7	- 3,2
Uva da vino	710.144	670.107	-2,8	- 4,6
LOMBARDIA / ITALIA	3,1	2,9		
Uva da vino	3,4	3,20		

N.b.: La produzione per autoconsumo non è rilevata. Fonte: Elaborazione ISMEA su dati ISTAT.

Per il quinquennio 2006-2010 non si dispone di dati certificati relativi alle IGT, ma il quadro sembra mantenersi nelle tendenze dianzi individuate anche per il 2011.

Ricordiamo che per la Lombardia la distribuzione delle denominazioni per tipologia (DOCG – DOC – IGT) nel 2010 è rispettivamente di: 5, 20 e 15 denominazioni. Tale risultato è l'esito di *un processo costante di crescita e articolazione produttiva, sia a livello dell'offerta sia della domanda*. Nel caso del segmento dei vini IGT, il citato Rapporto Ismea – Mipaaf 2011 rileva - accanto a un aumento delle aziende denuncianti (+ 3% circa) - un calo quasi della stessa entità delle superfici a coltura vitivinicola a denominazione, con una riduzione delle dimensioni medie aziendali, indicativa del frazionamento della loro struttura (superficie media di 0,9 ettari per i vigneti a produzioni IGT e di 1,3 ettari per le produzioni DOC-DOCG).

In un lavoro del 2010, i ricercatori del CI.RI.VE. (Centro Interdipartimentale Viticoltura Enologia dell'Università degli Studi di Milano) hanno identificato gli aspetti salienti dei *modelli viti-enologici lombardi* e può essere interessante assumerli al fine di collocare in modo adeguato al loro interno il "tema IGT":

- viticoltura policentrica con forte legame con i territori;
- piattaforma ampelografia²⁴ complessa e articolata con i territori;
- elevata presenza di vini "tecnologici";
- leadership in diversi ambiti del settore vitivinicolo;
- gamma di prodotti realizzati completa.²⁵

Al ruolo evidente del primo e del secondo aspetto in relazione alle IGT, si associano ulteriori elementi identificanti i modelli viti-enologici lombardi: se si confronta l'analisi delle caratteristiche della produzione vitivinicola di qualità in Lombardia nel "Rapporto Ismea" del 2008, si coglie la *permanenza* di alcuni caratteri peculiari della sua

²³ Tratto da: Tab. 14.13 - "Superficie delle colture arboree da frutto in Lombardia nel 2010 (ha)". In: "Il sistema agro-alimentare della Lombardia: Rapporto 2011", cit., p. 286.

²⁴ Studio e classificazione dei vitigni.

²⁵ "I modelli viti-enologici lombardi: punti di forza e di debolezza" di Lucio Brancadoro e Leonardo Valenti, presentazione al Seminario "Vite e vino in Lombardia. I valori da tutelare e le sfide da affrontare". Sant' Angelo Lodigiano, 3 dicembre 2010, in: <http://users.unimi.it/ciri-ve/seminario031210.html>.

produzione a denominazione²⁶ e la loro costanza sino all'oggi, portando a dire che tali caratteri debbano essere considerati come limiti e insieme potenzialità di sviluppo dell'attrattività della produzione vitivinicola regionale di qualità:

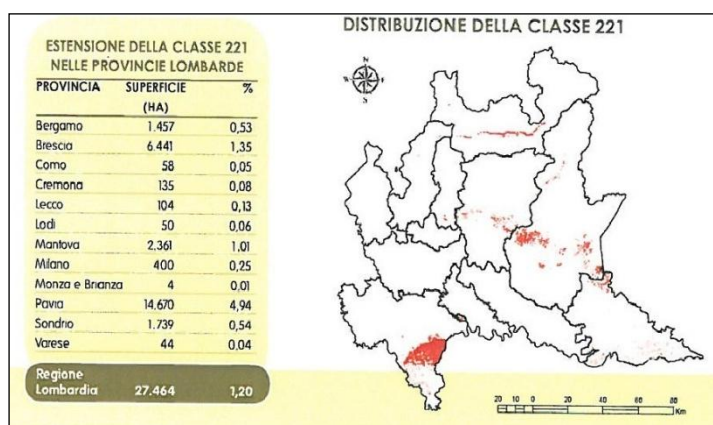
- un ruolo di rilievo acquisito nel panorama vitivinicolo nazionale di qualità;
- un'ottima e consolidata qualità dei vini lombardi a denominazione;
- l'esigenza di rafforzare componenti e infrastrutture di filiera produttiva nel rapporto tra qualità di prodotto e relazione con il territorio;
- un potenziale non del tutto espresso,

che si potrebbe definire contenuto nella relazione tra l'eccellenza di prodotto e le nicchie della qualità (ambientale e produttiva) della produzione viticola lombarda, per cui l'incidenza robusta quanti-qualitativa della sua produzione a denominazione: "... non basta a definire la Lombardia una regione di eccellenza e nella mappatura regionale della vitivinicoltura italiana (...) ricade nella realtà classificate "di nicchia". Tale risultato è dovuto al peso modesto che, unitamente alla incidenza dei prodotti di qualità, fa registrare il valore della produzione viticola sull'economia agricola regionale"²⁷.

Nell'ambito di un peso modesto a livello nazionale²⁸ (la Lombardia nel 2010 contribuisce alla produzione nazionale per il 2,9% e riguardo le DO per il 5,1%), il ruolo delle DO lombarde nella produzione regionale è invece primario: ben oltre il 60% del vino prodotto in Lombardia è classificato come DOC e DOCG.

Nel 2009 la produzione di IGT supera i 308 mila ettolitri, rappresentando il 23% della produzione regionale, con un aumento rispetto alla vendemmia del 2008 del 5,3%. Questi elementi confermano la valutazione espressa nel 2008 dal Rapporto Ismea, investendo anche l'analisi delle condizioni di opportunità / utilità e le prospettive di un intervento normativo regionale sulle IGP.

Figura. n. 1. "Distribuzione della classe 221" (Vigneti)



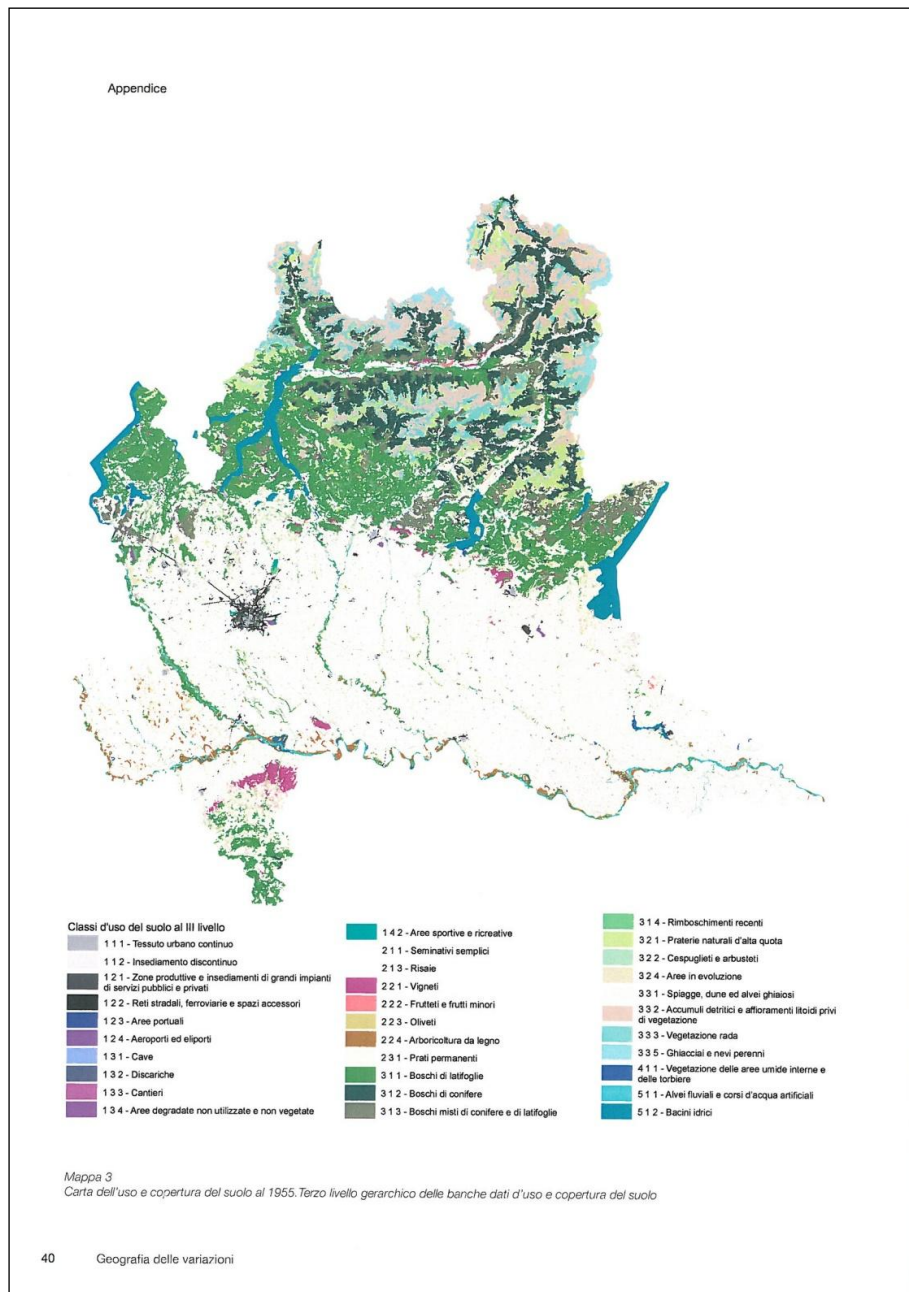
²⁶ Analoghi argomenti erano presenti nelle edizioni precedenti e in: "I vini DOC e DOCG. Una mappatura della vitivinicoltura regionale a denominazione di origine". Ismea, Roma, 2007, p. 45-48.

²⁷ Ismea, "Aspetti strutturali e di mercato nel comparto dei vini DOC-DOCG". Roma, Ismea, 2008, p. 33-38.

²⁸ "Le produzioni di qualità" di R. Pieri e R. Pretolani in: "Il sistema agro-alimentare della Lombardia: Rapporto 2011", cit., p. 294-300.

Un'immagine sintetica dell'estensione della coltura vigneti in Lombardia è restituita nelle Figure n. 1-2, disponibili nello studio "Uso del suolo in regione Lombardia. Atlante descrittivo".²⁹ Il carattere di "nicchia" ambientale e produttiva della viticoltura lombarda è infatti reso a colpo d'occhio dalla carta che segue, che evidenzia la presenza dei vigneti (color rosso vino, classe d'uso 2.2.1, Vigneti)³⁰.

Figura. n. 2. DUSAF (Monitoraggio dell'uso del suolo). Vigneti



Ulteriori elementi caratterizzanti la situazione lombarda appaiono:

²⁹ Tratta da: "Uso del suolo in Regione Lombardia. Atlante descrittivo". Milano, Ersaf, 2010, p. 22.

³⁰ Riproduzione da: Regione Lombardia, "L'uso del suolo della Lombardia negli ultimi 50 anni". Milano, Ersaf, 2011, p. 40.

- una tendenza complessiva alla *riduzione delle superfici coltivate* (SAU), pur con aumenti contenuti per alcune IGT e in alcune province³¹,

a cui corrispondono dati di elevata e crescente produttività, soprattutto per Oltrepò Pavese e la Franciacorta, associati un'intensità d'uso delle risorse ambientali e territoriali;

- una polarizzazione delle localizzazioni viticole e la concentrazione delle denominazioni,

che riguardano in modo particolare le DOC e le DOCG, esemplificate dalla concentrazione territoriale nell'Oltrepò Pavese (con il 79% della produzione DOC nel 2009) e, in questo caso, la coincidenza assoluta tra marchio e sistema territoriale d'impresa; a cui seguono per importanza le Terre di Franciacorta, in provincia di Brescia, con il 78% della produzione DOCG nel 2009.

Nel Cap. 2 seguente, si potrà verificare come questa tendenza (diminuizione SAU, aumento produzione) non sia linearmente trasferibile a tutte le IGT, ma differenziata per territorio e tra le IGT stesse, configurando situazioni molto diversificate al fine dell'individuazione di una strategia di valorizzazione e qualificazione di livello regionale. I dati della Tabella n. 1.7, aggregati per provincia, ci restituiscono questo tratto caratterizzante le produzioni vitivinicole lombarde.

Tabella n. 1.7 Vite: produzioni raccolte in Lombardia per provincia nel 2010 (tonnellate e % sul dato regionale per la stessa coltura)³²

	BG	BS	CO	CR	LC	LO	MB	MN	MI	PV	SO	VA	TOTALE
Uva													
da	5.402,0	48.274,7	103,5	441,0	346,5	254,2	16,0	20.313,8	2.105,5	104.057,1	6.503,6	116,9	187.935
vino													
%	2,87%	25,69%	0,06%	0,23%	0,18%	0,14%	0,01%	10,81%	1,12%	55,37%	3,46%	0,06%	100,00%

Fonte: ISMEA su dati ISTAT

Sembra utile recuperare la serie di dati provinciali distinti per IGT ma disponibile solo per il quinquennio 2000-2005, in quanto unico punto di confronto a oggi disponibile per l'analisi che verrà presentata nel cap. 2 seguente, elaborata a partire dagli Albi vigneti 2010 e organizzata per provincia e per IGT. L'articolazione³³ che emerge è la seguente:

³¹ Il fenomeno va inquadrato in una dinamica più ampia: si vedano le considerazioni di R. Pretolani, "L'agricoltura lombarda attraverso i dati dell'uso del suolo", p. 105-116, in: Regione Lombardia, "L'uso del suolo in Lombardia negli ultimi 50 anni", Milano, Ersaf, 2011.

³² Tratto da: Tab. 14.16 - "Produzioni raccolte delle colture arboree da frutta in Lombardia per provincia nel 2010 (tonnellate e in percentuale sul dato regionale per la stessa coltura)". In: "Il sistema agro-alimentare della Lombardia: Rapporto 2011", cit. p. 290.

³³ I dati sono tratti dal "Rapporto sul settore vitivinicolo 2007", cit. In particolare sono state utilizzate le Tavole n. A9, p. 177; A10, p. 180; A11, p. 183; A12, p. 186.

Tabella 1.7 Lombardia. I vini IGT per provincia - anni 2000-2005

Lombardia	2000	2005	Var. media annua 2005-2000 (%)	Lombardia
Denunce di produzione uve IGT per regione				5,4
Bergamo	48	145	24,7	
Brescia	130	110	-3,3	
Mantova	105	395	30,3	
Milano (include Lodi)	30	12	-16,7	
Pavia	1.060	1.234	3,1	
Sondrio	317	293	-1,6	
Varese	0	0	0	
Lombardia	1.690	2.196		
Superficie equivalente uve IGT per regione in ettari				2,4
Bergamo	124	81	-8,2	
Brescia	154	145	-1,3	
Mantova	328	422	5,2	
Milano (include Lodi)	61	18	-21,9	
Pavia	1.800	2.095	3,1	
Sondrio	59	77	5,2	
Varese	0	0	0	
Lombardia	2.527	2.844		
Quintali rivendicati uve IGT per regione				-1,2
Bergamo	5.098	5.751	2,4	
Brescia	7.100	7.408	0,9	
Mantova	43.289	57.866	6,0	
Milano (include Lodi)	4.982	1.764	18,8	
Pavia	185.000	157.143	3,2	
Sondrio	5.183	5.369	0,7	
Varese	0	383		
Lombardia	250.632	235.683		
Ettolitri rivendicati vini IGT per regione				1,0
Bergamo	3.568	4.026	2,4	
Brescia	5.325	5.556	0,9	
Mantova	34.631	46.293	6,0	
Milano (include Lodi)	3.488	1.305	-17,8	
Pavia	129.500	110.000	-3,2	
Sondrio	3.628	3.578	0,7	
Varese	0	268		
Lombardia	180.140	171.206		

Fonte: ns. sintesi da: Unioncamere: "Rapporto sul settore vitivinicolo 2007".

Nel confronto con il periodo 2000-2005, è d'immediata evidenza, la presenza nel quinquennio successivo dell'apporto delle IGT delle province di Lodi, Como e Lecco e il radicarsi nelle IGT varesine. Diversamente, le IGT leader nelle province di Pavia e Brescia, decrescono riguardo le denominazioni e le superfici, ma aumentano i valori della loro produzione (quintali di uva ed ettolitri di vino rivendicati), perdono in senso relativo le leader, presumibilmente a vantaggio delle produzioni DO; sono in crescita tutti i valori delle IGT della provincia di Bergamo, Sondrio e Mantova; in contrazione assoluta l'IGT San Colombano per la provincia di Milano e la futura provincia di Lodi.

Non in termini di valori assoluti e di grandi numeri, ma per arricchimento della composizione interna e incrementi quali-quantitativi concentrati nel medio periodo, *le IGT lombarde tra il 2005 e il 2010 appaiono in crescita*, prima di tutto per espansione di ambito territoriale, investendo aree prima non coinvolte dalle DO, come il Lecchese e il Comasco e potenzialmente l'Alta Brianza con le IGT Lariane, reinsediandosi nella fascia delle colline con i Ronchi varesini e radicandosi ulteriormente in Valtellina, con l'IGT Terrazze Retiche. Alcune IGT, accanto a quelle più consolidate, hanno investito territori e spazi di produzione preesistenti³⁴ (abbandonati per gli effetti dell'industrializzazione e urbanizzazione e, prima, della fillossera) e/o "territori difficili" come i vigneti di montagna, anche se non marginali, come nel caso delle Terrazze Retiche³⁵, secondo un movimento di rivalorizzazione delle diversità morfologica e paesaggistica di alcune aree, che tende a ricostituire e a ridensificare alcuni marcatori del paesaggio rurale lombardo: i filari e le siepi, i terrazzamenti.

In questo senso, la questione della valorizzazione delle IGT vino in alcuni contesti è inscindibile da processi più ampi di tutela e percezione di valore dei beni ambientali e culturali dei territori.³⁶

Si tratta di processi carsici, lenti quanto tenaci, che avvengono in una regione altamente urbanizzata e con un grado di copertura e saturazione edilizia che incide

³⁴ Testimonianza di Giuliana Tovaglieri, Direttrice dell'Associazione dei Vini Varesini nell'intervista televisiva del 21.02.2011 (<http://www.primopianoitalia.tv/2011/02/21/vini-varesini/>), che restituisce il percorso di conseguimento dell'IGT come progetto di un gruppo di aziende, mirato alla ricerca di un vino del territorio varesino.

³⁵ Ne è un indicatore per la viticoltura di montagna, l'attività del CERVIM, Milano: Centro di ricerche, studi e valorizzazione per la viticoltura montana: www.cervim.org; lo sviluppo di un turismo dedicato: si veda p. es. il programma di viaggio alle "Vigne eroiche di Valtellina" promosso da *La BancadelVino* e *SlowFood*, con il coinvolgimento del Presidente del Consorzio per la tutela dei Vini di Valtellina, M. Prevostini e che prevede visite all'"anfiteatro dei vigneti di Montevicchia" (IGT Terre lariane) e in Valgella, in: www.bancadelvino.it e il documentario "Uomini Vigneti & Vini nella Viticoltura eroica" prodotto dal CERVIM, Milano, premiato al "XIII Festival International des Films et Vidéo des Art et Métiers de la Vigne et du Vin", OENOVIDEO, Aigle, Suisse: <http://www.oenovideo.oeno.tm.fr/>

³⁶ A titolo di esempio della relazione e della convergenza culturale tra essa e la progettualità del Consorzio di tutela e operatori del territorio, segnaliamo: le "Rupi del vino" divenute oggetto di un film documentario di Ermanno Olmi del 2009 (per un estratto del film si veda: <http://www.irealp.it/781,News.html>) e l'attività della Fondazione "ProVinea. Vite alla vite di Valtellina. Onlus", costituita "il 28 luglio 2003 per volontà dei produttori associati al Consorzio di Tutela dei Vini di Valtellina con lo scopo di tutelare, senza fini di lucro, il territorio, il paesaggio e l'ambiente viticolo terrazzato della provincia di Sondrio, dove si sviluppa l'area viticola terrazzata di montagna più estesa d'Italia, e di tutelare e valorizzare le tradizioni storico-culturali, i beni culturali ed ambientali ..." in: www.provinea.it;

anche sugli usi del suolo agricolo³⁷ e che non consente strategie espansive, ma solo qualitative e di medio periodo.

Le dinamiche citate, pur contenute nelle dimensioni, possono aiutare a identificare alcuni elementi del “potenziale” delle IGT lombarde, in quanto rivelatrici di processi non estensivi, di rivalorizzazione agraria e produttiva che si costruisce a scala territoriale e locale, non solo di singole aziende (ci vogliono cinque anni almeno per richiedere la denominazione e quindi il progetto e le risorse in gioco richiedono anche la costruzione di relazioni e il passaggio di diverse soglie di sostenibilità maggiormente affrontabili entro un’aggregazione / comunità di interessi), di cui la produzione dell’ambiente e del vino di qualità in esso è un vettore.

Ulteriore caratteristica generale delle produzioni IGT lombarde è la concentrazione della produzione di uva in *un numero ristretto di denominazioni*: a livello nazionale, le prime 30 coprono circa il 97% del totale. I dati disponibili per i primi 30 vini IGT per numero di denunce nel 2009, comprendono un solo IGT lombardo “Provincia di Pavia” (cfr. tab. 12 Osservatorio Ismea - Mipaaf, cit. p. 23), che è la decima denominazione per peso % sul totale (+ 2,7%) e che registra un incremento 2008-2009 del 30% della produzione.

Il dato parallelo delle tendenze e del peso delle superfici vede un incremento contenuto della superficie coltivata (variazione 2008-2009: + 9,1%), contro una tendenza per il Nord-Est e nazionale alla diminuzione (-2,2%). La produzione di uva, sempre per l’IGT “Provincia di Pavia”, vede un incremento rispetto al dato 2008, del 22%.

Il gap informativo sulle caratteristiche delle produzioni IGT permane, in quanto nelle statistiche nazionali risultano disponibili informazioni sul peso dei vini IGT per numero di denunce, all’interno dei quali solo l’IGT Provincia di Pavia ha una rilevanza consistente sia per il loro numero, sia per superfici denunciate (rispettivamente al decimo e dodicesimo posto) sulle trenta IGT di maggiore importanza³⁸.

L’attuale inclusione delle restanti quattordici IGT (vedi Cap. 1, Parte 1: *Lombardia. Elenco dei vini a denominazione*, segue) all’interno di un dato aggregato nazionale non consente di esprimere valutazioni e ipotesi fondate su andamenti misurabili, come avviene per i dati disponibili per DOCG e DOC (cfr. “V.Q.P.R.D. d’Italia”. Edizione 2011, cit.). L’Osservatorio Ismea - Mipaaf osserva inoltre che, per la sola Lombardia e Abruzzo, l’incidenza delle denominazioni è più elevata di quella produttiva nel periodo considerato (cfr. figura 9, ibidem, p. 28). Occorre anche considerare che nel periodo 2009-2010 si è altresì verificato il “transito” dalla denominazione IGT a DOC di alcune aree e denominazioni importanti (p. es. il Prosecco), registrando una complessiva riduzione della produzione dei vini IGT.

Sul fronte dei prezzi e dei consumi, nel biennio considerato si è registrata una riduzione dei consumi interni, che ha lambito anche i vini IGT, che pure nel 2010 - insieme con le DOC e le DOCG - mostrano una buona tenuta (-0,2%): la domanda di vino a denominazione, infatti, rimane alta, se si considera che nel 2010 il peso dei consumi di vini DOC-DOCG-IGT sul totale dei vini è stato pari al 49,3% per quantità e al 68,5% in valore. Il Nord Italia rimane l’area di maggiore domanda, con una prevalenza della grande distribuzione e dei *discount* come canale privilegiato di vendita, in particolare per le IGT (cfr. figure 11, 12, ibidem, p. 36). D’altro canto, i vini

³⁷ Si vedano: “Il consumo di suolo. Quando comincia a mancare la terra sotto piedi”: informativa breve. Consiglio regionale della Lombardia. Servizio studi e valutazione politiche regionali. Ufficio analisi leggi e politiche regionali, luglio 2011, in: “In Breve”, n. 7/2011 e, in particolare le figure n. 6-13.

³⁸ ISMEA, “Analisi della struttura e del mercato dei vini DOC, DOCG e Igt”. Roma, ISMEA, marzo 2011.

IGT per il rapporto qualità-prezzo da essi rappresentato, sono i protagonisti di fenomeni ancora precursori ma in espansione, come la distribuzione del vino sfuso IGT in negozi di prodotti naturali e/o tipici, enoteche, tramite GAS (Gruppi di Acquisto Solidale) circuiti di produttori nei mercati rionali urbani e forme di filiera corta.

2.1.2 Le fonti e le risorse per un approfondimento sul tema IGT vino

Quanto dalle fonti certificate, le principali risorse informative risultano:

Elenchi e disciplinari delle IGT e banche dati:

i primi sono disponibili presso il MIPAAF³⁹ e riepilogati in sede europea⁴⁰; la banca dati principale è *E-Bacchus*: comprende il registro delle denominazioni d'origine e delle indicazioni geografiche protette nell'UE ai sensi del regolamento (CE) n. 1234/2007 del Consiglio, elenca le indicazioni geografiche e le denominazioni di origine dei paesi extra UE protette nell'UE dagli accordi bilaterali sugli scambi di vino conclusi tra l'UE e i paesi interessati e le menzioni tradizionali protette nell'UE ai sensi del regolamento (CE) n. 1234/2007 del Consiglio;⁴¹

sulle caratteristiche produttive e colturali generali:

le statistiche ISTAT ed entro l'autunno di quest'anno i dati del VI Censimento generale dell'agricoltura (2010).⁴² A tali fonti istituzionali si affiancano analisi periodiche e studi resi disponibili da ISMEA (Istituto di servizi per il mercato agricolo alimentare, Roma), che dedica monografie di analisi della struttura e del mercato dei vini DOC, DOCG e IGT (l'ultima è del 2011), news sull'andamento del mercato e dei prezzi e un'essenziale mappatura delle produzioni DO⁴³; di analoga importanza, per l'attività di studio e ricerca sulle DO, le pubblicazioni di INEA (Istituto nazionale di economia agraria, Roma)⁴⁴ e QUALIVITA. *Fondazione qualivita. Foundation for the protection and the valorization of quality agri-food products*, Siena⁴⁵. Privo invece di una cadenza periodica il documento ufficiale nazionale "Rapporto nazionale sul settore vitivinicolo", la cui ultima edizione disponibile è del 2009⁴⁶ in quanto fornisce indicazioni utili a una serie storica del segmento IGT, sia a livello nazionale, sia regionale;

³⁹ Sito istituzionale: <http://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/Ser-veBLOB.php/L/IT/ID-Pagina/202>, filiera vino.

⁴⁰ "Elenchi - settore vitivinicolo" in: Agricoltura e sviluppo rurale. Commissione europea. Agricoltura e sviluppo rurale. Mercati agricoli": http://ec.europa.eu/agriculture/markets/wine/lists/index_it.htm

⁴¹ Sito istituzionale: http://ec.europa.eu/agriculture/markets/wine/e_bacchus/index.cfm?event=pwelcome&language=IT

⁴² A tutt'oggi risultano disponibili solo i dati provvisori che non permettono ancora approfondimenti sul settore vitivinicolo: <http://www.istat.it/it/archivio/lombardia>, ci auguriamo che possano essere disponibili per l'autunno e consentire l'implementazione dell'attuale analisi.

⁴³ "I vini DOC e DOCG. Una mappatura della vitivinicoltura regionale a denominazione di origine". Ismea, Roma, 2008.

⁴⁴ Sito istituzionale: <http://www.ismea.it/> e <http://www.inea.it/public/it>

⁴⁵ Sito istituzionale: <http://www.qualivita.it/>

⁴⁶ L'edizione 2009 è a cura dell'Istituto Guglielmo Tagliacarne, quella del 2007 vede anche l'apporto di NOMISMA. Società di studi economici, Bologna ([www. http://www.no-misma.it/](http://www.no-misma.it/)): entrambe sono

per le superfici, le unità produttive e le denunce:

gli "Albi vigneti"⁴⁷ regionali e presso le Camere di Commercio in precedenza. Dal 2011, sempre presso la D.G. Agricoltura di Regione Lombardia, all'interno del S.I.A.R.L., sono raccolte e gestite le informazioni raccolte dalla "Dichiarazione unica per le produzioni vitivinicole", istituita ai sensi del D.L. 61/2010 e normata con D.D.S. n. 9435 del 14.10.2011 (comprendenti le linee operative in allegato) che, sulla base dei disciplinari di produzione dei vini DOCG, DOC e IGT, rende possibile l'iscrizione dei vigneti allo schedario viticolo e la rivendicazione produttiva (di vendemmia e di produzione). Le Province - su delega regionale - hanno compiti di controllo tecnico e verificano l'attitudine alla produzione di vini a DO delle unità vitate. Da questa fonte preziosa, che rappresenta un'implementazione importante del sistema informativo agricolo sul comparto vitivinicolo, potranno essere messe a disposizione in futuro informazioni territorializzate e integrate riguardo le aziende, la produzione e le caratteristiche delle colture⁴⁸;

per l'uso del suolo agricolo:

presso E.R.S.A.F. e sempre nell'ambito del S.I.A.R.L. (Sistema informativo agricolo regionale), sono disponibili le informazioni che producono la "Carta dell'uso agricolo del suolo",⁴⁹ oltre che relative all'ampelografia (varietà e classificazione dei vitigni) e alla composizione proprietà e pedologia dei suoli, multifunzionalità del territorio rurale⁵⁰.

In linea generale, la disponibilità di una cartografia tematica aggiornata relativa all'insieme delle DO vini in relazione agli usi del suolo agricolo e al territorio più ampio potrebbe supportare un'analisi mirata sulla valorizzazione dei vini IGT, le cui dinamiche di espansione e/o riduzione e ripresa colturale potrebbero essere più agevolmente lette alla scala appropriata (provinciale e sub provinciale e di IGT) tramite la produzione di cartografia tematica e infografiche;

per le produzioni, le tipologie e l'immagine dei vini IGT, ecc.:

anche in questo caso, non sono disponibili testi specifici, ma le informazioni sulle IGT sono reperibili all'interno di pubblicazioni più ampie sul vino di qualità. In particolare sono accessibili informazioni generali sulle IGT a cura di Regione Lombardia, Direzione generale Agricoltura che, nel 2009 ha prodotto un catalogo prezioso dei "Vini di Lombardia", disponibile sul web. Tale testo, oltre che illustrare le caratteristiche peculiari delle produzioni di qualità collegate ai rispettivi Consorzi ed Enti di tutela, ha dedicato un capitolo specifico ai "Vini IGT della Lombardia";⁵¹ più recentemente, nel

pubblicate da Unioncamere: <http://www.unioncamere.gov.it/P43K496O0/rapporto.htm>
<http://www.unioncamere.gov.it/P43K496O0/rapporto.htm>

⁴⁷ Dati disponibili online, a cura di Regione Lombardia, Direzione generale agricoltura: www.agricoltura.regione.lombardia.it

⁴⁸ Non ancora utilizzabili al momento dell'elaborazione del Rapporto.

⁴⁹ Disponibili online dati sulla distribuzione delle colture (utilizzo agricolo annuale): www.ersaf.lombardia.it

⁵⁰ Sito istituzionale: <http://www.ersaf.lombardia.it/servizi/Menu/dinamica.aspx?idA...>

⁵¹ In: "Vini di Lombardia" : www.buonalombardia.it. Milano, Regione Lombardia, 2009, p. 53-54.

2011, è stata realizzata una brochure a larga diffusione, a cura dell'Unione Consumatori della Lombardia e dedicata a "Vino e qualità in Lombardia".⁵²

Il cuore dell'informazione relativa alle produzioni di vitivinicole di qualità anche per la Lombardia è affidato ai siti internet istituzionali di Regione Lombardia⁵³, dei Consorzi ed Enti di tutela, di Associazioni professionali (FederDOC, Confederazione Nazionale dei Consorzi volontari per la tutela delle denominazioni di origine)⁵⁴ e, naturalmente dei produttori, a cui si affiancano più recentemente i blog⁵⁵ dedicati alla cultura del vino e i siti connessi a esposizioni, eventi sempre più diffusi (a puro titolo di esempio: "Festival Franciacorta in cantina", promosso dall'omonimo Consorzio; il sito "20mondi": *on the Road in Italy's 20 regions. 20,000 km in un camper color Barolo, alla scoperta dei vini autoctoni*⁵⁶, che vede per la Lombardia 5 proposte di cui 2 IGT: Invernenga (Brescia, Vigneto Pusterla) e Chiavennasca (Valtellina) e il marchio collettivo "Vini estremi.com", che propone ancora una IGT Chiavennasca IGT delle Terrazze Retiche.⁵⁷ Nella piramide della qualità che il Consorzio Vini Valtellina presenta l'IGT Terrazze Retiche è una componente piccola, ma di altissimo valore rispetto al legame con i luoghi:



Possono testimoniare sia le iniziative di valorizzazione promosse dal Consorzio, sia a titolo esemplificativo, alcune immagini dei vigneti delle Terrazze Retiche, proposte dal sito "Vini estremi.com" e, in modo altrettanto significativo perché inserito in un contesto urbano, del Vigneto Capretti o Vigneto Pusterla a Brescia⁵⁸.

⁵² Disponibile sul web: www.consumatorilombardia.it

⁵³ In particolare: www.buonalombardia.it

⁵⁴ <http://www.federDOC.com/index.html>

⁵⁵ A titolo di esempio: <http://www.wineblog.it/>; <http://www.vinoalvino.org/>: il blog di Franco Ziliani

⁵⁶ Sito web: www.20mondi.com/lombardia

⁵⁷ Le Terrazze sono un esempio in cui ambiente, paesaggio umano e agrario sono inscindibilmente collegati. Anche di vini e vigneti, sia attraverso manufatti e tecnologie, sia attraverso percorsi tematici si occupa l'Ecomuseo di Villa Brianzone <http://www.ecomuseoterrazzeretiche.it>

⁵⁸ Quest'ultimo è oggetto di uno studio di caso della ricerca "Promozione di sistemi locali di produzione agro-alimentare di rilevante interesse", codice 2011C005. Il Gruppo di ricerca è stato coordinato dal Prof. Michele Corti (Coordinatore), Professore associato confermato a tempo definito presso il DeFENS (Dipartimento di Scienze per gli Alimenti, la Nutrizione e l'Ambiente. Department of Food, Environmental and Nutritional Sciences) dell'Università degli Studi di Milano. Le immagini del 2007 sono tratte dal sito del Comune di Brescia e rese disponibili dalla locale Condotta *SlowFood*, le immagini del 2012 sono rispettivamente di Stella Agostini e Michele Corti (www.ruralpini.it).

Si tratta di esempi non tanto di comunicazione efficace, ma del segnale della molteplicità degli ambienti (montagna, città, ecc.) in cui il legame tra produzione del vino, cura, storicità e qualità si annoda e, anche, dei canali e delle forme “carsiche” con i vini IGT sono ri-conosciuti, spesso più con una funzione del vino come componente del *genius loci*, che tramite la riconoscibilità immediata e veicolata dalla comunicazione commerciale. Analogo discorso potrebbe essere fatto per i territori delle IGT Terre Lariane e Ronchi Varesini. Anche in questi casi, il percorso vincente sembra quello dell’itinerario di scoperta, fortemente intrecciato ai valori e alle risorse culturali del territorio di produzione, piuttosto che ai tradizionali *atout* del vino di qualità: anche questa “erraticità” dei percorsi IGT, coincide con aspetti peculiari, di cui tener conto nella prospettiva di iniziative dedicate di sviluppo e valorizzazione;



Terrazze Retiche Valtellina



Vigneto Capretti Brescia, 2007



risorse informative provenienti dalla ricerca e sperimentazione applicata in viticoltura:

un insieme di ricerche sono promosse dalla D.G. Agricoltura⁵⁹ e iscritte nella *mission* di RICCAGIOIA S.P.C.A, Centro di ricerca formazione e servizi della vite e del vino,⁶⁰ azienda consortile di Regione Lombardia in collaborazione con le Università, Consorzi, ecc.; dalle Università, p. es. dal Centro Interdipartimentale di Ricerca per l'Innovazione in Viticoltura ed Enologia - CIRIVE⁶¹ dell'Università degli studi di Milano; da parte di iniziative private di alto profilo, come la *Fondazione Fojanini di studi superiori di Sondrio per il settore vitivinicolo* in misura minore dai Consorzi (in Lombardia ci è noto il caso del Consorzio Tutela vini Oltrepo Pavese, in quanto socio di RICCAGIOIA).⁶²

Pur non essendo oggetto del programma di ricerca, il ruolo della ricerca applicata ci sembra essenziale, se si considera la sua importanza per lo sviluppo qualitativo delle produzioni IGT in rapporto a: recupero dei vitigni autoctoni e storici, rari e di antica coltivazione: in particolare il recupero dei vigneti storici e dei loro vitigni (che in ben due casi lombardi contraddistingue il progetto del Consorzio Terre Lariane e il Vigneto Capretti per l'IGT Ronchi Bresciani, ma presenta anche a Varese l'attività "preziosa" di un vigneto urbano per l'IGT Ronchi Varesini); la produzione di nuovi vini, la selezione clonale e storica, oltre alla qualificazione della filiera uva.

Per consentire un'analisi più dettagliata delle caratteristiche delle IGT al fine degli obiettivi del programma di ricerca, nel paragrafo seguente si produce un'analisi relativa alla *vendemmia 2010 e ai relativi Albi vigneti regionali*⁶³, con un dettaglio relativo alle province, alle superfici (ettari) relativi alle diverse IGT e alle relative denunce.

2.1.3 Le IGT negli Albi Vigneti regionali: 2010

Le tabelle che seguono costituiscono una rielaborazione delle informazioni contenute negli Albi Vigneti 2010, raccolte tramite il SIARL. Si tratta della denuncia annuale del

⁵⁹ Ricerche del comparto viticolo ed enologico (www.agricoltura.regione.lombardia.it)

⁶⁰ L'Azienda sperimentale modello di Regione Lombardia, sita a Torrazza Coste PV, può costituire il propulsore di approfondimenti tecnici e supporto all'innovazione produttiva che le IGT richiedono. Essa infatti "è un centro di servizi rivolti al settore vitivinicolo, che promuove l'applicazione di nuove tecnologie e svolge attività di ricerca, sperimentazione, formazione e divulgazione avvalendosi di alcune strutture di supporto: un'azienda agricola che ospita numerose collezioni viticole varietali, clonali e campi incroci, vigneti didattici e sperimentali, una cantina per micro e meso vinificazioni modernamente attrezzata, diversi laboratori per analisi chimiche, microbiologiche e sensoriali, un nucleo di premolticazione viticola, un centro didattico formativo con aule, sale studio, biblioteca, sale convegni e strutture dedicate alla recettività e alla realizzazione di eventi. La sua attività è rivolta a tutti i settori del mondo vitivinicolo ed opera sia livello regionale che nazionale in collaborazione con le Università e con altri centri di ricerca e formazione della Lombardia", secondo la descrizione del sito istituzionale: www.riccagioia.it

⁶¹ Sito istituzionale: www.unimi.it: Centro Interdipartimentale di Ricerca per l'Innovazione in Viticoltura ed Enologia - CIRIVE.

⁶² "La Fondazione Fojanini è legata all'iniziativa dell'eminente chirurgo Prof. Giuseppe Fojanini che, in memoria del proprio genitore, donò l'azienda agricola paterna all'Università Cattolica con lo scopo di costituire nella Provincia di Sondrio un centro didattico sperimentale di valenza universitaria per i problemi delle coltivazioni locali e più in genere dell'agricoltura alpina" (descrizione tratta dal sito istituzionale: <http://fondazionefojanini.provincia.so.it/>)

⁶³ Reperibili all'indirizzo: <http://www.agricoltura.regione.lombardia.it>

tipo di uve prodotte, al fine dell'ottenimento del riconoscimento delle produzioni DO, compresa l'IGT. Le informazioni sono restituite per provincia e consentono un raffronto al 2010 del dato "storico" contenuto nella Tabella 1.7 (confronto 2000-2005), per provincia e per le 15 IGT:

- Alto Mincio
- Benaco Bresciano
- Bergamasca
- Collina del Milanese
- Montenetto di Brescia
- Provincia di Mantova
- Provincia di Pavia
- Quistello
- Ronchi di Brescia
- Ronchi Varesini
- Sabbioneta
- Sebino
- Terrazze Retiche di Sondrio
- Terre Lariane
- Valcamonica.

Le classi di informazioni raccolte dagli Albi Vigneti⁶⁴ sono:

- CUA: Codice unico di identificazione dell'azienda agricola (Fonte: D.P.R. 503/1999), che identifica l'azienda nell'ambito dell'Anagrafe delle aziende Agricole ed è costituito dal codice fiscale;
- Ragione sociale: denominazione azienda;
- Provincia sede legale;
- Comune sede legale;
- Indirizzo sede legale;
- Codice Istat sede legale: codice ISTAT del Comune della sede legale;
- Tipo DO: DOCG, DOC, IGT;
- Nome Albo: p. es. Collina del Milanese (Collina del Milanese Ancellotta);
- Tipo vino: p. es. Collina del Milanese Ancellotta;
- Provincia Albo: lo stesso Albo può riguardare più province;
- Identificativo vigneto: unità arboree (UNAR);
- Superficie vigneto valida (mq): i vigneti destinati a produrre vini a DO devono essere preventivamente iscritti e, anche nel caso in cui la superficie sia improduttiva, le Unità vitate (UV) devono essere ricomprese in un vigneto: all'atto della rivendicazione e della denuncia di produzione la resa di questa superficie sarà riportata uguale a zero;
- Tipologia di descrizione: primaria, secondaria.

Ai fini della nostra elaborazione, le informazioni degli Albi sono state "filtrate" per ogni IGT e per provincia, distinguendo:

- Nome Albo
- Nome Vino

⁶⁴ Sino al 2010 incluso, in quanto dal 2011 si potrà disporre di informazioni più ampie e georeferenziate con l'istituzione della "Dichiarazione vitivinicola" cit.

- Sup. vigneto valida (ha)
 - o media mq
 - o sup min - max

Unità rivendicate

- o di cui non vitate nel 2010.

Ulteriori informazioni relative alle aziende, alla loro struttura, al loro impegno sulla intera gamma delle DO o concentrazione sulle IGT, necessiteranno di ulteriori e successivi approfondimenti, non essendo sufficienti i dati relativi alla sede legale per comprendere il rapporto con il territorio. Non sono invece deducibili dagli Albi Vigneti le informazioni sulle produzioni, ossia le rese in quintali d'uva ed ettolitri di vino.

Tabella n. 1.9 - Albi Vigneti 2010. Dati di sintesi

Prov	Tipo DO	Sup vigneto valida (ha)	media mq sup	Rivendicazioni (*)	produzione hl (dato aggregato) ⁶⁵	produzione hl (%)
BG	DOC	358,69	1,40	257		
	DOCG	21,38	0,59	36		
	IGT	1.548,39	1,14	1.356		
	tot	1.928,46	1,04	1.649		
BS	DOC	6.861,14	2,67	2.753		
	DOCG	2.467,42	4,03	612		
	IGT	3.518,16	2,54	1.387		
	tot	12.846,71	3,08	4.752		
CO	DOC	0,00	0,00	0		
	DOCG	0,00	0,00	0		
	IGT	4,67	0,22	21		
	tot	4,67	0,00	21		
CR	DOC	0,00	0,00	0		
	DOCG	0,00	0,00	0		
	IGT	0,00	0,00	0		
	tot	0,00	0,00	0		
LC	DOC	0,00	0,00	0		
	DOCG	0,00	0,00	0		
	IGT	16,55	16,55	10		
	tot	16,55	5,52	10		
LO	DOC	4,52	1,13	4		
	DOCG	0,00	0,00	0		
	IGT	5,64	0,43	13		
	tot	10,16	0,52	17		
MI	DOC	35,39	0,79	45		
	DOCG	0,00	0,00	0		
	IGT	42,70	0,61	10		
	tot	78,09	0,47	55		

⁶⁵ Il dato della produzione in hl è tratto da: Tab. 14.20 - Produzione di vino per marchio di qualità nel 2010 (hl). Fonte: Elaborazione SMEA su dati ISTAT, in: "Rapporto 2010 sul sistema agroalimentare in Lombardia. Le dinamiche recenti nel sistema agro-alimentare lombardo".

Prov	Tipo DO	Sup vigneto valida (ha)	media mq sup	Rivendicazioni (*)	produzione hl (dato aggregato) ⁶⁵	produzione hl (%)
MN	DOC	954,05	0,82	1.166		
	DOCG	0,00	0,00	0		
	IGT	2.302,37	0,59	3.876		
	tot	3.256,43	0,47	5.042		
PV	DOC	10.827,08	0,92	11.750		
	DOCG	552,18	1,25	443		
	IGT	954,45	0,35	2.753		
	tot	12.333,70	0,84	14.946		
SO	DOC	711,01	0,31	2.319		
	DOCG	1.449,44	0,33	3.951		
	IGT	1.595,11	0,32	4.989		
	tot	3.755,57	0,32	11.259		
VA	DOC	0,00	0,00	0		
	DOCG	0,00	0,00	0		
	IGT	5,81	0,39	15		
	tot	5,81	0,13	15		
tot gen	DOC	19.751,88	0,73	18.294	809.004,00	60%
	DOCG	4.490,41	0,56	5.042		
	IGT	9.993,86	2,10	14.430	308.723,00	23%
	vino da tavola				231.378,00	17%
tot gen		34.236,15	1,13	37.766	1.349.105,00	100%

(*): il numero delle delle rivendicazioni include anche le unità non vitate per l'anno considerato.

Rispetto ai dati ufficiali a disposizione per il 2010⁶⁶, la superficie vigneto valida iscritta negli Albi regionali per le IGT risulta maggiore (985,3 ettari - pari al 4,3% della superficie iscritta a DO - contro 1.591,09 ettari, pari all'8%). Analogamente il dato delle rivendicazioni è maggiore e si registrano ulteriori scostamenti, sia a livello provinciale sia per le singole IGT⁶⁷. Questi ultimi potranno essere superati con un lavoro ulteriore rispetto al presente Rapporto, da svolgere sulla base dell'elaborazione dei dati 2011, che permetterà anche di leggere il dettaglio per singola IGT e per i diversi tipi di vini, al fine di comprendere meglio le dinamiche delle IGT nel decennio 2000-2010 e il loro potenziale di sviluppo. Le tabelle che seguono consentono l'analisi delle superfici valide al 2010 (Tabella n. 1.10 e il confronto tra gli anni 2000-2005-2010, in rapporto alla superficie vigneto (Tabella n. 1.11).

Tabella n. 1.10 - Superfici dei vigneti (ettari, 2010)

Prov.	IGT	Superficie vigneto valida (ha)
BG	IGT - Bergamasca	116,39

⁶⁶ Elaborazione SMEA su dati SIARL in: Tabella n. 1.4., ivi e D.G. Regione Lombardia.

⁶⁷ Si ritiene che le informazioni che verranno resi disponibili per il 2011 con l'elaborazione della "Dichiarazione vitivinicola" permetteranno una verifica sistematica dei disallineamenti presenti nelle fonti e basi di dati attualmente disponibili.

Prov.	IGT	Superficie vigneto valida (ha)
BS	IGT -Montenetto di brescia	45,15
	IGT - Benaco bresciano	55,8
	IGT - Ronchi di brescia	46,46
	IGT - Valcamonica	29,66
	IGT - Sebino	13,23
CO, LC	IGT - Terre Lariane	21,22
MN	IGT - Provincia di Mantova o Mantova	209,93
	IGT - Alto Mincio	26,2
	IGT - Quistello	32,3
	IGT - Sabbioneta	9,21
LO, MI, PV	IGT - Collina del Milanese	77,85
PV	IGT - Provincia di Pavia o Pavia	879,13
SO	IGT - Terrazze Retiche di Sondrio	22,35
VA	IGT - Ronchi Varesini	6,2
Totale superficie iscritta negli Albi regionali (2010) IGT		1.591,09

Tabella n. 1.11 - Superfici per vini IGT (confronto 2000, 2005, 2010)

Prov	Tipo DO	2011	2.005	2.000
		Sup vigneto valida (ha)		
BG	IGT	116,39	81	124
BS		190,3	145	154
CO-LC		21,22	-	-
CR		0	-	-
LC		0	-	-
LO-MI-PV		77,85	18	61
MN		277,64	422	328
PV		879,13	2.095	1.800
SO		22,35	77	60
VA		6,2	-	-
Lombardia - Totale		1.591,09	2.838,00	2.527,00

Si segnala come nel decennio considerato - sia pure per ora per il solo dato delle superfici, ma non diversamente riteniamo possa essere per le produzioni e altri indicatori - sia possibile leggere le tendenze "interessanti" delle IGT lombarde: la

crescita continua quali-quantitativa di alcune di esse (IGT Bergamasca, p. es.), la ripresa dell'IGT Collina Milanese, il movimento verso l'alto della scala della qualità delle IGT della provincia di Pavia e, in parte dei vini a IG della provincia di Mantova, a favore delle produzioni DO e DOCG e l'attivazione delle IGT Terre Lariane e Ronchi Varesini. Pur necessitando di ulteriori approfondimenti, questa disamina delle variabili delle produzioni IGT conferma l'esigenza di adottare una strategia di valorizzazione multilivello e qualitativa.

LE OPINIONI DI OPERATORI E RESPONSABILI DEI CONSORZI SUI TEMI DELL'IGT VINO

3.1 Un'indagine per focalizzare la questione IGT vino in Lombardia

Nell'ambito del programma di ricerca, tra il mese di maggio e giugno 2012, è stata condotta una raccolta di opinioni di Rappresentanti dei Consorzi di tutela dei vini lombardi e del mondo produttivo sulla valorizzazione dei vini lombardi IGT (Indicazione Geografica Tipica), con l'obiettivo di raccogliere elementi relativi alle esigenze e alle criticità avvertite da soggetti e testimoni autorevoli in possesso di una visione più ampia e vicina alle culture aziendali delle esigenze di produzione, qualificazione e remunerazione dei prodotti vitivinicoli di qualità⁶⁸. Nel contempo, i Consorzi sono il punto di snodo degli effetti della prima di applicazione della riforma OCM Vino⁶⁹, in quanto investiti da modificazioni importanti del loro ruolo e, potenzialmente dall'ingresso di nuove funzioni e compiti, sia nella direzione di un percorso di qualità (da DOC a DOCG e da IGT a IGP), sia nell'assunzione di vettore della qualificazione dei vini certificati che potrebbe tendere a "includere" in azioni e progettualità maggiormente le IGT di quanto non fosse sino ad ora.⁷⁰

Gli esiti di questa raccolta di opinioni sono stati ripresi dall'équipe di ricerca⁷¹ e, in particolare, sono stati sottoposti all'Avv. *Vito Rubino*, che ha potuto rivalutare alcune parti del proprio parere giuridico, alla luce di un quadro più specifico, anche se capace di stupire e definito pertanto come "sorprendente"⁷².

Si è trattato di una *rilevazione qualitativa*, condotta tramite comunicazioni telefoniche, registrate con il consenso degli interessati o, in alternativa, tramite risposte scritte raccolte con email. Il gruppo di testimoni è composto da:

- AS.CO.VI.LO. (Associazione dei Consorzi dei Vini Lombardi) Nella persona del Direttore, *Carlo Panont*;
- Rappresentanti dei Consorzi ed Enti di tutela dei vini lombardi.

⁶⁸ Pur non avendo tutte le IGT un Consorzio o adeguata *sponsorship* da parte dei quelli esistenti.

⁶⁹ Si veda a questo proposito l'interessante contributo "*Il ruolo di garanzia dei consorzi di tutela*" di Riccardo Ricci Cubastro, in: Rivista di diritto alimentare, anno VI, numero 1, gennaio - marzo 2012 (www.rivistadirittoalimentare.it/rivista/2012-01/RICCI%20CUR-BASTRO.pdf), che si concentra sul tema dei controlli e riferisce una pronuncia della Corte dei Conti Europea sulle IGT (Rapporto speciale n. 11/2011); che riportiamo per la sua attualità: "... La concezione e la gestione del sistema delle Indicazioni Geografiche garantiscono la loro efficacia" ... "Le disposizioni normative sulle IG non definiscono i requisiti minimi in materia di verifica dei disciplinari da parte degli Stati membri" ... Il regolamento non definisce in modo chiaro l'obbligo degli Stati Membri di effettuare controlli per prevenire ed individuare le pratiche non autorizzate; di conseguenza, la maggior parte delle autorità nazionali controllate non effettua verifiche regolari per identificare e reprimere tali pratiche" ... La Commissione non svolge un attento monitoraggio su come viene attuato il sistema delle IG negli Stati membri, non è stato sinora mai effettuato un audit del sistema delle IG."

⁷⁰ Anche le interviste, per quanto indicative, confermano la centratura delle policy e delle azioni della maggior parte dei Consorzi ed Enti tutela sul nucleo *core* dei vini di qualità DOCG e DOC, con alcune interessanti eccezioni: si veda p. es. le dichiarazioni del Direttore del Consorzio Vini Valcalepio.

⁷¹ Le interviste e la rielaborazione delle risposte sono state curate da *Maria Chiara Cattaneo*; il capitolo è stato redatto da *Marina Merlini* con il contributo di *Maria Chiara Cattaneo*.

⁷² Cfr. Parte 2.

Tabella n. 1. Enti di tutela e Consorzi lombardi coinvolti nell'indagine - 2012

Ente o IGT	prov	Ente	sito web	Data e intervista
ASCOVILO	Regione	AS.CO.VI.LO Associazione Consorzi Tutela Vini Lombardi, c/o Ersaf, Milano	Presso Sito istituzionale Ersaf	22.6.2012, DIRETTORE, Carlo Alberto Panont (Già Direttore del Consorzio tutela Oltrepo) ⁷³
IGT - BERGAMASCA	BG	Consorzio Tutela Valcalepio, San Paolo D'Argon BG	www.valcalepio.org	22.6.2012, Sergio Cantoni, Direttore
		Consorzio Moscato di Scanzo, Scanzorosciate BG	www.consorzio-moscatodiscanzo.it	25.6.2012, Emanuele Biava, Consigliere CdA
IGT - BENACO BRESCIANO IGT - MONTENETTO DI BRESCIA IGT RONCHI DI BRESCIA IGT - VALCAMONICA	BS	Ente vini bresciani , comprende i Consorzi di: Botticino, Capriano del colle, Cellatica, Garda classico, San Martino della Battaglia, Brescia Consorzio Consorzio tutela IGT Valcamonica, Angolo Terme BS	www.entevinibresciani.it www.saporidivalcamonica.it	
IGT - SEBINO		Consorzio per la tutela del Franciacorta, Erbusco BS	www.franciacorta.net	26.6.2012, Giuseppe Salvioni, Amministratore Delegato
IGT - TERRE LARIANE	CO-LC	Consorzio vini I.G.T. Terre Lariane, Montevicchia LC	www.terrelariane.it	26.6.2012, Presidente Claudia Crippa
IGT - COLLINA DEL MILANESE	MI	Consorzio volontario Vino DOC, San Colombano al lambro, MI	www.sancolombano-DOC.it	Presidente Diego Bassi
IGT - PROVINCIA DI MANTOVA O MANTOVA IGT - ALTO MINCIO IGT - QUISTELLO IGT - SABBIONETA	MN	Consorzio provinciale per la tutela dei vini mantovani DOC: comprende Consorzio Vini Colli Mantovani e Consorzio volontario Lambrusco Mantovano DOC), Mantova	www.vinimantovani.it	26.6.2012, Giuseppe Rossi, Direttore
IGT - Provincia di Pavia o Pavia	PV	Consorzio tutela vini oltrepo pavese, Broni PV	www.vinioltrepo.it	Matteo Marengli, Direttore
IGT - TERRAZZE RETICHE DI SONDRIO	SO	Consorzio tutela vini Valtellina	www.consorziivini-valtellina.com ;	Presidente: Mamete Prevostini
IGT - RONCHI VARESINI	VA	Non c'è un Consorzio ma un' Associazione Vini varesini, fondata nel 2009, Golasecca VA		Giuliana Tovaglieri, Presidente

⁷³ Carlo A. Panont è attualmente anche Direttore della Società RICCAGIOIA (Società consortile di Regione Lombardia): centro di servizi rivolti al settore vitivinicolo.

Nel caso dell'IGT Ronchi varesini⁷⁴ non è stato costituito un Consorzio, ma è attiva l'Associazione dei Vini varesini, presieduta da Giuliana Tovaglieri, del cui pensiero vi è testimonianza in un'intervista televisiva del 2011, cit., che ha trattato numerose questioni individuate nelle nostre domande.

Rispetto alle proposte di intervista, non sono pervenute le opinioni dei Consorzi facenti parte dell'Ente Vini bresciani e del Consorzio tutela vini Valtellina. Ritenendo essenziale una ricognizione di tutte le realtà presenti in Lombardia, considerata l'importanza dei Consorzi non rispondenti, le loro opinioni verranno nuovamente sollecitate e restituite alla Commissione in seguito. Le interviste telefoniche sono state registrate con il consenso degli interessati e da esse sono state extrapolate le dichiarazioni maggiormente connesse alle domande poste.



Figura n. 1 Consorzi ed Enti di tutela - Lombardia⁷⁵

⁷⁴ Si veda anche: "Ronchi varesini, Igt merlot "alla ticinese" e "Sua Maestà Nebbiolo. La produzione a Indicazione geografica Tipica è più che raddoppiata in due anni: 40 mila bottiglie l'anno con un giro d'affari di 250 mila euro" In: "Varesefocus", anno XI, n. 4, 2010, p. 69-71.

⁷⁵ Immagine tratta da: <http://www.lombardiavini.it/vini-di-lombardia/?lang=it>

3.1.2 Domande

L'Ente o il Consorzio ha sviluppato delle iniziative per la tutela e valorizzazione dei vini IGT?

1. Qual è il grado di soddisfazione rispetto alla tutela accordata dal sistema comunitario alla vostra IGT
2. Quale tipo di azioni/interventi sono stati operati dagli Enti territoriali (Comuni, Province e Regione) a supporto della promozione della produzione di qualità e in particolare delle IGT?
3. Quale tipo di azioni/interventi sarebbe opportuno che gli Enti territoriali e in particolare la Regione promuovessero?
4. Nell'ambito del Consorzio si ritiene che per le produzioni IGT si vada verso un *upgrade* al marchio DOP?
5. Nel passaggio da compiti di tutela a un insieme di interventi di promozione e valorizzazione delle produzioni vitivinicole di qualità, quali strumenti e canali ritenete siano di maggiore interesse per il Consorzio?
6. E quali forme di supporto più utili ed efficaci (p. es. protocolli di intesa, eventi culturali, iniziative nell'ambito delle misure de minimis della PAC, ecc.)

Quali altri problemi, esigenze, criticità ritiene rilevanti al fine di una valorizzazione dei vini lombardi a IGT?

3.1.3 Risposte

Abbiamo raggruppato e posto in sequenza le risposte in base alle questioni poste, riportando le dichiarazioni dei testimoni rispetto alla questione in esame.

3.3.1 Iniziative per la tutela e valorizzazione dei vini IGT sviluppate dall'Ente e/o Consorzio

AS.CO.VI.LO: "Nel nuovo Statuto⁷⁶ di As.co.vi.lo sono state inserite anche le IGT lombarde";

⁷⁶ Lo Statuto dell'Associazione Consorzi Tutela Vini Lombardi AS.CO.VI.LO. è stato adottato nel novembre 2009.

3.3.1 Iniziative per la tutela e valorizzazione dei vini IGT sviluppate dall'Ente e/o Consorzio

Consorzio Consorzio Moscato di Scanzo: "Il Consorzio non ha IGT".

Consorzio Tutela Valcalepio: "L'IGT Bergamasca è tutelata dal Consorzio e promossa nelle fiere del Nord-centro in Italia e, all'estero negli Stati Uniti e Cina".

Consorzio per la tutela del Franciacorta:
"Nessuna azione specifica".

Consorzio IGT Terre Lariane:
"Sì, molte. Sul fronte della formazione sono stati organizzati: corsi di tecnica vinicola ed enologica; sportello enologico e sportello agronomico (presenza mensile di professionisti a supporto tecnico delle aziende, non solo del consorzio ma di tutti i produttori della IGT, forum, convegni. Sul fronte della comunicazione: partecipazione a fiere e degustazioni a livello locale (non all'estero); degustazioni mirate per operatori. Sul fronte della ricerca: a settembre partirà un progetto di micro vinificazione".

Consorzio provinciale per la tutela dei vini mantovani DOC:
"Eventi fieristici soprattutto in Nord Italia e a Roma",

Consorzio tutela vini oltrepo pavese:
"Il Consorzio riunisce, tra gli altri produttori di DOC e DOCG, anche i produttori dell'IGT Provincia di Pavia o Pavia. Non sono ancora state attivate iniziative di promozione dell'IGT previste per l'immediato futuro (assoggettando a contributo i produttori)".

3.3.2 Grado di soddisfazione rispetto alla tutela accordata dal sistema comunitario alla vostra IGT

AS.CO.VI.LO:
"Medio-alto; la normativa di riferimento è costituita dal d. lgs. 61/2010 (che ha sostituito la 164/1992 su DOC e DOCG). Grazie alle IGT (molta della produzione italiana è IGT) molte aree che non avevano storicamente una presenza di vite hanno iniziato la loro storia vinicola: v. ad esempio le Terre Lariane (Lecco e Lario) e i Ronchi varesini".

Consorzio Consorzio Moscato di Scanzo: -

Consorzio Tutela Valcalepio:
"Il livello è basso: è 'assurdo' che esistano 14 IGT in Lombardia e che non esista un'unica "IGT Lombardia".

Consorzio per la tutela del Franciacorta:
"Medio, l'IGT è spesso utilizzata dai produttori consorziati per «personalizzare il vino» (la tendenza verificatasi a seguito dell'introduzione dell'IGT Sebino è un downgrade da DOC a IGT da parte di alcuni produttori); a parte rari casi, l'IGT è un

3.3.2 Grado di soddisfazione rispetto alla tutela accordata dal sistema comunitario alla vostra IGT

mero declassamento della DOC”.

Consorzio IGT Terre Lariane:

“Alto – l’IGT è utile alla promozione del territorio, non solo e non tanto del vino; per ora c’è fermento da parte dei produttori a entrare nel Consorzio e a conformare la propria produzione al disciplinare IGT”.

Consorzio provinciale per la tutela dei vini mantovani DOC:

“Medio”.

Consorzio tutela vini Oltrepo pavese:

“L’IGT non è il focus dell’attività consortile, essa è però uno strumento duttile che permette di certificare il segmento produttivo più duttile e così rispondere alle esigenze del mercato interno e internazionale”.

3.3.3 Azioni/interventi operati dagli Enti territoriali (Comuni, Province e Regione) a supporto della promozione della produzione di qualità e in particolare delle IGT

AS.CO.VI.LO:

“Ci sono livelli e tipi di azioni diversi a seconda del livello: per il Comune si tratta di sentire le esigenze dei produttori (es. DE.CO), per le province si tratta di una valorizzazione d’area, le CCIAA devono assorbire, sedimentare e coagulare le esigenze degli imprenditori in un percorso di obiettivi: ‘... l’ente non ti salva, l’imprenditore deve portare l’Ente in un percorso progettuale”.

Consorzio Moscato di Scanzo: -

Consorzio Tutela Valcalepio:

“La Regione utilizza la l.r. 31/2008. Il Consorzio non attua azioni specifiche per le IGT: nelle fiere il Consorzio presenta le sue due DOP e l’IGT bergamasca; il Consorzio è stato accorpato così da avere un impatto maggiore si risponde alle esigenze delle diverse tipologie di clienti”.

Consorzio per la tutela del Franciacorta:

“[per le IGT] nessuno”.

Consorzio IGT Terre Lariane:

“Il Consorzio opera grazie ad un protocollo d’intesa che vede la partecipazione di: Consorzio, Regione Lombardia, Unioncamere, Provincia di Como e Provincia di Lecco (molto attive). Il protocollo è oggi operativo: sono previste tre riunioni di un tavolo tecnico tre volte l’anno. Tutti gli enti partecipanti al protocollo⁷⁷ con finanziamenti ad

⁷⁷ Fa riferimento al “Protocollo di intesa tra CCIAA di Como, Provincia di Como, CCIAA di Lecco, Provincia di Lecco, Regione Lombardia, Unioncamere Lombardia e Consorzio per la promozione e la tutela dei vini IGT Terre Lariane a supporto della valorizzazione delle produzioni vitivinicole dell’IGT “Terre Lariane”, di cui alla D.G.R. 6 dicembre 2011, n. IX/2638.

3.3.3 Azioni/interventi operati dagli Enti territoriali (Comuni, Province e Regione) a supporto della promozione della produzione di qualità e in particolare delle IGT

hoc di 5000 euro (una parte dei fondi proviene da un programma tra Unioncamere e Regione Lombardia)”.

Consorzio provinciale per la tutela dei vini mantovani DOC:

“Fino all’anno scorso il Consorzio ha goduto di finanziamenti (in totale di circa 27mila euro) da parte di Regione Lombardia attraverso la legge regionale 31/2008; il prodotto IGT era stato promosso anche all’estero – un’ottima cosa era l’inclusione del rimborso dell’IVA. Oggi è impossibile avere accesso alla misura 133 a causa del cofinanziamento che il Consorzio non è in grado garantire. A oggi, il sostegno logistico (che ospita gli uffici del Consorzio) e finanziario alle attività del Consorzio è fornito unicamente dalla Camera di Commercio provinciale”.

Consorzio tutela vini Oltrepo pavese:

“Né Regione Lombardia né le Camere di Commercio hanno implementato alcuna azione specifica di promozione per l’IGT Pavia”.

3.3.4 Azioni/interventi opportune e/o auspicabili promosse dagli Enti territoriali e in particolare da parte di Regione

AS.CO.VI.LO.:

“La Regione ha fatto molto!”

Consorzio Moscato di Scanzo:

“Sostegno logistico”.

Consorzio Tutela Valcalepio:

“La Lombardia ha investito per promuovere il suo nome ma «non abbiamo un vino IGT che rappresenti l’EXPO 2015»; urge la creazione di una “IGP Lombardia” attraverso la costituzione immediata di un tavolo tecnico di lavoro che predisponga l’IGP e coaguli il consenso in merito futuro delle singole IGT già per la vendemmia del 2014. Grazie alla creazione della IGP Lombardia la produzione del Consorzio potrebbe quadruplicare la produzione degli attuali 2 milioni di bottiglie (IGT bergamasca)”.

Consorzio per la tutela del Franciacorta:

“L’esigenza è un supporto alla promozione delle DOCG e, in minor misura, delle DOC – certamente non delle IGT”.

Consorzio IGT Terre Lariane:

“Il protocollo prevede un finanziamento per i prossimi 3 anni – il Consorzio è soddisfatto”.

Consorzio provinciale per la tutela dei vini mantovani DOC:

“Eventi che promuovano non solo il vino ma il territorio – ad es. attraverso l’abbinamento tra cibo e vino di qualità”.

3.3.4 Azioni/interventi opportune e/o auspicabili promosse dagli Enti territoriali e in particolare da parte di Regione

Consorzio tutela vini Oltrepo pavese:

“Nessuna in particolare; per il Consorzio, il prodotto IGT ha «solo valore di ricaduta.»”

3.3.5 Percezione dello stato del passaggio da IGT a IGP nell'ambito dell'Ente

AS.CO.VI.LO.:

“Certamente! Le IGT hanno margini permissivi e più ampi delle DOP; ma possono essere considerate come un passaggio “propedeutico” alle DOC, in un passaggio produttivo successivo è possibile restringere l’area e passare alle DOC e alle DOCG – passaggio necessario e propedeutico per le aree che non hanno storicamente produzione vitivinicola”.

Consorzio Moscato di Scanzo:

“Modifica della domanda: da vino da tavola a IGT. L’interesse non c’è, i produttori decidono consapevolmente di non aderire all’IGT. Uscita dal Valcalepio (DOC) per produrre la DOCG Moscato di Scanzo o per produrre vino da tavola”.

Consorzio Tutela Valcalepio:

“La nuova DOG Terra del Colleoni è nata dalle IGP già presenti; il percorso è lento ma l’obiettivo di produzione a cinque anni è 1 milione di bottiglie. Nella IGT bergamasca stanno entrando vitigni nuovi o autoctoni da far provare ai consumatori e, in un secondo momento, a seconda della risposta del mercato, da valorizzare (da IGT a DOP)”.

Consorzio per la tutela del Franciacorta:

cfr. risposta n. 2.

Consorzio IGT Terre Lariane:

“Il consorzio è in fase di consolidamento e ampliamento. L’upgrade è un obiettivo a tendere (idealmente prima che si crei una IGT Lombardia della quale si parla da tempo)”.

Consorzio provinciale per la tutela dei vini mantovani DOC:

“Sostanzialmente no. Anzi, i produttori vedono con timore il Piano di Controllo per le IGT. Si prospetta un’uscita di alcuni produttori dalle IGT (così come era accaduto in passato con la DOC a causa degli *erga omnes*)”.

Consorzio tutela vini Oltrepo pavese:

“Non nella realtà pavese, che, ha da sempre espresso produzioni di pregio (soprattutto DOC e DOCG)”.

3.3.6. Strumenti e canali di maggiore interesse nel passaggio da compiti di tutela a un insieme di interventi di promozione e valorizzazione delle produzioni vitivinicole

AS.CO.VI.LO.: -

Consorzio Moscato di Scanzo: -

Consorzio Tutela Valcalepio:

“È difficile dare una ricetta - alcune azioni che sembravano non funzionare negli anni possono assumere rilievo o viceversa. L’attività di promozione è sempre un mix e non deve essere dispersa in mille rivoli. È necessario un “nome forte” da portare avanti, quale potrebbe essere l’IGP Lombardia - nel mercato internazionale è fondamentale promuovere il territorio; quando si dice “Bordeaux” si parla di un territorio che offre una produzione vitivinicola pregio elevatissimo e prodotti di livello decisamente più basso. Serve dunque «spingere il territorio» - il rischio, come accade oggi, è che volendo rappresentare tutti non si promuova in modo efficace nessuno”.

Consorzio per la tutela del Franciacorta: -

Consorzio IGT Terre Lariane:

“Il protocollo d’intesa e anche un modesto finanziamento sono gli strumenti rivelatisi più utili per il Consorzio”.

Consorzio provinciale per la tutela dei vini mantovani DOC:

“Supporto logistico e finanziario”.

Consorzio tutela vini Oltrepo pavese:

“Ciò che conta è evitare la dispersione degli sforzi di promozione”.

3.4 Mappa delle questioni salienti per le IGT vino lombarde

Iniziative per la tutela e valorizzazione dei vini IGT

Il quadro rilevato evidenzia una situazione di azioni di promozione e valorizzazione dei vini IGT contrassegnata in molti casi da dinamismo, imprenditorialità e presenza, sia nei canali consolidati di promozione: eventi, fiere, mostre, pubblicitaria di settore, ecc., sia in manifestazioni enologiche a tema, percorsi turistici ed eno-gastronomici, cinematografia e documentaristica, letteratura di viaggio, ecc.

Si tratta di situazioni connotate dall’offerta dell’esperienza del vino nel suo contesto di produzione, in cui il territorio e le risorse locali sono coinvolte e rivalorizzate *anche* attraverso il loro vino che, per condizioni di coltivazione e ambientali, è spesso un’IGT contrassegnata dalla *rarietà*, dalla *rinascenza* (nei casi diversi dei Ronchi Varesini e delle Terre Lariane e, in ambito urbano, dell’Invernenga dei Ronchi bresciani nel capoluogo), dall’*avversità* e dalla *collocazione nella viticoltura di montagna* (è il caso delle Terrazze Retiche). Le piccole IGT sono vitali, le altre sono diversamente collocate e risentono - oltre che delle iniziative promosse dai produttori - dell’impegno dei Consorzi ed Enti di tutela, che si presenta fortemente diversificato per tipologia di iniziative e *modus operandi*.

La situazione lombarda infatti non vede una corrispondenza biunivoca tra Ente di tutela e IGT, anzi alla maggior parte delle 14 Indicazioni Geografiche non sono correlati altrettanti Consorzi e realtà associative ma, potenzialmente, tutti quelli esistenti potrebbero assumere questa funzione, per collocazione e presidio territoriale. La maggior parte dei Consorzi esistenti promuovono “anche” e alcuni di essi, solo le IGT: Terre Lariane e, come *mission*, l’Associazioni Vini varesini, per i Ronchi), ma la loro rappresentanza e promozione è parte attiva e fondante delle *policy* di alcuni Consorzi tra quelli intervistati insieme alle altre DO (Consorzio Tutela Valcalepio ed Ente tutela Vini mantovani) e riteniamo sia così anche per l’Ente Vini bresciano e il Consorzio Tutela dei Vini della Valtellina per le IGT che insistono sul loro territorio.

Altrettanto vero è che, in analogia alla piramide della qualità, la maggior parte dei Consorzi si è costituita sull’identità forte e sulle esigenze di qualificazione e promozione delle produzioni DOCG e DOC (Consorzi per la tutela del Franciacorta e Vini Oltrepo Pavese), considerate come primarie anche per le dimensioni qualitative della produzione. La selettività in questi casi è percepita come un valore e una specializzazione di competenze e azioni, collocando le IGT in una componente residuale.

Sintesi:

una diversificazione e ampliamento degli scopi e delle azioni dei Consorzi, basati sull’adozione di un’adeguata strategia enologica oltre che di mercato, dedicata alle IGT, dovrebbe giovare di un’azione di conoscenza ad ampio spettro, rivolta sia ai potenziali richiedenti l’IG, sia ai consumatori, in linea con quanto auspicato dalla recente pronuncia del 2011 della Corte dei Conti europea,⁷⁸ avvalendosi del ruolo dell’AS.CO.VI.LO. e di un supporto nelle politiche regionali di informazione dei consumatori, nella misura in cui si cogliesse - in modo più partecipato di quanto oggi sia percepibile - il potenziale di sviluppo enologico, produttivo e di valorizzazione del proprio territorio rappresentato dai vini IGT.

Grado di soddisfazione rispetto alla tutela accordata dal sistema comunitario all’IGT

Le risposte fornite dai Responsabili dei Consorzi sono del massimo interesse, perché smentiscono due ipotesi diffuse nella letteratura di settore in seguito all’introduzione della riforma OCM Vino: la prima è che vi sia un movimento lineare dall’IGT a IGP e la seconda, che preconizza una direzione univoca nel passaggio dall’IGT alla DOC, cioè una progressione lineare nella scala della qualità.

Se l’IGT è l’esito di un percorso di credibilità e qualificazione sia a livello aziendale, sia per le diverse risorse presenti sul territorio, emerge dalle interviste con chiarezza la sua caratteristica di *elemento plastico* nella costruzione del ciclo della qualità della denominazione: di avvio e/o ripresa della “*storia viticola*” per alcune aree (C. Panont,

⁷⁸ “...La Commissione dovrebbe anche definire una strategia per sensibilizzare maggiormente al sistema delle IG i potenziali richiedenti e i consumatori e per ricercare mezzi più efficaci per promuovere il sistema tra gli stessi” In. Rapporto speciale n. 11/2011 della Corte dei Conti Europea, in: “*Il ruolo di garanzia dei consorzi di tutela*” (2012), cit., p. 5.

AS.CO.VI.LO.), di *“personalizzazione”* del vino, da un lato, di *adattamento* a esigenze del mercato (Consorzio tutela vini Oltrepo Pavese) e di potenziale ricerca di *una denominazione territoriale di livello superiore* (*“...una IGT Lombardia”*, per il Consorzio Tutela Valcalepio) dall'altro, la promozione di un percorso di individuazione a livello regionale di una riforma delle IGT promosso dagli stessi stake-holder potrebbe costituire una *chance* per andare oltre la frammentazione e la non sufficiente riconoscibilità delle attuali 14 IGT.

Sintesi:

i vini a IGT costituiscono un segmento di produzione vitivinicola di qualità, duttile e *“flessibile”*, associabile a un'identità di prodotto e territorio di origine. Per tale segmento diviene essenziale la verifica del cosiddetto *“capitale reputazionale del nome geografico utilizzato”*,⁷⁹ cioè l'assunzione di una strategia di valorizzazione in quanto *“brand territoriale”* capace di intercettare e alimentare i fattori costitutivi della sua attrattività (storica, antropologica, ambientale, ecc.), non solo come sedimento storico amministrativo. In questo senso, non si pone tanto una questione di *namining* e di *marketing*, ma del nesso tra nome dell'IGT come da disciplinare e il suo cosiddetto *brand* territoriale e, ancora se l'insieme delle IGT potrebbe giovare e dell'associazione al nome proprio dell'IGT di quello della Regione: Lombardia e/o di una strategia che proponga tipologie di vino nuove e più ampie, quindi denominazioni di classe superiore: *“Merlot Lombardia”* (Consorzio Tutela Vini Valcalepio).

Azioni/interventi operati dagli Enti territoriali (Comuni, Province e Regione) a supporto della promozione della produzione di qualità e in particolare delle IGT

E' difficile non assumere come un vero e proprio programma di lavoro, la distinzione e cooperazione dei ruoli istituzionali in tema di valorizzazione dei vini di qualità, indicata da C. Panont (AS.CO.VI.LO): *“Ci sono livelli e tipi di azioni diversi a seconda del livello: per il Comune si tratta di sentire le esigenze dei produttori (es. DE.CO), per le province di tratta di una valorizzazione d'area, le CCIAA devono assorbire, sedimentare e coagulare le esigenze degli imprenditori in un percorso di obiettivi: ‘... l'ente non ti salva, l'imprenditore deve portare l'Ente in un percorso progettuale”*, insieme alla sottolineatura dell'autonomia e imprenditorialità come caratteristica di quelle produzioni. Se questa è la cifra della situazione auspicata, nelle interviste si colgono sia accenti diversi nella scelta di strategie unitarie per le DOP e l'IGT (è il caso del Consorzio Tutela Valcalepio), sia nell'adozione di strategie proattive che mettono intorno a un tavolo qualificato tutti i livelli istituzionali (Province, Unioncamere) nel caso delle IGT Lariane. Sia pure nel quadro del cambio indotto dall'OCM vino e dal venir meno dei cosiddetti Aiuti di Stato, ci sono margini per azioni positive, accanto a difficoltà strutturali (segnalate, p. esempio, dal Consorzio provinciale per la tutela dei vini mantovani DOC).

Sintesi

Le IGT risultano sottoposte quanto le DOC e DOCG all'esigenza di una verifica e

⁷⁹ Si veda l'articolo di G. Belletti e A. Marescotti (2008), cit.

Sintesi

valutazione continua delle condizioni di sostenibilità del proprio percorso produttivo per la qualità. Nell'ambito di questa verifica, la misurazione della remunerazione possibile e la conoscenza di regole, bandi e progetti, accesso a contributi per risorse economiche e non, definiti dalle Autonomie locali e dagli Enti come CCIAA, ecc. sono sempre di più richiesti nelle competenze d'impresa e come parte di un'interlocuzione qualificata con gli Enti, Agenzie, ecc. Tale interazione è parte del progetto della DO e della sua ricaduta territoriale (un mix di risorse e competenze che cooperano, come nel caso esemplificato dal Protocollo Terre Lariane, cit.), realizzato con risorse dell'AdP (Accordo di programma per lo sviluppo economico e la competitività)⁸⁰.

L'impatto della riforma OCM, inoltre spinge all'utilizzo delle misure dei minimi della PAC ma, anche questo sembra accessibile a fronte di una capacità che sembra più pertinente il livello del Consorzio e di soggetti in rete, capaci di cooperare per implementare una strategia di filiera e a scala territoriale, piuttosto che basata sulla sola azienda vitivinicola.

Azioni/interventi opportune e/o auspicabili promosse dagli Enti territoriali e in particolare da parte di Regione

Vi è chi si dichiara soddisfatto dell'offerta, come AS.CO.VI.LO.: *"La Regione ha fatto molto!"* e chi cambia la domanda, ponendo concretamente la questione di creare *"un vino IGT per l'EXPO"* (Consorzio Consorzio Moscato di Scanzo), di cui intravedono la potenzialità di mercato per i prodotti di qualità, come è confermato dal Consorzio per la tutela dei vini Valcalepio con la proposta della recente *"Guida enoturistica di Bergamo e dintorni"*, indicatore del bisogno di attrezzarsi per Expo con lungimiranza, coinvolgendo tutte gli attori del territorio.⁸¹

Accanto a questa consapevolezza, raccogliamo la preoccupazione di alcuni operatori per l'assenza sinora di una riflessione sul posizionamento dei prodotti agroalimentari

⁸⁰ Si veda la D.g.r. IX/2638/2011 cit.

⁸¹ "... Il nostro obiettivo è quello di informare il consumatore di quali sono i locali, dislocati in città e provincia, che offrono il vino del territorio ai propri ospiti: ecco perché abbiamo raccolto informazioni relative agli orari di apertura, ai turni di chiusura, alle ferie, alle disponibilità di posti (interni ed esterni) e i contatti. Nessuno di noi intende ergersi a giudice, l'obiettivo è informare il consumatore. ... Ecco perché la guida, edita in lingua italiana e inglese, sarà distribuita in forma gratuita presso gli Iat di Bergamo e Provincia, all'aeroporto Caravaggio di Orio al Serio, presso i Ristoranti e le Enotecche aderenti e nelle aziende del circuito ospitalità. ... Già, le aziende, il cuore pulsante del Consorzio e del Valcalepio', ricorda Giovanni de Ferrari, vicepresidente del Consorzio, 'Sono proprio i produttori a ricoprire un ruolo di grande importanza non solo nella produzione ma anche nella promozione del territorio che abitano e dei prodotti che ne derivano, il vino in primo luogo'. Ancora, in relazione a Expo, le parole di Sergio Cantoni: *"Un ottimo inizio"*, ecco cosa rappresenta la guida per Sergio Cantoni, direttore del Consorzio, *"Questa edizione si propone di essere la prima di una serie: vorremmo allargare l'area anche fuori dalla nostra provincia, in previsione di Expo 2015. Una pubblicazione come questa potrebbe rivelarsi un utilissimo strumento di divulgazione per i turisti e per tutti coloro che raggiungeranno l'Italia e Bergamo in occasione di quest'appuntamento internazionale. Siamo convinti che la stragrande maggioranza dei turisti venga in Italia con l'intenzione di conoscere meglio il nostro territorio e i prodotti che offre, e il nostro obiettivo è quello di fornirgli tutti gli strumenti per farlo."* Tratto da: *"Il vento dell'estate porta con sé grandi novità: è pronta la guida enoturistica di Bergamo e provincia del Consorzio Tutela vini Valcalepio"* (<http://www.valcalepio.org/newsite2010/>).

regionali e chi si attesta sulla positività delle scelte compiute: *“Eventi che promuovano non solo il vino ma il territorio – ad es. attraverso l’abbinamento tra cibo e vino di qualità”* (Consorzio provinciale per la tutela dei vini mantovani DOC) e chi, infine, codifica l’invisibilità delle IGT nel raggio di azione del Consorzio, nel momento in cui il per l’Oltrepo pavese, si conferma la centratura sulle produzioni “alte”, in quanto *“... il prodotto IGT ha «solo valore di ricaduta.»*

Sintesi

Nelle risposte a questa domanda la relazione tra vino e territorio appare più debole, nel senso che si registra una presenza e un ruolo delle Autonomie locali accertato, ricco di iniziative e occasioni promozionali e forme di supporto, accanto all’esigenza di un tipo di attivazione e di azioni di facilitazione nel caso di Expo 2015, che solo un Ente sovra comunale – elettivamente la Regione – può agire ed essere in grado di mettere in moto, creando un coagulo delle energie e delle competenze d’impresa, istituzionali e del sistema delle conoscenze, tale da dare valore alla produzione agroalimentare di qualità, lombarda e non, entro un contesto planetario e secondo una logica di partenariato.

Percezione dello stato del passaggio da IGT a IGP nell’ambito dell’Ente

Non è possibile riportare a un denominatore comune le risposte dei Responsabili, nella misura in cui corrispondono a due direzioni co-presenti ma in parte divaricate: la prima, contraddistinta da *progressività e propedeuticità* nell’adozione di un modello vitienologico, per cui le IGT hanno caratteristiche di flessibilità tali da costituire *“un passaggio “propedeutico” alle DOC”* (C. Panont, (AS.CO.VI.LO.); *adattività*, per cui a un protocollo di qualità sostenibile, corrispondono verifiche di e innovazioni: *“...Nella IGT bergamasca stanno entrando vitigni nuovi o autoctoni da far provare ai consumatori e, in un secondo momento, a seconda della risposta del mercato, da valorizzare (da IGT a DOP)”* per il Consorzio Tutela Valcalepio, o nel caso delle Terre lariane, *“un obiettivo a tendere”*, da contemperare con la crescita e il radicamento del Consorzio; la seconda direzione è contrassegnata dall’*incertezza* e dall’opzione IGT come *riduzione*, discesa nella scala della qualità come testimonia la dichiarazione del Consorzio Consorzio Moscato di Scanzo: *“Modifica della domanda: da vino da tavola a IGT. L’interesse non c’è, i produttori decidono consapevolmente di non aderire all’IGT. Uscita dal Valcalepio (DOC) per produrre la DOCG Moscato di Scanzo o per produrre vino da tavola”*.

In questo contesto, è possibile ipotizzare che vi siano segmenti in cui le opzioni sono o/o (le DOC e DOCG, oppure c’è solo il vino da tavola!) e che in essi non sia “pensabile” una IG come spazio di ricerca e innovazione. In tali segmenti il recupero di vigneti abbandonati e vitigni autoctoni non dovrebbe aver cittadinanza a vantaggio invece di scelte sicure, del tipo o/o. Vi è, ultimo ma non secondario, il tema dei controlli, che innesca incertezza e uscite potenziali dal ciclo della qualità: *“... i produttori vedono con timore il Piano di Controllo per le IGT. Si prospetta un’uscita di alcuni produttori dalle IGT (così come era accaduto in passato con la DOC a causa degli erga omnes)”*, secondo il Consorzio di tutela dei vini mantovani.

Sintesi

Non c’è ancora una politica adeguata per questo transito, in quanto laddove ci sono

Sintesi

risorse e competenze, esse sono state messe in campo e si intravede l'opportunità della denominazione protetta; dove ci sono fattori di debolezza congiunturali o relativi alle IG, la transizione da IGT a IGP può indurre regressioni e uscite dal sistema di gestione dell'IG, oppure può non essere avvertita come una sfida positiva per la concentrazione esclusiva sulle esigenze delle DOCG e DOC degli Enti di tutela. Di rilievo la constatazione che tra gli intervistati non sembrano invece aver peso le preoccupazioni relative alla concorrenza dei vini varietali e da tavola. Il tema appare quello delle condizioni e dei fattori di permanenza nel sistema delle IG e quindi un'analisi più ampia andrebbe dedicata alla tenuta dell'intera loro filiera produttiva e commerciale.

Strumenti e canali di maggiore interesse nel passaggio da compiti di tutela a un insieme di interventi di promozione e valorizzazione delle produzioni vitivinicole

Gli elementi condivisi sono il richiamo a una capacità di *coordinamento e contenimento della dispersione delle iniziative di promozione*, alla messa in campo di *una strategia multilivello*, in grado di agire nei territori e a scala internazionale, articolata negli strumenti e nei canali, rispetto a cui il tema di un riordino delle IGT ritorna, con possibili sbocchi indirizzati sia verso l'esigenza di una *riduzione* delle IGT attuali, sia di una *IG regionale*, perché: *“È necessario un “nome forte” da portare avanti, quale potrebbe essere l'IGP Lombardia – nel mercato internazionale è fondamentale promuovere il territorio; quando si dice “Bordeaux” si parla di un territorio che offre una produzione vitivinicola pregio elevatissimo e prodotti di livello decisamente più basso. Serve dunque «spingere il territorio» - il rischio, come accade oggi, è che volendo rappresentare tutti non si promuova in modo efficace nessuno”* (Consorzio Tutela Valcalepio).

Sintesi

Valorizzare le IGT significa *“spingere il territorio”*, pensare insieme la strategia del prodotto e del suo mondo di riferimento. Si tratta di una sfida per le culture organizzative dei Consorzi, che necessitano di supporto e incentivazioni ad assumere un nuovo ruolo, certamente consapevoli della parallela riduzione delle risorse economiche per politiche di promozione in una fase di crisi economica e, insieme, si pongono esigenze nuove all'iniziativa di regolazione delle policy in questo settore, adeguate alla consapevolezza della debolezza di un'azione sul prodotto che non tenga conto della promozione del territorio nel suo insieme (attrattività e competizione).

Forme di supporto ritenute più utili ed efficaci (p. es. protocolli di intesa, eventi culturali, iniziative nell'ambito delle misure de minimis della PAC, ecc.)

e

Altri problemi, esigenze, criticità ritenute rilevanti al fine di una valorizzazione dei vini lombardi a IGT

L'esigenza condivisa è quella della necessità di un'azione di qualificazione e regolazione per rimettere a fuoco "Il posizionamento, l'origine geografica deve poter riportare all'Italia e alla Lombardia in modo chiaro: nel mercato non vicinale è possibile parlare di vini lombardi; occorrerebbe ottimizzare i casi di successo per migliorare la percezione viticola di tutta Regione Lombardia" (AS.CO.VI.LO.), in ragione del fatto che le IGT lombarde devono stare nel quadro del mercato internazionale e che nel loro insieme "abbracciano uno spazio-area in una sorta di made in - un grande territorio produttivo UE" (ivi). Riposizionare le IG lombarde in un contesto più ampio, riporta al tema sia di una loro semplificazione e investimento su IGT trasversali: *"Interesse per una IGT Lombardia del tipo: Merlot Lombardia"* (Consorzio Moscato di Scanzo), anche perché per il Consorzio Tutela Valcalepio: *"I vitigni internazionali non sono difesi, sarebbe un'ottima opportunità poter tutelare un "Lombardia Merlot", un "Lombardia Pinot Grigio" - così che il consumatore potrebbe almeno sapere che il vino proviene dalla Lombardia e, i produttori potrebbero rispondere meglio alle esigenze del mercato avendo a loro disposizione un bacino di reperimento del prodotto più ampio. I vini da 3,4,5 euro la bottiglia sono quelli che fanno la base e sono di qualità e vanno tutelati"*, sia sul rischio paventato dal Consorzio tutela vini oltrepo pavese, per cui: *"Un'IGT Lombardia non creerebbe nuove opportunità a meno di eliminare le IGT esistenti (soprattutto quelle più piccole)"*.

Ma sulla forza traente del nome Lombardia i pareri divergono, infatti per il Consorzio per la tutela del Franciacorta, un'analisi parallela conduce a esiti diversificati, con la rivalutazione delle denominazioni consolidate: *"In generale la Lombardia non è un toponimo conosciuto all'estero (come invece accade per il Bordeaux e, in misura minore, per la Toscana) - è inutile spingere il nome "Lombardia" (che non è conosciuta per il vino); ciò è ancor meno opportuno in vista di Expo 2015 e tanto meno per una IGT! Expo2015 deve rappresentare l'eccellenza; si deve puntare sulla promozione dei toponimi delle singole aree, come la Franciacorta, che esprimono un'elevata qualità e capacità enologica. Strategicamente non v'è motivo di mettere risorse sul fronte IGT, nemmeno per Regione Lombardia; non è necessario puntare sull'entry level né sui volumi quanto sulle produzioni di altissimo pregio e sulla loro diversità/diversificazione"*.

Sintesi

Le esigenze di tutela / valorizzazione tendono a polarizzarsi in questi pareri finali, portando la prima a identificarsi con le DO e le DOCG e la seconda con le IGT. I termini della situazione in cui si pone la questione IGT presentano una complessità reale e hanno retroazioni su tutte le produzioni vitivinicole di qualità. Ma quello che pare un limite, è nel caso delle IGT, un potenziale ancora da spendere a pieno, ossia il legame con il territorio che anche i Rappresentanti dei Consorzi e degli Enti di tutela hanno richiamato, come un'attitudine vocazionale, promozionale e di utilizzo di tutte le corde e i fattori a disposizione.

PARTE 2. EXPERTISE GIURIDICA

TUTELA DELLA DENOMINAZIONI GEOGRAFICHE DEI VINI E LEGISLAZIONE EUROPEA DI RIFERIMENTO

1.1 I quesiti

Le tematiche proposte dalla ricerca hanno reso necessaria l'espressione di un parere giuridico⁸², incentrato sull'esigenza di costruire un quadro generale di riferimenti normativi delle politiche per la qualità nel settore vitivinicolo (percorso di riforma OCM) all'interno del quale collocare le esigenze delle produzioni IGT lombarde.

A tale istanza di tipo generale, nella prima fase di studio, sono state associate almeno due questioni rilevanti, condensate nelle domande:

1) nella "transizione" dalle IGT all'IGP, quali leve e tipi di interventi (normativo, regolazione, indiretto, ecc.) sono disponibili nelle competenze del Consiglio regionale e nell'iniziativa dell'VIII Commissione? E, in questo contesto quali sono i riferimenti rilevanti nella disciplina e giurisprudenza comunitaria?

2) è possibile esprimere una valutazione sul piano giuridico circa le opportunità e margini di valorizzazione delle IGT e dell'iniziativa privata in alcune opzioni introdotte recentemente nella legislazione regionale lombarda, relative a:

- promozione e supporto dei prodotti tipici - e in particolare dei marchi a valenza territoriale e collettivi con la l.r. 9 febbraio 2010, n. 9, intitolata: Modifiche alla legge regionale 5 dicembre 2008, n. 31, tutela del suolo, sistemi di etichettatura, con la valorizzazione dei prodotti tipici e locali tramite un'integrazione auspicata delle informazioni disponibili nelle etichette dei vini e, ancora, la valorizzazione dei prodotti enologici di qualità con la rete delle enoteche regionali con la l.r. 28 dicembre 2011, n. 25 (ancora modifiche al TU sopra citato),

- sostegno dell'associazionismo in tema di cultura del cibo e della gastronomia, con la l.r. 23 maggio 2011 n. 10.

Stante questo insieme di esigenze, la richiesta di approfondimenti e dell'espressione di un parere giuridico è stata integrata e modificata in relazione alle risultanze di un'indagine prevista nell'ambito della ricerca e nel frattempo conclusasi, svolta presso le organizzazioni più significative dei produttori sul territorio della Lombardia⁸³, dalla quale è emerso, ai fini dell'espressione del citato parere giuridico, in estrema sintesi, quanto segue:

1) una certa divergenza di vedute fra gli attori del territorio circa l'utilità della IGT/IGP in sé e ancor più sulle possibili linee di sviluppo futuro della politica di qualità nello specifico settore;

⁸² Il parere e il Capitolo sono stati redatti dal Dott. Avv. Vito Rubino.

⁸³ I Responsabili tecnici dei Consorzi e il Direttore di AS.CO.VI.LO. (Associazione Consorzi Vini Lombardi) sono stati invitati a rispondere a una serie di domande sui temi delle produzioni vitivinicole di qualità e IGT, tramite interviste telefoniche e/o risposta scritta. Di tale indagine si restituiscono i risultati nel capitolo 3, Parte 1.

2) la convergenza di alcuni operatori sull'esigenza di riordinare il panorama delle IGT lombarde, semplificandolo anche attraverso la creazione di una IGT "Lombardia";

3) la convergenza di diversi operatori sulla necessità di rafforzare l'elemento geografico/territoriale onde poter cogliere l'opportunità offerta da Expo 2015 e valersi dell'Italian Sounding sui mercati internazionali. In questo senso gli operatori hanno in parte segnalato la "debolezza" sul piano internazionale del riferimento geografico "Lombardia" (ritenuto meno noto rispetto ad altre Regioni italiane come ad esempio la Toscana);

4) *Una variegata esigenza di sostegno economico ai Consorzi*, che, tuttavia, presenta caratteri frammentari e talvolta sconfinanti nella richiesta di un vero e proprio aiuto al funzionamento.

In relazione al quesito posto ed agli sviluppi seguenti si osserva quanto segue.

1.2 La riforma dell'O.C.M. VINO e la progressiva convergenza dei sistemi di protezione e valorizzazione della qualità agroalimentare nell'Unione europea

Il settore della produzione e del commercio dei vini è stato oggetto a partire dagli anni sessanta di numerosi interventi regolatori comunitari.

Il Legislatore europeo, riconducendo la materia al contesto delle c.d. "organizzazioni comuni di mercato" (di seguito O.C.M., ossia strumenti normativi attraverso i quali sono stati disciplinati i mercati agricoli comunitari e i relativi strumenti di sostegno nel più generale contesto della P.A.C. - Politica Agricola Comune)⁸⁴ ha infatti regolato per la prima volta in modo organico il comparto vitivinicolo con il Regolamento del Consiglio nr. 24/62 del 4 aprile 1962⁸⁵, in cui, fra l'altro, ha posto le prime basi per il controllo del mercato attraverso l'istituzione di un catasto vitivinicolo e la denuncia obbligatoria delle produzioni, nonché enucleato le prime basi giuridiche per lo sviluppo di una successiva politica di qualità nello specifico settore.

⁸⁴ La Corte di giustizia C.E.E. ha definito nella sentenza 13 novembre 1964 (cause riunite 90 e 91/63, Commissione c. Lussemburgo) l'O.C.M. come "quel complesso di provvidenze e strumenti giuridici di cui gli organi competenti si servono per controllare e normalizzare il mercato di cui si tratta". In sostanza l'O.C.M. è costituita da un insieme di misure riconducibili alla regolamentazione dei prezzi, alle sovvenzioni alla produzione e alla distribuzione, alla costituzione di scorte, alla stabilizzazione delle importazioni e delle esportazioni, tutte riconducibili a quello che allora costituiva il c.d. "primo pilastro" della P.A.C. (mercato dei prodotti agricoli e relativo sostegno). Nel settore vitivinicolo, come si dirà, l'O.C.M. ha incluso sin dall'inizio anche disposizioni relative alla qualità dei prodotti mediante valorizzazione della loro origine e dei metodi di ottenimento, assumendo così anche forma di "intervento strutturale".

⁸⁵ Cfr. il Regolamento del Consiglio nr. 24 relativo alla graduale attuazione di una organizzazione di una Organizzazione Comune del mercato vitivinicolo, in G.U.C.E. 989 del 20.4.1962 p. 1 e ss.

Il regolamento, più volte modificato, è stato riformato ad opera dei regolamenti C.E.E. 816 e 817/70 del Consiglio⁸⁶ in cui i due temi (regolazione del mercato vitivinicolo e tutela della qualità di vini prodotti in regioni determinate) sono stati separati.

I regolamenti del Consiglio nr. 337/7987 e 822/8788, hanno, in particolare, affrontato il problema delle eccedenze produttive ribadendo il divieto di nuovi impianti e riformando il sistema delle distillazioni, mentre il regolamento 338/7989, come modificato successivamente dal regolamento 823/8790, ha completato la c.d. "seconda riforma" dell'O.C.M. vitivinicolo sul versante della tutela e della valorizzazione dei vini di qualità prodotti in regioni determinate (contrassegnati a livello comunitario dalla sigla V.Q.P.R.D.).

Nel 1999 la Comunità europea ha varato la terza riforma dell'O.C.M. vino attraverso il regolamento 1493/1999 del 17 maggio 1999⁹¹ che, ripristinando l'unitarietà del quadro giuridico, ha rafforzato gli strumenti di coordinamento dell'offerta ed eliminato gli incentivi alla produzione, sostenendo le produzioni di qualità mediante specifiche disposizioni di presentazione e comunicazione.

La complessa riforma della P.A.C., avviata nel 2003 con un ripensamento complessivo degli strumenti di sostegno e di sviluppo rurale, ha portato - fra l'altro - alla fusione in un unico strumento delle 21 O.C.M. precedenti, grazie all'approvazione del regolamento 1234/07 CE⁹² del 22 ottobre 2007.

La profonda revisione del sistema ha, da ultimo, coinvolto anche il settore che qui interessa, riformato per la 4° volta con il regolamento 479/2008 del 29 aprile 2008⁹³, il

⁸⁶ Cfr. i regolamenti del Consiglio nr. 816/1970 del 28.4.1970 relativo a disposizioni complementari in materia di organizzazione comune del mercato vitivinicolo, in G.U.C.E. L 99 del 5.5.1970, pp. 1-19, e 817/1970, del 28 aprile 1970, che stabilisce disposizioni particolari relative ai vini di qualità prodotti in regioni determinate G.U.C.E. L 99 del 5.5.1970, p. 20-25.

⁸⁷ Cfr. Regolamento (CEE) n. 337/79 del Consiglio, del 5 febbraio 1979, relativo all'organizzazione comune del mercato vitivinicolo, in G.U.C.E. L 54 del 5.3.1979, p. 1-47.

⁸⁸ Cfr. Regolamento (CEE) n. 822/87 del Consiglio del 16 marzo 1987 relativo all'organizzazione comune del mercato vitivinicolo G.U.C.E. L 84 del 27.3.1987, pp. 1-58.

⁸⁹ Cfr. Regolamento (CEE) n. 338/79 del Consiglio, del 5 febbraio 1979, che stabilisce disposizioni particolari per i vini di qualità prodotti in regioni determinate, G.U.C.E. L 54 del 5.3.1979, p. 48-56.

⁹⁰ Cfr. Regolamento (CEE) n. 823/87 del Consiglio del 16 marzo 1987 che stabilisce disposizioni particolari per i vini di qualità prodotti in regioni determinate, in G.U.C.E. L 84 del 27.3.1987, p. 59-68.

⁹¹ Cfr. Regolamento (CE) n. 1493/1999 del Consiglio del 17 maggio 1999 relativo all'organizzazione comune del mercato vitivinicolo, in G.U.C.E. L 179 del 14.7.1999, p. 1-84.

⁹² Cfr. Regolamento (CE) n. 1234/2007 del Consiglio, del 22 ottobre 2007, recante organizzazione comune dei mercati agricoli e disposizioni specifiche per taluni prodotti agricoli (regolamento unico OCM) G.U.U.E. L 299 del 16.11.2007, pp. 1-149. La prima versione del regolamento non includeva tutte le O.C.M. persistenti. In particolare non erano incluse la O.C.M. ortofrutticoli (reg. 1182/2007 del 26.9.2007) le carni bovine (reg. 700/2007 del 11.6.2007) e, come si dirà, il settore vitivinicolo (reg. 479/2008 del 29.4.2008), nonché i settori dello zucchero, delle sementi e dei prodotti lattiero-caseari (regg. 1260/2007, 1247/2007/1152/2007). Le discipline citate sono state successivamente incluse nel regolamento unico O.C.M. 1234/07 ad opera del regolamento 361/2008 del 14.4.2008 e, per il vino, del regolamento 491/2009. Il regolamento unico O.C.M. ha altresì inglobato i settori dell'alcole etilico (reg. 670/2003) dei prodotti dell'apicoltura (reg. 797/2004) e della bachicoltura (reg. 1544/2006), ancorché in precedenza non regolati da specifiche O.C.M. Resta invece esclusa dal regolamento l'organizzazione comune della pesca di cui al regolamento 104/2000 del 17.12.1999.

⁹³ Cfr. Regolamento (CE) n. 479/2008 del Consiglio, del 29 aprile 2008, relativo all'organizzazione comune del mercato vitivinicolo, che modifica i regolamenti (CE) n. 1493/1999, (CE) n. 1782/2003, (CE) n. 1290/2005 e (CE) n. 3/2008 e abroga i regolamenti (CEE) n. 2392/86 e (CE) n. 1493/1999, G.U.U.E. L 148 del 6.6.2008, p. 1-61.

cui contenuto è stato successivamente trasfuso nel regolamento unico O.C.M. 1234/2007 ad opera del regolamento 491/2009 del 25 maggio 2009⁹⁴.

La disciplina del vino si trova, quindi, oggi gerarchicamente regolata dal regolamento 1234/07 CE, dalle disposizioni esecutive emanate dalla Commissione europea (cfr., in particolare, i regolamenti 555/2008 del 27.6.2008 relativo ai programmi di sostegno, agli scambi con i Paesi terzi, al potenziale produttivo e ai controlli nel settore vitivinicolo⁹⁵, 436/2009 del 26.5.2009 relativo allo schedario viticolo ed alle dichiarazioni obbligatorie⁹⁶ e 607/2009 del 14.7.2009⁹⁷ sulle denominazioni geografiche, le menzioni tradizionali e l'etichettatura dei vini), nonché dalle relative norme nazionali di adattamento dell'ordinamento interno (per l'Italia principalmente il decreto legislativo 8 aprile 2010 n. 61⁹⁸ con relativi decreti ministeriali attuativi e normative regionali correlate).

1.3 Ragioni della riforma dell'O.C.M. vino ed aspetti più rilevanti

La recente riforma della O.C.M. vino deve ovviamente essere collocata nel quadro del più generale ripensamento della P.A.C., che a partire dal 2003 ha progressivamente "sganciato" le misure di sostegno dai profili quantitativi (c.d. "disaccoppiamento") puntando sull'implementazione della qualità e della competitività dei prodotti agricoli sui mercati nazionali ed internazionali.

⁹⁴ Cfr. Regolamento (CE) n. 491/2009 del Consiglio, del 25 maggio 2009, che modifica il regolamento (CE) n. 1234/2007 recante organizzazione comune dei mercati agricoli e disposizioni specifiche per taluni prodotti agricoli (regolamento unico OCM), G.U.U.E. L 154 del 17.6.2009, pp. 1-56. La trasposizione ha dato origine ad una frantumazione della disciplina, resa necessaria dalla stessa struttura della O.C.M. unica, che regola i singoli aspetti (misure di sostegno, norme di commercializzazione etc.) in modo unitario per tutti i prodotti trattati. La disciplina vitivinicola si trova, così, oggi collocata come segue: artt. 85bis/85quinquies sul potenziale produttivo; 103decies/ 103octovicies sui programmi di sostegno; 113quater/ 113quinquies sulle norme di commercializzazione; 118bis/ 118novovicies sulle DOP- IGP e menzioni tradizionali; 120bis/ 120octies sulle regole di produzione; 125sexdecies sulle organizzazioni di produttori; 158bis sulle importazioni di vino; 182bis sulla distillazione; 188bis sulle comunicazioni e valutazione nel settore vitivinicolo; 190bis sul trasferimento di risorse disponibili nel settore vitivinicolo allo sviluppo rurale; 194bis sul sistema integrato di gestione e di controllo; 196 sull'organizzazione del comitato di gestione; 203 ter sulle disposizioni transitorie.

⁹⁵ Cfr. Regolamento (CE) n. 555/2008 della Commissione, del 27 giugno 2008, recante modalità di applicazione del regolamento (CE) n. 479/2008 del Consiglio relativo all'organizzazione comune del mercato vitivinicolo, in ordine ai programmi di sostegno, agli scambi con i paesi terzi, al potenziale produttivo e ai controlli nel settore vitivinicolo, in G.U.U.E. L 170 del 30.6.2008, p. 1-80.

⁹⁶ Cfr. Regolamento (CE) n. 436/2009 della Commissione, del 26 maggio 2009, recante modalità di applicazione del regolamento (CE) n. 479/2008 del Consiglio in ordine allo schedario viticolo, alle dichiarazioni obbligatorie e alle informazioni per il controllo del mercato, ai DOCUMENTI che scortano il trasporto dei prodotti e alla tenuta dei registri nel settore vitivinicolo, in G.U.U.E. L 128 del 27.5.2009, p. 15-53.

⁹⁷ Regolamento (CE) n. 607/2009 della Commissione, del 14 luglio 2009, recante modalità di applicazione del regolamento (CE) n. 479/2008 del Consiglio per quanto riguarda le denominazioni di origine protette e le indicazioni geografiche protette, le menzioni tradizionali, l'etichettatura e la presentazione di determinati prodotti vitivinicoli, in G.U.U.E. L 193 del 24.7.2009, p. 60-139.

⁹⁸ Cfr. decreto legislativo 8 aprile 2010 n. 61 tutela delle denominazioni di origine e delle indicazioni geografiche dei vini, in attuazione dell'articolo 15 della legge 7 luglio 2009 n. 88, in G.U.R.I. n. 96 del 26.4.2010.

Essa, tuttavia, anche a motivo della specificità del settore, presenta tratti peculiari, evidenziati nei primi “considerando” del regolamento 479/2008 C.E.

Il 2° considerando afferma che “il consumo di vino nella Comunità è in calo costante, e dal 1996 le esportazioni di vino della Comunità crescono, in volume, ad un ritmo molto più lento delle importazioni. Ciò ha determinato un deterioramento dell’equilibrio tra domanda ed offerta che, a sua volta, si ripercuote negativamente sui prezzi e sui redditi dei produttori”.

In relazione a ciò il 3° e 4° considerando prendono atto che la riforma del 1999 attuata con il regolamento C.E. 1493/99 ha fallito l’obiettivo di cui all’art. 33 T.C.E. (oggi 39 T.F.U.E.)⁹⁹, incoraggiando il prodursi di eccedenze strutturali senza indurre alcun miglioramento strutturale (anzi ostacolando indebitamente le attività dei produttori competitivi).

Il 5° considerando illustra, di conseguenza, le finalità dell’intervento di riforma: “migliorare la competitività dei produttori di vino comunitari, rafforzare la notorietà dei vini comunitari di qualità come i migliori vini del mondo; istituire un regime vitivinicolo basato su regole chiare, semplici ed efficaci, che permettano di equilibrare la domanda e l’offerta; istituire un regime vitivinicolo in grado di salvaguardare le migliori tradizioni della produzione vitivinicola comunitaria, di rafforzare il tessuto sociale di molte zone rurali e di garantire che tutta la produzione sia realizzata nel rispetto dell’ambiente”.

La nuova O.C.M. vino, come è stato osservato¹⁰⁰, si basa dunque sulla razionale strutturazione del settore, “da ottenersi anche con l’espianto dei vigneti fuori mercato e con il trasferimento dell’8% dell’OCM vino verso i piani dello sviluppo rurale delle regioni vitivinicole, con una integrazione delle misure del Primo Pilastro in quelle del Secondo Pilastro come meglio definita dalle scelte effettuate a livello dei singoli Paesi membri nella formulazione e definizione dei propri piani di sostegno; una più specifica normativa a sostegno dei vini competitivi sul mercato mondiale; l’istituzione di programmi nazionali di sostegno che ogni singolo Stato membro formula scegliendo tra misure di sostegno dei redditi e misure di controllo dell’offerta”.

Le direttrici così sintetizzate, tutte volte a superare il precedente impianto giuridico giudicato inefficace, tendono a spostare risorse verso misure più dinamiche e propositive, anche grazie ad un maggiore coinvolgimento degli Stati membri che possono modulare gli interventi in funzione delle specificità del proprio territorio¹⁰¹ e del rafforzamento strutturale.

⁹⁹ L’articolo 39 T.F.U.E. recita: “1. Le finalità della politica agricola comune sono: a) incrementare la produttività dell’agricoltura, sviluppando il progresso tecnico, assicurando lo sviluppo razionale della produzione agricola come pure un impiego migliore dei fattori di produzione, in particolare della manodopera; b) assicurare così un tenore di vita equo alla popolazione agricola, grazie in particolare al miglioramento del reddito individuale di coloro che lavorano nell’agricoltura; c) stabilizzare i mercati; d) garantire la sicurezza degli approvvigionamenti; e) assicurare prezzi ragionevoli nelle consegne ai consumatori. 2. Nell’elaborazione della politica agricola comune e dei metodi speciali che questa può implicare, si dovrà considerare: a) il carattere particolare dell’attività agricola che deriva dalla struttura sociale dell’agricoltura e dalle disparità strutturali e naturali fra le diverse regioni agricole; b) la necessità di operare gradatamente gli opportuni adattamenti; c) il fatto che, negli Stati membri, l’agricoltura costituisce un settore intimamente connesso all’insieme dell’economia”.

¹⁰⁰ Cfr. A. Germanò, “L’organizzazione comune del mercato del vino”, RDA, 2010, p. 537.

¹⁰¹ Cfr., a titolo esemplificativo, il D.M. 8 agosto 2008 concernente le disposizioni nazionali di attuazione dei Regolamenti CE 479/2008 del Consiglio e 555/2008 della Commissione, per quanto riguarda l’applicazione della misura della riconversione e ristrutturazione dei vigneti (in G.U.R.I. n. 223 del 23.9.2008) e le norme regionali coordinate (e.g. l. r. 9/2009 Regione Toscana relativa alla disciplina per la

Nel contesto descritto assume particolare rilevanza la riforma della disciplina delle denominazioni di origine/indicazioni geografiche dei vini nella nuova O.C.M. vino.

Gli articoli da 118bis a 118 ter del regolamento 1234/07 CE contengono le disposizioni relative alla riforma del sistema di riconoscimento e valorizzazione delle denominazioni di origine ed indicazioni geografiche dei vini.

A questo riguardo è opportuno premettere che la tutela dei nomi geografici dei prodotti vitivinicoli oltre a corrispondere alla concreta esigenza di protezione dei consumatori (che tendono ad associare ai toponimi caratteristiche qualitative superiori e garanzie circa l'esistenza di un nesso agro-ambientale fra prodotto e territorio) costituisce un vincolo giuridico internazionale, atteso che l'Accordo TRIPs sugli aspetti di proprietà intellettuale allegato al Trattato di Marrakech (istitutivo del WTO)¹⁰² impone ex articolo 23 che i Membri (fra cui la Comunità europea- oggi Unione europea- ed i suoi Stati membri) implementino nei rispettivi ordinamenti giuridici un regime di protezione specifica basato sulla presenza di strumenti di contrasto e repressione dell'uso decettivo delle indicazioni geografiche nella designazione dei vini non originari della zona evocata, nonché sull'impegno ad avviare negoziati per la creazione di un sistema multilaterale di notifica e registrazione delle denominazioni dei vini (attualmente ancora in corso).

La disciplina comunitaria dell'O.C.M. vino precedente alla riforma del 2008 aveva basato il sistema di protezione delle indicazioni geografiche dei vini (ed assimilate) su di una sorta di "mutuo riconoscimento" delle decisioni nazionali.

Infatti a norma dell'articolo 54 del regolamento 1493/99 spettava agli Stati membri "trasmettere alla Commissione l'elenco dei V.Q.P.R.D. **da essi riconosciuti**, fornendo per ciascuno informazioni sulle normative nazionali che ne disciplinano la produzione e l'elaborazione per la **pubblicazione in Gazzetta Ufficiale serie "C"**. Alla Commissione veniva attribuito un ruolo meramente "notarile" rispetto a decisioni che venivano assunte a tutti gli effetti a livello nazionale.

Gli elementi evidenziati tratteggiano la diversità di questo settore rispetto al sistema di riconoscimento e protezione delle denominazioni geografiche degli altri prodotti agroalimentari: mentre nella disciplina sulle DOP - IGP degli altri prodotti agricoli l'attribuzione del riconoscimento avveniva - sin dal 1992- a livello comunitario con una procedura di coamministrazione che vedeva l'Autorità nazionale dotata al massimo di un potere di "protezione transitoria" all'interno del proprio territorio (cfr. il regolamento 2081/92 CEE relativo alla protezione delle denominazioni di origine e delle indicazioni geografiche dei prodotti agricoli ed alimentari¹⁰³ e la sua successiva riformulazione reg. 510/06 CE¹⁰⁴), nella disciplina contenuta da ultimo nel regolamento 1493/99 CE per il settore vitivinicolo spettava esclusivamente all'Autorità Nazionale la

gestione ed il controllo del potenziale viticolo, e correlato D.P. Giunta Regionale 52/R del 7.9.2009 "regolamento di attuazione L.R. 9/09".

¹⁰² Il Trattato incorpora i risultati dei negoziati dell'Uruguay Round, ed è stato firmato in Marocco il 15 aprile 1994. La Comunità europea ne ha autorizzato la conclusione con Decisione 94/800/CE del Consiglio, del 22 dicembre 1994, relativa alla conclusione a nome della Comunità europea, per le materie di sua competenza, degli accordi dei negoziati multilaterali dell'Uruguay Round (1986-1994) [Gazzetta ufficiale L 336 del 23.12.1994].

¹⁰³ Cfr. il Regolamento (CEE) n. 2081/92 del Consiglio, del 14 luglio 1992, relativo alla protezione delle indicazioni geografiche e delle denominazioni d'origine dei prodotti agricoli ed alimentari, in G.U.U.E. L 208 del 24.7.1992, p. 1-8.

¹⁰⁴ Cfr. il Regolamento (CE) n. 510/2006 del Consiglio, del 20 marzo 2006, relativo alla protezione delle indicazioni geografiche e delle denominazioni d'origine dei prodotti agricoli e alimentari, in G.U.U.E.L 93 del 31.3.2006, p. 12-25.

fase decisionale conclusiva del procedimento con attribuzione di una menzione "nazionale" (IGT, DOC, DOCG) cui al massimo si affiancava quella comunitaria (V.Q.P.R.D. e sue specificazioni).

A livello comunitario venivano svolte funzioni meramente dichiarative di ciò che veniva deciso dagli Stati membri¹⁰⁵.

Il nuovo regolamento innova profondamente questo aspetto, omogeneizzando la procedura per il riconoscimento e la tutela dei nomi geografici dei vini a quella degli altri prodotti agroalimentari (salvo alcune specificità di cui si dirà oltre).

Gli articoli 118bis- 118 ter del regolamento 1234/07 descrivono, infatti, un sistema assai simile a quello del regolamento 510/06 CE sulle DOP - IGP dei prodotti agroalimentari diversi dai vini, cui, peraltro, la riforma si è esplicitamente ispirata (come confermato dal 27° considerando introduttivo del regolamento 479/2008 CE¹⁰⁶).

Al riguardo preme anzitutto osservare che, sebbene la nuova disciplina delle denominazioni geografiche dei vini tenda comunque a "coesistere" con misure nazionali di politica della qualità (cfr. art. 118 bis co. 2 lett. c)¹⁰⁷ i procedimenti di riconoscimento e di tutela delle denominazioni e financo delle menzioni tradizionali- come si dirà- sono stati di fatto centralizzati a livello U.E., sicché i margini di operatività dei singoli Stati membri si sono notevolmente ridotti.

L'articolo 118 ter reg. 1234/07 CE detta i nuovi strumenti di riconoscimento delle denominazioni geografiche dei vini, abbandonando la vecchia classificazione V.Q.P.R.D. e le sue varianti¹⁰⁸ in favore di una omogeneizzazione al sistema di classificazione dei prodotti agroalimentari di qualità diversi dai vini:

¹⁰⁵ La circostanza è confermata dalla pubblicazione della decisione della Commissione in G.U.C.E. serie "C", ossia la Gazzetta Ufficiale riservata alle comunicazioni ed agli atti privi di valenza normativa. Per ragioni di sintesi non è possibile approfondire in questa sede l'argomento. Mi consento sul punto richiamare- anche per citazioni di dottrina- il mio lavoro "Le denominazioni di origine dei prodotti alimentari", Alessandria, Ed. Taro, 2007, p. 65.

¹⁰⁶ Il 27° considerando afferma che "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. Per permettere l'istituzione di un quadro trasparente e più completo che corrobora l'indicazione di qualità di tali prodotti, si dovrebbe prevedere un regime che permetta di esaminare le domande di denominazione di origine o indicazione geografica in linea con l'impostazione seguita nell'ambito della normativa trasversale della qualità applicata dalla Comunità ai prodotti alimentari diversi dal vino e dalle bevande spiritose nel regolamento (CE) n. 510/2006 del Consiglio, del 20 marzo 2006, relativo alla protezione delle indicazioni geografiche e delle denominazioni di origine dei prodotti agricoli e alimentari".

¹⁰⁷ L'articolo 118bis del regolamento 1234/07 afferma che "1. Le regole relative alle denominazioni di origine, alle indicazioni geografiche e alle menzioni tradizionali di cui alla presente sezione si applicano ai prodotti di cui all'allegato XI ter, punto 1, punti da 3 a 6 e punti 8, 9, 11, 15 e 16. 2. Le regole di cui al paragrafo 1 sono basate: a) sulla protezione dei legittimi interessi: i) dei consumatori; e ii) dei produttori; b) sull'assicurazione del buon funzionamento del mercato comune dei prodotti interessati; e c) sulla promozione della produzione di prodotti di qualità, consentendo nel contempo misure nazionali di politica della qualità."

¹⁰⁸ L'articolo 54 del regolamento 1493/99 stabiliva che le denominazioni geografiche dei vini venissero contrassegnate nella Comunità come V.Q.P.R.D. (vino di qualità prodotto in una regione determinata). A seconda della tipologia di vino si potevano inoltre avere: vini liquorosi di qualità prodotti in una regione determinata (V.L.Q.P.R.D.), vini spumanti di qualità prodotti in una regione determinata (V.S.Q.P.R.D.), vini frizzanti di qualità prodotti in una regione determinata (V.F.Q.P.R.D.).

Articolo 118 ter regolamento 1234/07/CE	Articolo 2 regolamento 510/06 CE
1. Ai fini della presente sottosezione si intende per:	1. Ai fini del presente regolamento, si intende per:
a) «denominazione di origine», il nome di una regione, di un luogo determinato o, in casi eccezionali, di un paese, che serve a designare un prodotto di cui all'articolo 118 bis, paragrafo 1, conforme ai seguenti requisiti:	a) «denominazione d'origine», il nome di una regione, di un luogo determinato o, in casi eccezionali, di un paese che serve a designare un prodotto agricolo o alimentare: – originario di tale regione, di tale luogo determinato o di tale paese,
i) la sua qualità e le sue caratteristiche sono dovute essenzialmente o esclusivamente ad un particolare ambiente geografico ed ai suoi fattori naturali e umani;	– la cui qualità o le cui caratteristiche sono dovute essenzialmente o esclusivamente ad un particolare ambiente geografico, inclusi i fattori naturali e umani,
ii) le uve da cui è ottenuto provengono esclusivamente da tale zona geografica;	– la cui produzione, trasformazione e elaborazione avvengono nella zona geografica delimitata;
iii) la sua produzione avviene in detta zona geografica; e	
iv) è ottenuto da varietà di viti appartenenti alla specie <i>Vitis vinifera</i> ;	
b) « indicazione geografica », l'indicazione che si riferisce a una regione, a un luogo determinato o, in casi eccezionali, a un paese, che serve a designare un prodotto di cui all'articolo 118 bis, paragrafo 1, conforme ai seguenti requisiti:	b) « indicazione geografica », il nome di una regione, di un luogo determinato o, in casi eccezionali, di un paese che serve a designare un prodotto agricolo o alimentare come originario di tale regione, di tale luogo determinato o di tale paese
i) possiede qualità, notorietà o altre caratteristiche specifiche attribuibili a tale origine geografica;	– del quale una determinata qualità, la reputazione o altre caratteristiche possono essere attribuite a tale origine geografica e
ii) le uve da cui è ottenuto provengono per almeno l'85 % esclusivamente da tale zona geografica;	
iii) la sua produzione avviene in detta zona geografica; e	– la cui produzione e/o trasformazione e/o elaborazione avvengono nella zona geografica delimitata.
iv) è ottenuto da varietà di viti appartenenti alla specie <i>Vitis vinifera</i> o da un incrocio tra la specie <i>Vitis vinifera</i> e altre specie del genere <i>Vitis</i> .	

Al di là di alcune specificazioni, necessarie per la particolarità del prodotto vitivinicolo, le due definizioni sostanzialmente coincidono (DOP= produzioni che devono le proprie caratteristiche essenzialmente o esclusivamente al luogo di origine in cui si svolge tutto il processo produttivo rilevante; IGP= prodotti che devono anche solo la propria "notorietà" al luogo designato nel toponimo, con il rafforzamento nel settore vitivinicolo dell'obbligo di provenienza delle uve da quel determinato territorio per almeno l'85%).

Com'è noto la nuova classificazione ha generato alcuni limitati problemi di compatibilità con il sistema italiano, soprattutto ove si consideri che i vini ad indicazione geografica protetta (IGP) nel nuovo sistema sono vini che, come i vecchi vini ad indicazione geografica tipica (IGT) possono essere ottenuti anche da uve provenienti per l'85% da un certo territorio (quindi non esclusivamente), ma partecipano al sistema complessivo di certificazione di qualità con una approssimazione alla DOP nella comunicazione al consumatore decisamente maggiore rispetto a quanto accadeva con la previgente l. 164/92.

E' stato così rilevato che l'avvicinamento delle IGP alla categoria dei prodotti precedentemente classificati V.Q.P.R.D. possa portare medio tempore ad una banalizzazione dei prodotti di maggior pregio a vantaggio di quelli più economici, dato che questi ultimi possono vantare di appartenere allo stesso ambito disciplinare¹⁰⁹ (circostanza che in parte viene evidenziata anche da alcune delle interviste condotte da Eupolis nell'ambito della presente ricerca).

Per contro la definizione di un limite di uve provenienti dal territorio riconosciuto appare un vincolo rigido non corrispondente alla maggiore flessibilità della l. 164/92, costringendo i produttori di IGP ad una maggiore concentrazione sul territorio designato dal toponimo.

Le procedure per il riconoscimento delle DOP/IGP sono, ancora una volta, sostanzialmente assimilabili nella sostanza delle rispettive previsioni:

Art. 118 quarter, sexies, septies reg. 1234/07/CE Art. 5 reg. 510/06 CE

1. Le domande di protezione di nomi in quanto denominazioni di origine o indicazioni geografiche comprendono un fascicolo tecnico contenente:

- a) il nome di cui è chiesta la protezione;
- b) il nome e l'indirizzo del richiedente;
- c) un disciplinare di produzione ai sensi del paragrafo 2; e
- d) un documento unico riepilogativo del disciplinare di produzione di cui al paragrafo 2.

2. Il disciplinare di produzione permette agli interessati di verificare le condizioni di produzione relative alla denominazione di origine o all'indicazione geografica.

Il disciplinare comporta almeno:

- a) il nome di cui è chiesta la protezione;
- b) una descrizione del vino (dei vini):
 - i) per i vini a denominazione di origine, la descrizione delle principali caratteristiche analitiche e organolettiche;
 - ii) per i vini a indicazione geografica, la

3. La domanda di registrazione comprende almeno:

- a) il nome e l'indirizzo dell'associazione richiedente,
- b) il disciplinare di cui all'articolo 4;
- c) un documento unico limitato agli elementi seguenti:
 - i) gli elementi principali del disciplinare: la denominazione, la descrizione del prodotto, incluse eventualmente le norme specifiche applicabili al suo condizionamento e alla sua etichettatura, e la descrizione concisa della delimitazione della zona geografica;
 - ii) la descrizione del legame del prodotto con l'ambiente geografico o con l'origine geografica di cui all'articolo 2, paragrafo 1, lettera a) o b), a seconda dei casi, inclusi, eventualmente, gli elementi specifici della descrizione del prodotto o del metodo di ottenimento che giustifica il legame.

¹⁰⁹ Cfr. F. Albisinni, "La OCM vino nel percorso europeo di riforma", in F. Albisinni (a cura di) "Le regole del vino. Disciplina internazionale, comunitaria, nazionale", Milano, 2008, p. 357. Attualmente è stata concessa una proroga del regime precedente, che scadrà comunque il 31.12.2012.

descrizione delle principali caratteristiche analitiche e la valutazione o indicazione delle caratteristiche organolettiche;

c) se del caso, le pratiche enologiche specifiche utilizzate nell'elaborazione del vino (dei vini) nonché le relative restrizioni applicabili a detta elaborazione;

d) la delimitazione della relativa zona geografica;

e) le rese massime per ettaro;

f) un'indicazione della o delle varietà di uve da cui il vino (i vini) è (sono) ottenuto(i);

g) gli elementi che evidenziano il legame di cui all'articolo 118 *ter*, paragrafo 1, lettera a), punto i), oppure, secondo i casi, all'articolo 118 *ter*, paragrafo 1, lettera b), punto i);

h) le condizioni applicabili previste dalla legislazione comunitaria o nazionale oppure, se così previsto dagli Stati membri, da un'organizzazione che gestisce la designazione di origine protetta o l'indicazione geografica protetta, purché tali condizioni siano oggettive, non discriminatorie e compatibili con il diritto comunitario;

i) il nome e l'indirizzo delle autorità o degli organismi che verificano il rispetto delle disposizioni del disciplinare, e le relative attribuzioni.

**

Art. 118 sexies

1. La domanda di protezione di una denominazione di origine o di una indicazione geografica può essere presentata da qualunque associazione di produttori o, in casi eccezionali, da singoli produttori. Possono partecipare alla domanda anche altre parti interessate.

2. I produttori possono presentare una domanda di protezione esclusivamente per i vini che producono.

3. Nel caso di un nome che designa una zona geografica transfrontaliera o di un nome tradizionale relativo ad una zona geografica transfrontaliera, può essere presentata una domanda comune.

Art. 5 co. 1

11. La domanda di registrazione può essere presentata esclusivamente da un'associazione.

Ai fini del presente regolamento si intende per «associazione» qualsiasi organizzazione, a prescindere dalla sua forma giuridica o dalla sua composizione, di produttori o di trasformatori che trattano il medesimo prodotto agricolo o il medesimo prodotto alimentare. Altre parti interessate possono far parte dell'associazione. Una persona fisica o giuridica può essere equiparata ad una associazione conformemente alle norme particolareggiate di cui all'articolo 16,

Art. 118 septies

1. Le domande di protezione di una denominazione di origine o di un'indicazione geografica, a norma all'articolo 118 *ter*, di vini originari della Comunità sono esaminate nell'ambito di una procedura nazionale preliminare in conformità del presente articolo.

2. La domanda di protezione è presentata nello Stato membro del cui territorio è originaria la denominazione di origine o l'indicazione geografica.

3. Lo Stato membro esamina se la domanda di protezione per verificare se essa sia conforme alle condizioni stabilite dalla presente sottosezione.

Lo Stato membro mette in atto una procedura nazionale che garantisce l'adeguata pubblicazione della domanda e prevede un periodo di almeno due mesi dalla data della pubblicazione, nel corso del quale ogni persona fisica o giuridica avente un interesse legittimo e residente o stabilita sul suo territorio può fare opposizione alla protezione proposta presentando allo Stato membro una dichiarazione debitamente motivata.

4. Lo Stato membro respinge la domanda se considera che la denominazione di origine o l'indicazione geografica non soddisfi le relative condizioni, o sia incompatibile con il diritto comunitario in generale.

lettera c).

Nel caso di una denominazione che designi una zona geografica transfrontaliera o una denominazione tradizionale connessa ad una zona geografica transfrontaliera, diverse associazioni possono presentare una domanda comune, conformemente alle norme particolareggiate di cui all'articolo 16, lettera d).

2. Un'associazione può presentare domanda di registrazione esclusivamente per i prodotti agricoli o alimentari che essa stessa produce o elabora.

Art. 5 co. 4-5

4. La domanda di registrazione è inviata allo Stato membro sul cui territorio è situata la zona geografica.

Lo Stato membro esamina la domanda con i mezzi appropriati per stabilire se sia giustificata e soddisfi le condizioni previste dal presente regolamento.

5. Nel corso dell'esame di cui al paragrafo 4, secondo comma, lo Stato membro avvia una procedura nazionale di opposizione che garantisca l'adeguata pubblicazione della domanda e preveda un periodo ragionevole nel corso del quale ogni persona fisica o giuridica avente un interesse legittimo e stabilita o residente sul suo territorio possa fare opposizione alla domanda. Lo Stato membro esamina la ricevibilità delle dichiarazioni di opposizione ricevute in base ai criteri di cui all'articolo 7, paragrafo 3, primo comma.

Qualora lo Stato membro ritenga che i requisiti del presente regolamento sono soddisfatti, esso adotta una decisione favorevole e trasmette alla Commissione la DOCUMENTAZIONE di cui al paragrafo 7 per la decisione definitiva. In caso contrario, esso decide di rigettare la domanda.

Lo Stato membro assicura che la decisione favorevole sia resa pubblica e ogni persona fisica o giuridica avente un

5. Se ritiene che le condizioni applicabili siano soddisfatte, lo Stato membro:

- a) pubblica il documento unico e il disciplinare di produzione almeno su Internet; e
- b) trasmette alla Commissione una domanda di protezione contenente le seguenti informazioni:
 - i) il nome e l'indirizzo del richiedente;
 - ii) il documento unico di cui all'articolo 118 *quater*, paragrafo 1, lettera d);
 - iii) una dichiarazione con cui afferma che la domanda presentata dal richiedente soddisfa, a suo giudizio, le condizioni richieste; e
 - iv) il riferimento alla pubblicazione di cui alla lettera a).

Tali informazioni sono presentate in una delle lingue ufficiali della Comunità o accompagnate da una traduzione certificata in una di tali lingue.

interesse legittimo disponga di mezzi di ricorso.

Lo Stato membro assicura che la versione del disciplinare oggetto della decisione favorevole sia pubblicata e assicura l'accesso per via elettronica al disciplinare.

6. A decorrere dalla data della presentazione della domanda alla Commissione il medesimo Stato membro può accordare solo in via transitoria alla denominazione una protezione ai sensi del presente regolamento a livello nazionale, nonché, se del caso, un periodo di adattamento. Il periodo di adattamento di cui al primo comma può essere previsto solo a condizione che le imprese interessate abbiano legalmente commercializzato i prodotti in questione utilizzando in modo continuativo tali denominazioni almeno per i cinque anni precedenti e abbiano sollevato questo problema nel corso della procedura nazionale di opposizione di cui al paragrafo 5, primo comma.

La protezione nazionale transitoria cessa a decorrere dalla data in cui è adottata una decisione sulla registrazione in virtù del presente regolamento.

Le conseguenze della protezione nazionale transitoria, nel caso in cui la denominazione non venga registrata ai sensi del presente regolamento, sono responsabilità esclusiva dello Stato membro interessato.

Le misure adottate dagli Stati membri in virtù del primo comma hanno efficacia solo a livello nazionale e non devono ostacolare gli scambi intracomunitari o internazionali.

7. Per ogni decisione favorevole di cui al paragrafo 5, terzo comma, adottata dallo Stato membro, quest'ultimo fa pervenire alla Commissione:

- a) il nome e l'indirizzo dell'associazione richiedente;
- b) il documento unico di cui al paragrafo 3, lettera c);
- c) una dichiarazione dello Stato membro

Art. 118 *quarter, sexies, septies* reg. 1234/07/CE Art. 5 reg. 510/06 CE

che la domanda presentata dall'associazione e che beneficia della decisione favorevole soddisfa, a suo giudizio, le condizioni del presente regolamento e le relative disposizioni di applicazione;
d) il riferimento della pubblicazione del disciplinare, di cui al paragrafo 5, quinto comma.

Pur con il rispetto della specificità del prodotto vitivinicolo appare evidente la simile scansione della procedura in due fasi, in cui la fase nazionale ha funzioni istruttorie in un procedimento di coamministrazione che comunque si conclude a livello europeo con la decisione finale della Commissione.

Del tutto identiche appaiono, poi, le regole relative alla legittimazione dei soggetti richiedenti il riconoscimento, che devono essere rappresentativi della realtà produttiva locale nelle sue diverse componenti.

Merita, infine, segnalazione in questo sintetico esame comparativo il fatto che il regolamento 1234/07 CE, al pari del regolamento 2081/92 CEE (poi divenuto 510/06 CE) abbia previsto una transizione dal "vecchio" al "nuovo" regime in cui i precedenti riconoscimenti nazionali ottengono iscrizione automatica nel registro UE, ma sotto condizione dell'inoltro da parte dello Stato della relativa DOCUMENTAZIONE, pena la perdita della rispettiva menzione protetta:

Art. 118 *vicies* reg. 1234/07 CE

Art. 17 reg. 2081/92 CEE

1. Le denominazioni di vini protette in virtù degli articoli 51 e 54 del regolamento (CE) n. 1493/1999 e dell'articolo 28 del regolamento (CE) n. 753/2002 della Commissione, del 29 aprile 2002, che fissa talune modalità di applicazione del regolamento (CE) n. 1493/1999 del Consiglio per quanto riguarda la designazione, la denominazione, la presentazione e la protezione di taluni prodotti vitivinicoli (1) sono automaticamente protette in virtù del presente regolamento. La Commissione le iscrive nel registro di cui all'articolo 118 *quindecies* del presente regolamento.

2. Gli Stati membri trasmettono alla Commissione, in relazione alle denominazioni di vini protette preesistenti di cui al paragrafo 1:

a) i fascicoli tecnici di cui all'articolo 118 *quater*, paragrafo 1;

1. Entro un termine di sei mesi a decorrere dalla data dell'entrata in vigore del presente regolamento, gli Stati membri comunicano alla Commissione quali denominazioni, tra quelle giuridicamente protette o, negli Stati membri in cui non vige un sistema di protezione, sancite dall'uso, essi desiderano far registrare a norma del presente regolamento.

2. La Commissione registra, secondo la procedura prevista all'articolo 15, le denominazioni di cui al paragrafo 1 conformi agli articoli 2 e 4. L'articolo 7 non si applica. Tuttavia non vengono registrate le denominazioni generiche.

3. Gli Stati membri possono mantenere la protezione nazionale delle denominazioni comunicate in conformità del paragrafo 1 sino alla data in cui viene presa una decisione in merito alla registrazione.

b) le decisioni nazionali di approvazione.

3. Le denominazioni di vini di cui al paragrafo 1 per le quali le informazioni previste al paragrafo 2 non siano presentate entro il 31 dicembre 2011 perdono la protezione nell'ambito del presente regolamento. La Commissione adotta i provvedimenti formali necessari per eliminare dette denominazioni dal registro di cui all'articolo 118 *quindecies*.

(...)

Fino al 31 dicembre 2014, la Commissione può decidere, di propria iniziativa e secondo la procedura di cui all'articolo 195, paragrafo 4, la cancellazione della protezione di una denominazione di vini protetta preesistente di cui al paragrafo 1 se non sono rispettate le condizioni previste dall'articolo 118 *ter*.

La norma evidenzia il "passaggio" dal sistema precedente (in cui gli Stati membri svolgevano un ruolo decisivo anche nella conclusione del procedimento e nel riconoscimento della menzione protetta) al nuovo regime attraverso l'obbligo di trasmissione da parte delle Autorità nazionali alla Commissione dei fascicoli tecnici e delle "decisioni nazionali" di approvazione entro il 31.12.2011 sotto pena di decadenza dalla protezione, così evidenziando l'ormai intervenuta "centralizzazione" del sistema. Accanto a queste evidenti consonanze dei due sistemi di protezione dei toponimi dei vini e degli altri prodotti agroalimentari la nuova disciplina dell'O.C.M. vino inserisce una "variante" non prevista dal reg. 510/06 che merita particolare attenzione ai fini di questo studio: **il riconoscimento della sopravvivenza delle c.d. "menzioni tradizionali"**.

A norma dell'articolo 118 duovicies per "menzione tradizionale" si intende "una espressione usata **tradizionalmente negli Stati membri**, in relazione ai prodotti di cui all'articolo 118bis, paragrafo 1, per indicare:

- che il prodotto reca una denominazione di origine protetta o un'indicazione geografica protetta dal diritto **comunitario o nazionale**;
- il metodo di produzione o di invecchiamento oppure la qualità, il colore, il tipo di luogo o ancora un evento particolare legato alla storia del prodotto a denominazione di origine protetta o a indicazione geografica protetta".

Si tratta, in sostanza, dell'insieme di menzioni che i diversi Stati membri utilizzavano prima della riforma, e che il Legislatore U.E. - anche al fine di non creare una rottura di continuità traumatica per il mercato - ha deciso di mantenere in vigore sulla base di una istanza di riconoscimento nazionale (cfr. art. 29 reg. 607/09 UE) e la successiva approvazione della Commissione¹¹⁰.

¹¹⁰ In base all'allegato XII del regolamento 607/09/UE per l'Italia sono state riconosciute come menzioni tradizionali la D.O.C., D.O.C.G., I.G.T., oltre agli equivalenti in lingua tedesca e

Preme comunque sottolineare come anche in questo caso, nonostante sia concesso agli Stati mantenere sul proprio territorio forme “nazionali” di contrassegno e definizione, sia comunque previsto che queste debbano essere notificate alla Commissione U.E. con una procedura fortemente regolamentata, debbano essere approvate dalla Commissione e possedere requisiti minimi di “storicità” definiti dall’articolo 35 del regolamento 607/09/UE (almeno 5 anni di utilizzo, assenza di carattere generico e regolamentazione nazionale preventiva).

I suddetti parametri costituiscono condizioni per il riconoscimento a livello U.E. e, di conseguenza, per la libera circolazione dei vini protetti uniformemente nel nome su tutto il mercato unico europeo.

1.4 Valutazioni circa il grado di uniformazione della disciplina e sugli effetti che questa può produrre in ambito nazionale

Riepilogato come sopra il quadro giuridico complessivo del settore vitivinicolo è possibile effettuare alcune riflessioni circa il grado di uniformazione della normativa in oggetto ed i conseguenti spazi di manovra a livello nazionale (con specifico riferimento al livello regionale).

Al riguardo occorre premettere che nei limiti in cui il sistema di riconoscimento e tutela delle indicazioni geografiche vitivinicole dovesse essere considerato ormai totalmente omogeneo a quello delle DOP -IGP degli altri prodotti agroalimentari troverebbe piena applicazione anche nel settore che qui interessa la copiosa giurisprudenza della Corte di giustizia UE in merito alla natura della disciplina contenuta nel regolamento 510/06 CE ed alle implicazioni di eventuali normative nazionali, di cui è opportuno dare conto.

Per maggiore chiarezza espositiva nel prosieguo si terranno distinte le fattispecie legate alla istituzione di normative di riconoscimento e tutela delle denominazioni geografiche a livello nazionale dalle diverse fattispecie della creazione di marchi collettivi geografici pubblici relativi a prodotti agroalimentari di qualità.

1.4.1 Sulla possibilità di istituire o mantenere in vigore normative nazionali o regionali di valorizzazione e tutela delle denominazioni geografiche di prodotti agroalimentari di qualità

Con riferimento alla possibilità di istituire o mantenere normative nazionali di protezione dei nomi geografici di prodotti alimentari di qualità va osservato che la Corte di giustizia in una prima fase (antecedente alla pubblicazione del regolamento 2081/92 CEE sulle DOP - IGP), pur ammettendo il potenziale effetto restrittivo di queste norme sulla libera circolazione delle merci, ne ha in taluni casi comunque

francese, nonché sovrati termini che si riferiscono alla lettera “b” dell’articolo 118 duovicies reg. 1234/07 CE.

dichiarato la legittimità in forza della deroga contenuta nell'articolo 36 del Trattato per la salvaguardia della proprietà intellettuale/industriale.

Secondo la Corte, infatti, le norme nazionali che riservano un nome geografico ad un determinato prodotto originario di quella zona inibendone l'uso a prodotti provenienti da altri Stati membri costituiscono di regola un ostacolo alla libera circolazione delle merci, ma possono essere giustificate dalla necessità di proteggere un diritto certamente ascrivibile al novero dei diritti di proprietà industriale/intellettuale.

Così, a titolo esemplificativo, la sentenza *Exportur* sul Torrone di Alicante¹¹¹ ha chiarito che le denominazioni comunemente chiamate "indicazioni geografiche semplici" (riferite a prodotti che abbiano acquisito nel tempo reputazione pur senza dipendere da specifici legami agro-ambientali con il luogo di origine) sono proteggibili dagli Stati membri senza con ciò violare le regole sulla libera circolazione delle merci, perché "queste denominazioni possono (...) costituire per i produttori stabiliti nei luoghi che esse designano un mezzo essenziale per costruirsi una clientela" e, come tali, rientrano nell'accezione relativa alla tutela della proprietà intellettuale/industriale contenuta nell'art. 36 T.C.E. (attuale 36 T.F.U.E.).

La pubblicazione del regolamento sulle DOP - IGP comunitarie (reg. 2081/92 CEE cit., oggi 510/06 CE) ha notevolmente modificato il quadro giuridico di riferimento, spingendo la Corte ad una maggiore articolazione interpretativa della disciplina.

Con la nota sentenza *Warsteiner* sulla birra tedesca¹¹² la Corte ha anzitutto puntualizzato che i prodotti il cui nome geografico non implica un particolare nesso qualitativo con il territorio di origine¹¹³ non ricadono nello spazio di applicazione della disciplina delle DOP - IGP e possono quindi continuare ad essere regolati anche a livello nazionale nel rispetto delle già citate regole sulla libera circolazione delle merci (in particolare deve essere presente una certa "rinomanza" per poter giustificare ai sensi dell'articolo 36 T.F.U.E. la protezione del toponimo).

Le indicazioni geografiche che, al contrario, implicano un nesso qualitativo (agro-ambientale) con la zona di origine possono trovare tutela esclusivamente nel riconoscimento U.E. (DOP/IGP).

Il punto è stato, da ultimo, efficacemente chiarito nella sentenza BUD II del giorno 8 settembre 2009¹¹⁴ ove la Corte ha affermato che "il regolamento 510/2006, adottato in base all'art. 37 CE, costituisce uno strumento della politica agricola comune mirante essenzialmente a garantire ai consumatori che i prodotti agricoli muniti di un'indicazione geografica registrata in forza di detto regolamento, presentino a causa della loro provenienza da una determinata zona geografica, talune caratteristiche particolari e, pertanto, offrano una garanzia di qualità dovuta alla loro provenienza geografica, allo scopo di consentire agli operatori agricoli che abbiano compiuto effettivi sforzi qualitativi di ottenere in contropartita migliori redditi e di impedire che

¹¹¹ Cfr. sentenza della Corte di giustizia CE 10 novembre 1991, *Exportur S.A. e Confiserie du Tech*, causa C-3/91, Racc. 1992, pp. I- 05529 e ss.

¹¹² Cfr. sentenza della Corte di giustizia CE 7 novembre 2000, causa C-312/98, *Schutzverband gegen Unwesen in der Wirtschaft eV c. Warsteiner Brauerei Haus Cramer GmbH*, in Racc., I-9187 e ss.

¹¹³ Si pensi, a titolo esemplificativo, al "panettone di Milano", che pur essendo un prodotto tipico della gastronomia locale non deve le sue caratteristiche fisiche ed organolettiche all'ambiente di produzione, potendo essere realizzato secondo la ricetta tipica in qualsiasi altra regione d'Italia.

¹¹⁴ Cfr. sentenza della Corte di giustizia UE 8 settembre 2009, *Budějovický Budvar, národní podnik c. Rudolf Ammersin*, in Racc. I- 13617 e ss.

terzi si avvantaggiano abusivamente della reputazione discendente dalla qualità di tali prodotti.

Orbene, se fosse lecito per gli Stati membri consentire ai loro produttori di utilizzare sui loro territori nazionali una delle diciture o uno dei simboli riservati dall'art. 8 del regolamento n. 510/2006 alle denominazioni registrate in forza di detto regolamento, basandosi su un titolo nazionale il quale potrebbe rispondere ad obblighi meno severi di quelli imposti nell'ambito di detto regolamento per i prodotti di cui trattasi, la garanzia di qualità in parola, che costituisce la funzione essenziale dei titoli conferiti in forza del regolamento 510/2006, rischierebbe di non essere assicurata, il che potrebbe, del pari, nel mercato interno, compromettere lo scopo di una concorrenza uguale tra produttori recanti tali diciture o simboli e potrebbe, in particolare, ledere i diritti che devono essere riservati ai produttori che abbiano compiuto effettivi sforzi qualitativi al fine di poter utilizzare un'indicazione geografica registrata in forza di detto regolamento".

In altre parole, secondo la Corte, "se ne deve concludere che il regolamento 510/2006 mira non a stabilire, accanto a norme nazionali che possono continuare ad essere vigenti, un regime complementare di tutela delle indicazioni geografiche qualificate, alla guisa ad esempio di quello istituito con il regolamento (CE) del Consiglio 20 dicembre 1993 n. 40/94, sul marchio comunitario (...) ma a prevedere un sistema di tutela uniforme ed esauriente per siffatte indicazioni".

1.4.2. Sui marchi di qualità pubblici

Analogamente a quanto in precedenza osservato sulle norme nazionali di protezione dei toponimi anche i marchi geografici di qualità istituiti con disposizioni pubbliche sono stati oggetto di interventi normativi e giurisprudenziali in sede U.E. e nazionale. La direttiva 70/50/CEE¹¹⁵ elenca le tipologie di "misure di effetto equivalente alle restrizioni quantitative alla libera circolazione delle merci" che gli Stati membri devono eliminare dai propri ordinamenti giuridici nazionali in forza del Trattato, fra cui rientrano a norma dell'articolo 3 sia le norme che riservano determinati strumenti di promozione ai prodotti nazionali (o comunque ne incentivano il consumo; cfr. lett. k - m), sia quelle che riservano ai soli prodotti nazionali denominazioni che non costituiscono né denominazioni di origine né indicazioni geografiche.

I marchi regionali di qualità sono stati in più occasioni ricondotti a queste tipologie di ostacoli alla circolazione delle merci dalla Corte di giustizia CE, perché condizionano il riconoscimento della qualità alla sola origine in luogo delle caratteristiche intrinseche del prodotto, oppure tendono a sostituirsi alla disciplina dettata ad hoc, come nel caso dei prodotti agroalimentari.

Nei casi Commissione c. Repubblica francese del 6 marzo 2003¹¹⁶ e Commissione c. Regno del Belgio del 17 giugno 2004¹¹⁷ la Corte ha chiarito che l'effetto di questi marchi

¹¹⁵ Cfr. Direttiva 70/50/CEE della Commissione, del 22 dicembre 1969, che trova la sua fonte normativa nel disposto dell'articolo 33 paragrafo 7, del Trattato, relativa alla soppressione delle misure d'effetto equivalente a restrizioni quantitative non contemplate da altre disposizioni prese in virtù del Trattato CEE G.U.C.E. n. L 013 del 19/01/1970 p. 29 - 31.

¹¹⁶ Cfr. sentenza della Corte di giustizia 6 marzo 2003, Commissione c. Repubblica francese, in causa C-6/02, disponibile su internet all'indirizzo <http://www.europa.eu>

consiste nella pura e semplice sollecitazione all'acquisto di prodotti nazionali mediante l'organizzazione di procedimenti speciali di riconoscimento dei soli prodotti del proprio territorio, con evidente lesione del diritto alla parità delle condizioni di competizione sul mercato derivanti dalla libera circolazione delle merci.

In proposito è appena il caso di osservare come la giurisprudenza comunitaria si sia mostrata particolarmente severa nel giudicare la sussistenza della violazione dell'articolo 28 T.C.E. (oggi art. 34 T.F.U.E.), estendendo le proprie censure anche alle iniziative promosse da soggetti di diritto privato finanziati con contributi pubblici¹¹⁸.

Laddove poi la disciplina dell'Unione abbia istituito segni di riconoscimento e certificazione uniformi per tutto il territorio dell'Unione europea, come ad esempio nel caso dei prodotti agroalimentari di qualità, la Corte ha ritenuto che "dopo l'entrata in vigore del regolamento 2081/92/CEE, che mira precisamente a definire, in maniera esclusiva, le condizioni alle quali può essere istituita la protezione di una denominazione che stabilisce un nesso tra taluni prodotti agricoli e alimentari, da un lato, e un'origine geografica particolare, dall'altro, la protezione delle denominazioni di origine e delle indicazioni geografiche potrebbe ormai essere effettuata unicamente nell'ambito definito da tale regolamento¹¹⁹. In altre parole l'uniformazione a livello europeo della procedura di riconoscimento e tutela dei nomi geografici dei prodotti agroalimentari di qualità non solo preclude la possibilità di mantenere in essere discipline nazionali potenzialmente competitive (cfr. sentenza BUD II), ma inibisce anche il ricorso a strumenti diversi quali i marchi geografici pubblici (cfr. sentenza Comm.ne c. Repubblica francese).

Coerentemente anche la giurisprudenza della Corte Costituzionale italiana si è mostrata estremamente severa nei confronti di questo tipo di fattispecie.

Nella recentissima sentenza 86/2012¹²⁰ la Corte ha, infatti, ribadito che l'articolo 31 l.r. Marche 29.4.2011 n. 7 ("legge comunitaria regionale n. 11") relativo a "disciplinari di produzione e marchio di origine e qualità" (MEA - Marche Eccellenza Artigiana), ponendosi in contrasto con la disciplina della libera circolazione delle merci nell'Unione europea (artt. 34 - 36 T.F.U.E.) è incostituzionale per contrasto con l'art. 117 Cost.

Il Consiglio dei Ministri, con propria delibera dello scorso 7 giugno 2012, ha inoltre deciso di impugnare anche un marchio di qualità istituito dalla Regione Lazio con la l.r. n. 1 del 28.3.2012 (B.U.R. 14 del 14.4.2012) per il sostegno dei sistemi di qualità e tracciabilità dei prodotti agricoli e agro-alimentari.

¹¹⁷ Cfr. sentenza della Corte di giustizia 17 giugno 2004, Commissione c. Regno del Belgio, in causa C-255/03), disponibile su internet all'indirizzo <http://www.europa.eu>

¹¹⁸ Cfr. sentenza CGE 5.11.2002, causa C-325/00, Commissione c. Repubblica federale di Germania, in Racc. p. 997 e ss.

¹¹⁹ Cfr. - sentenza 6 marzo 2003 cit., punto 13 delle motivazioni. La vicenda vedeva la Commissione impegnata ad ottenere la declaratoria di illegittimità delle norme francesi istitutive dei marchi regionali: 'Savoie', 'Franche-Comté', 'Corse', 'Midi_Pyrénées', 'Normandie', 'Nord-Pas-de-Calais', 'Ardennes de Franc'e', 'Limousin', 'LangueDOC-Roussillon e 'Lorraine'.

¹²⁰ Cfr. la sentenza nr. 86 del 18.4.2012 Presidenza del Consiglio dei Ministri c. Regione Marche, relativa a giudizio di legittimità costituzionale degli articoli 2 e 21 della legge della Regione Marche 29 aprile 2011, n. 7 (Attuazione della Direttiva 2006/123/ce sui servizi nel mercato interno e altre disposizioni per l'applicazione di norme dell'Unione Europea e per la semplificazione dell'azione amministrativa. Legge comunitaria regionale 2011), disponibile sul sito internet: www.cortecostituzionale.it

Secondo la Presidenza del Consiglio dei Ministri, infatti, la norma “presenta profili di incompatibilità con il diritto dell’Unione europea, in violazione dell’art. 117 n. 1 Cost., in particolare con riferimento a:

- art. 1 commi 1 e 2, laddove istituiscono un marchio regionale collettivo di qualità al fine di incentivare e valorizzare la promozione della cultura economica tipica regionale. Il riferimento alla valorizzazione della cultura “tipica regionale”, infatti, induce a ritenere che l’ambito di applicazione della legge sia circoscritto ai prodotti provenienti dalla medesima regione;

articolo 2 (marchio regionale collettivo di qualità) che, nel rimettere ad una deliberazione della Giunta regionale la determinazione dei prodotti agricoli ed agroalimentari da ammettere all’uso del marchio e la adozione dei relativi disciplinari di produzione, non esclude che il marchio regionale possa essere utilizzato per favorire i prodotti originari della Regione Lazio, in violazione di quanto previsto dal diritto U.E. (cfr. causa C-255/03);

- l’articolo 3 co. 1 lett. a), b), c) ed e) nella parte in cui rinvia ad un regolamento della Giunta per la definizione, oltre che della denominazione e delle caratteristiche ideografiche del marchio (lett. a) anche “dei criteri e delle modalità di concessione in uso del marchio regionale, nonché i casi di sospensione, decadenza o revoca della concessione stessa (lett. b) delle modalità di uso del marchio (lett. c) e delle procedure semplificate per l’ammissione all’uso del marchio stesso. La norma regionale, infatti, non delinea con sufficiente precisione le caratteristiche attestate dal marchio, e in particolare non esclude che il marchio possa essere rilasciato a prodotti fabbricati o costruiti nel Lazio, con conseguente lesione del principio di libera circolazione delle merci (vv. artt. 34-36 T.F.U.E.).
- (...) gli articoli 1, co. 2 lett. c), 6 e 10, nella parte in cui essi fanno riferimento alla concessione di contributi in relazione all’istituendo marchio regionale di qualità. Per quanto osservato, infatti, queste norme si pongono in contrasto con il diritto europeo, in quanto sono suscettibili di favorire prodotti di origine nazionale rispetto a prodotti originari di altri Stati membri.

Come ha avuto più volte modo di osservare la giurisprudenza della Corte di giustizia, una legislazione nazionale che regoli o applichi misure di marcatura di origine, siano i marchi obbligatori o volontari, è contraria agli obiettivi del mercato interno perché può rendere più difficile la vendita in uno Stato membro della merce prodotta in un altro Stato membro, ostacolando gli scambi intracomunitari, e facendo così venir meno i benefici del mercato interno. Nella sentenza del 5 novembre 2002 (C-325/00) la Corte ha ritenuto che un sistema di marcatura, seppur facoltativo, nel momento in cui esso è imputabile ad autorità pubblica, ha effetti almeno potenzialmente restrittivi sulla libera circolazione delle merci tra Stati membri, in quanto l’uso del marchio “favorisce o è atto a favorire lo smercio dei prodotti in questione rispetto ai prodotti che non possono fregiarsene”.

Più volte le normative nazionali istitutive di marchi sono state censurate in sede comunitaria. Per quanto riguarda l’Italia, la Commissione europea ha, in passato, contestato l’esistenza di marchi di qualità regionali, avviando una procedura di infrazione relativamente al marchio di qualità della Regione Sicilia (istituto con legge

regionale 14/1966) e quello della regione Abruzzo (istituito con legge regionale n. 31/1982).

Secondo la Commissione tali marchi, attribuibili solo a prodotti trasformati o preparati all'interno delle rispettive regioni e realizzati secondo un disciplinare di produzione vincolante, ricollegavano la qualità dei prodotti esplicitamente alla loro origine abruzzese o siciliana, ingenerando nel consumatore l'impressione che i prodotti provenienti da quelle regioni fossero di qualità superiore rispetto agli altri ed inducendo ad acquistare quei prodotti piuttosto che quelli provenienti da altri Stati membri, in tal modo ostacolando gli scambi intracomunitari".

2. VALUTAZIONI CON RIFERIMENTO AL SETTORE VITIVINICOLO E A RECENTI NORMATIVE DELLA REGIONE LOMBARDIA

La giurisprudenza della Corte di giustizia e della Corte costituzionale richiamata in precedenza evidenzia i ristrettissimi margini di operatività degli Stati membri nel riconoscimento e/o nella valorizzazione dei prodotti agroalimentari di qualità.

Per quanto riguarda la possibilità di istituire contrassegni con legge regionale o altre forme di riconoscimento e valorizzazione di menzioni geografiche di qualità da affiancare o sostituire agli istituti previsti dalla O.C.M. occorre segnalare che l'attuale stadio evolutivo della normativa non è tale da offrire solide certezze.

Le tabelle comparative riportate in precedenza e il 27° considerando introduttivo del regolamento 479/08 CE evidenziano che il sistema DOP/IGP creato dalla nuova OCM vino tende all'omogeneità con quello istituito in precedenza per i prodotti agroalimentari diversi dai vini (cfr. reg. 2081/92 CEE oggi 510/06 CE).

Ciò ha comportato la centralizzazione a livello europeo delle procedure di riconoscimento e la progressiva emarginazione degli Stati membri, i quali partecipano alla fase istruttoria della procedura, ma non assumono più la decisione finale su di essa.

Le somiglianze fra i due sistemi potrebbero indurre a ritenere applicabile anche al settore che qui interessa la giurisprudenza della Corte di giustizia elaborata in relazione ai regg.ti 2081/922 - 510/06 CE, ed in particolare i passaggi in cui è stata evidenziata la necessità di escludere la coesistenza di istituti nazionali potenzialmente competitivi per il rischio dell'annacquamento dell'efficacia comunicativa dei segni comunitari a causa della moltiplicazione di simboli e sigle sui mercati nazionali (cfr. sentenza BUD II cit.).

Senonché l'impianto complessivo della materia nel settore vitivinicolo conosce significative varianti, la più evidente delle quali è costituita dal riconoscimento delle c.d. "menzioni tradizionali" di cui all'articolo 118 duovicies reg. 1234/07 CE, ossia espressioni utilizzate tradizionalmente negli Stati membri "in relazione a prodotti con denominazioni geografiche *protette a livello comunitario o nazionale*" e le cui caratteristiche (descritte nella lett. b del co. 1 dell'articolo) siano in qualche misura legate alla zona di origine.

Orbene, la nuova O.C.M. prevede la **facoltà** per gli Stati di chiedere la protezione di tali menzioni tradizionali nell'Unione europea (cfr. art. 29 co. 1 reg. 607/2009 CE, a mente del quale "le autorità competenti degli Stati membri (...) possono presentare alla Commissione una domanda di protezione di menzioni tradizionali (...)"), e, per altro verso, pone quali condizioni necessarie al riconoscimento l'uso "tradizionale" del nome (ossia con una "anzianità" comprovata di almeno 5 anni, cfr. art. 35 co. 2 lett. a reg. 607/09) e, soprattutto, **l'esistenza di una normativa dello Stato membro richiedente che la definisca e la disciplini** (cfr. art. 35 co. 1 lett. c, numero ii art. 35 reg. 607/99).

L'insieme degli elementi richiamati sembrerebbe lasciare intendere che **a differenza delle DOP/IGP dei prodotti agroalimentari diversi dai vini** (il cui unico strumento di riconoscimento e protezione è, per l'appunto, quello predisposto dall'Unione europea) **nel settore che qui interessa ci troveremo in una situazione più simile alla disciplina dei marchi, ove esiste un "doppio binario": da una parte il marchio comunitario, che garantisce protezione simultanea e uniforme su tutto il territorio della U.E.; dall'altra i marchi nazionali limitati al territorio dello Stato in cui sono registrati.**

Infatti se condizione d'accesso al riconoscimento U.E. delle menzioni tradizionali è l'esistenza di una legge nazionale che ne regoli e disciplini preventivamente i contenuti si potrebbe agevolmente ricavare da questo dato il fatto che siffatte normative non possono essere illegittime sul piano del diritto U.E., né per contrasto con la normativa specifica contenuta nella O.C.M. (che espressamente le prevede), né per contrasto con la disciplina sulla libera circolazione delle merci (in quanto comunque riconducibili alla eccezione relativa alla tutela della proprietà industriale e intellettuale ex articolo 36 T.F.U.E.).

La circostanza sembrerebbe viepiù confermata da quanto previsto dall'art. 118 bis reg. 1234/07 CE, laddove la disciplina delle denominazioni geografiche regolata nella O.C.M. viene basata *"sulla promozione della produzione di prodotti di qualità consentendo nel contempo misure nazionali di politica della qualità"*. Ciò, infatti, esclude in modo ancor più evidente che nel caso di specie possa valere quanto affermato dalla Corte di giustizia con riferimento alla disciplina generale delle organizzazioni comuni di mercato, ossia che laddove la Comunità *"abbia emanato una normativa che istituisce l'organizzazione comune dei mercati in un determinato settore, gli Stati membri sono tenuti ad astenersi da qualsiasi provvedimento che vi deroghi o ne pregiudichi l'efficacia"* (cfr. sentenza 22 giugno 1979, *Pigs and Bacon Commission c. Mc Carren*, causa 177/78, Racc. 1979, p. 2161. Conforme anche la sentenza 7.2.1984, *Jongeneel Kaas BV et al. c. Stato dei Paesi Bassi*, causa 237/82, p. 485, punto 12).

La stessa regolamentazione U.E. che sembra ammettere la coesistenza di una "dimensione nazionale" delle menzioni geografiche tradizionali dei vini, **pone, tuttavia, limiti quantitativi e qualitativi** che devono essere tenuti in considerazione.

Infatti l'articolo 35 del regolamento 607/09/UE prevede che le menzioni tradizionali nazionali debbano consistere in un *"nome notorio, tradizionalmente usato in commercio in un'ampia parte del territorio della Comunità"* (cfr. lett. b) n. i) ovvero *"nel territorio di almeno uno Stato membro (...)"*.

Per quanto anche in questo caso la tecnica redazionale non consenta di chiarire fino in fondo la portata del requisito, pare comunque che le due indicazioni depongano per una estensione geografica ampia dell'uso tradizionale della menzione, ossia quantomeno un "respiro nazionale" e non prettamente locale.

Inoltre il requisito della "tradizionalità" inteso come utilizzo del nome per almeno 5 anni prima della domanda di riconoscimento U.E. sembra indicare che la norma regolatrice debba limitarsi a "raccolgere" una prassi/tradizione formatasi spontaneamente, e non istituire ex novo forme di riconoscimento e tutela dei vini alternative a quelle vigenti.

Non è, infine, chiaro se la “possibilità” di chiedere la protezione della menzione tradizionale a livello dell’Unione europea consenta, alternativamente, la possibilità anche di mantenere o regolare con norme nazionali menzioni tradizionali di cui non si intenda chiedere il riconoscimento U.E. (destinate, evidentemente, ad un mercato prettamente locale).

L’insieme delle considerazioni riportate induce cautela nella regolazione della materia a livello regionale.

Certamente la Regione può comunque farsi promotrice di attività di censimento delle menzioni esistenti/nascenti, da sottoporre eventualmente- in coordinamento con le altre regioni- all’Autorità Nazionale Competente (MPAAF) per l’attivazione delle procedure di cui agli articoli 29 e ss. reg. 607/09 CE.

Per quanto riguarda iniziative normative più complesse, che tendano all’istituzione di riconoscimenti autonomi, attesa l’evidente difficoltà di coordinamento e lettura delle norme richiamate anche a causa della loro sovrapposizione e di una qualità redazionale non impeccabile, si renderebbe necessario rivolgere alla Commissione europea un quesito chiarificatore, volto ad ottenere un pronunciamento circa i limiti e le facoltà concesse dalla OCM vino ad una specifica Regione per la promozione e la valorizzazione dei vini prodotti sul suo territorio con strumenti di natura pubblica regionale.

Quanto sopra vale, *mutatis mutandis*, anche con riferimento ai marchi geografici collettivi di qualità istituiti con dispositivo pubblico regionale o con provvedimenti di enti locali (cfr. **art. 1 legge regionale Lombardia nr. 9/2011, con richiamo all’art. 34 co. 1 legge regionale Lombardia 5.12.2008 n. 31**).

La contemporanea esistenza di strumenti di valorizzazione della qualità dei vini a livello U.E. e l’evidente ostilità manifestata dalla giurisprudenza della Corte di giustizia nei confronti di queste iniziative per i possibili riflessi anticoncorrenziali sul mercato unico europeo evidenziati nelle considerazioni dei paragrafi precedenti sottolineano la criticità della fattispecie, e le possibili censure che potrebbero essere mosse tanto a livello U.E. che nazionale.

Ritengo, pertanto, sconsigliabile perseguire questa strada per la valorizzazione dei prodotti vitivinicoli regionali, per i rischi che comporta ed il modesto apporto di valore aggiunto che potrebbe determinare.

Per quanto riguarda la legge regionale Lombardia nr. 10/2011 relativa alla promozione, riconoscimento e sviluppo delle c.d. “confraternite enogastronomiche ed associazioni consimili” si richiama quanto previsto dalla Corte di giustizia nella sentenza Commissione c. Repubblica federale di Germania del 5.11.2002, causa C-325/00, ove la Corte ha stabilito che anche un ente di diritto privato, se regolamentato per legge e nei limiti in cui riceva contributi pubblici, deve rispondere alle normative sulla libera circolazione delle merci nell’ambito della propria azione, a differenza di quanto avviene per le associazioni totalmente private (conforme anche la precedente sentenza 13 dicembre 1983, causa 222/82, Apple and Pear Development Council, Racc. pag. 4083, punto 17).

Inoltre occorre richiamare la sentenza della Corte 24 novembre 1982, causa 249/81, Commissione c. Irlanda, in cui sono state giudicate contrarie alla libera circolazione delle merci le seguenti misure adottate dal Governo irlandese: a) *organizzazione di*

servizi d'informazione gratuita dei consumatori desiderosi di sapere quali siano - per una determinata categoria di prodotti - quelli di produzione irlandese e dove si possono acquistare ('shoplink-service'); b) l'offerta, per l'esposizione dei soli prodotti irlandesi, di locali presso un grande centro di esposizioni in dublino, gestito dallo 'irish goods council', che sarebbe un ente pubblico irlandese; c) l'invito ad usare un contrassegno 'garantito irlandese' ('guaranteed irish') per i prodotti di fabbricazione irlandese e l'organizzazione concomitante, da parte dello 'irish goods council', di un sistema particolare per l'esame dei reclami relativi ai prodotti così contrassegnati; d) l'organizzazione di una vasta campagna pubblicitaria a favore dei prodotti irlandesi ad opera dello 'irish goods council', specie mediante pubblicazione e distribuzione, da parte di detto ente, di DOCUMENTI che incitano i consumatori a comprare solo prodotti nazionali.

Ebbene, nonostante la legge regionale 10/2011 in oggetto sia piuttosto generica e demandi alla Giunta una successiva decisione relativa alla gran parte dei criteri di finanziamento e di accettazione delle domande di iscrizione nel registro regionale, è possibile evidenziare alcuni elementi che potrebbero rappresentare criticità nella logica delle sentenze sopra richiamate.

- 1° l'intervento regionale è concepito in favore di associazioni di diritto privato "quale strumento di tutela e valorizzazione dei prodotti agroalimentari e dei piatti tipici del territorio lombardo" (cfr. art. 1);
- 2° possono accedere a questo strumento pubblico solo le associazioni del terzo settore, che sono comunque regolamentate a livello nazionale;
- 3° la disposizione prevede il sostegno di specifici progetti (nell'ambito delle finalità sopra indicate) e ad attività di promozione dei prodotti tipici del territorio d'intesa con vari soggetti titolari di marchi, riconoscimenti ecc.

In sostanza si tratta di una misura pubblica volta a promuovere i prodotti del territorio anche per mezzo di provvidenze messe a disposizione sotto varie forme a diversi soggetti (in parte anche riconducibili al mondo dei produttori stessi), e come tale la norma entra nell'orbita della disciplina UE sulla libera circolazione delle merci e sugli aiuti di Stato. La valutazione più specifica dell'impatto della norma non può peraltro prescindere dalle misure d'attuazione, demandate-come detto- ad un successivo atto della Giunta che dalla DOCUMENTAZIONE da voi fornita non risulta essere stato ancora adottato.

3. OPZIONI E POTENZIALITÀ

Nel quadro appena descritto residuano, quindi, solo alcune opzioni fra quelle sollecitate nell'ambito delle interviste telefoniche agli operatori professionali del settore:

PROMUOVERE UN PIU' GENERALE "RIORDINO" DELLE DIVERSE I.G.T. ESISTENTI,

nell'ambito delle competenze regionali in materia di agricoltura ed in stretto coordinamento da un lato con i produttori e gli Enti/Associazioni rappresentativi, dall'altro con l'Autorità Nazionale competente (MPAAF), anche eventualmente proponendo la convergenza verso una I.G.T. "Lombardia" che rafforzi l'identità territoriale regionale. Ciò, infatti, potrebbe rientrare nel più generale "favor" normativo per la concentrazione dell'offerta ed il suo adattamento alle esigenze del mercato, peraltro nel rispetto delle procedure previste dalla disciplina dell'Unione europea di riferimento;

In subordine, PROPORRE L'AGGIUNTA DEL TERMINE "LOMBARDIA" ALLE ETICHETTE DELLE I.G.T. esistenti nel quadro di quanto previsto dall'articolo 118 septvicies co. 1 lett. g) reg. 1234/07 UE,

a norma del quale "l'etichettatura e la presentazione dei prodotti di cui all'articolo 118 sexvicies, paragrafo 1, possono contenere le seguenti indicazioni facoltative: per i vini a denominazione di origine protetta o a indicazione geografica protetta **il nome di un'altra unità geografica** più piccola o **più grande** della zona che è alla base della denominazione di origine o dell'indicazione geografica". Nella stessa logica è possibile assecondare gli stimoli provenienti da alcuni operatori che, in vista dell'Expo 2015, rilevando l'attuale debolezza sul piano internazionale del brand "Lombardia" prediligono il riferimento al "made in Italy", da poter inserire nel rispetto dei limiti di cui alla l. 350/03 art. 4 co. 49 e ss., nonché del d.l. 135/2009 art. 16 come convertito in l. 166 del 20 novembre 2009;

Promuovere, nel rispetto delle disposizioni specifiche sulle misure di sostegno di cui al regolamento 1234/07 CE e dei limiti agli aiuti di Stato contenuti nei regg.ti 1698/05 CE sullo sviluppo rurale, 3/2008 sulle azioni di informazione e di promozione dei prodotti agricoli sul mercato interno e nei Paesi terzi, 800/2008 sull'essenzone di categoria ed-infine- gli orientamenti della Commissione sugli aiuti di Stato in agricoltura nel periodo 2007-2013 (in GUUE C 319 del 27.12.2006) **eventuali programmi di formazione sui criteri di etichettatura dettati dalla nuova disciplina** che evidenzino le potenzialità dell'etichettatura volontaria sull'origine, nel rispetto delle più generali regole dettate dall'OCM, dalla disciplina sull'etichettatura degli alimenti, dalla disciplina sulle pratiche commerciali sleali e dalla normativa sulla libera circolazione delle merci, **nonché sostenere nel quadro della disciplina dell'Unione europea di riferimento citata in precedenza e delle norme nazionali di coordinamento (e.g. l. 30.12.2008 n. 205) azioni di promozione dei prodotti agroalimentari che abbiano ottenuto riconoscimenti U.E. nel mercato interno e dei Paesi terzi.**

Tutte le opzioni elencate, ovviamente, richiederebbero una più approfondita analisi in relazione alla specificità dell'iniziativa che si intenderebbe assumere e del contesto normativo di riferimento.

PARTE 3. CONCLUSIONI

1 ELEMENTI DI VALUTAZIONE PER LE INIZIATIVE REGIONALI A SOSTEGNO DELLE PRODUZIONI DI QUALITÀ: LE IGT

1.1 Questioni aperte

Tra gli elementi che incidono sulle prospettive di tutela e valorizzazione del prodotto vino, il transito del regime IGT a IGP pone una serie di problematiche, sia ai produttori sia al sistema della qualità nel suo insieme, che richiedono un accompagnamento all'attuazione dell'OCM¹²¹, in cui l'evoluzione normativa e un intervento di regolazione intervengano a evitare il rischio di proliferazione di denominazioni, la cui numerosità (più di 500 denominazioni italiane) risulta problematica in particolare per i mercati esteri e la riconoscibilità di un'identità culturale e territoriale delle produzioni di qualità, coniughi le caratteristiche specifiche con profili più ampi.

E' in quest'ultima accezione che devono essere considerate le potenzialità dei cosiddetti "marchi ombrello" a valenza di area, intesi come una marca territoriale e pluriprodotto, in cui si incontrano la valorizzazione di economie locali e territoriali. Il processo di qualificazione indotto sulle IGT dall'applicazione dell'OCM infatti riporta al centro la questione della *natura del prodotto tipico* e sulle *funzioni che l'indicazione geografica* può svolgere nella valorizzazione del prodotto sul mercato, non solo con riguardo agli aspetti di protezione da usi scorretti, ma anche come contributo alla definizione dell'identità del prodotto e alla realizzazione di un'azione collettiva.

Nel quadro nuovo dell'OCM, sia culturale sia tecnico-produttivo, devono quindi essere esaminati gli elementi che condizionano il *successo delle denominazioni geografiche*¹²², contestualizzandone le caratteristiche e le esigenze anche in Lombardia. Si tratta cioè, anche attraverso l'ispirazione degli snodi presi in esame delle proposte di legge cumulatesi dal 2006 a oggi in Parlamento, nell'iniziativa regionale e delle autonomie locali in materia, di comprendere ai fini di un intervento legislativo, di capire meglio:

- le problematiche di costruzione del disciplinare e del Fascicolo tecnico, del suo successivo funzionamento;
- del sistema di responsabilità nuovo dei controlli, per la prima volta affidati a Enti terzi, ricollocando la funzione dei Consorzi di tutela;

¹²¹ In ragione della quale le indicazioni geografiche sono automaticamente protette ed iscritte nel registro comunitario, prevedendo la salvaguardia delle specificità del settore vitivinicolo e armonizzando il sistema delle DOP e IGP (Reg. n. 510/2006) come definizioni e come protezione comunitaria ed internazionale. Specificità, tradizionalità, rilievo socio-economico e culturale delle DO e le IG nei Paesi europei vitivinicoli sono i riferimenti di questa normativa che, ai fini della riflessione sul tema IGT, promuove nella costruzione del Fascicolo tecnico una esplicita valorizzazione della produzione in oggetto nel legame con il territorio (ambiente geografico e fattori umani), infatti nel caso una IG il disciplinare di produzione preciserà: (a) particolari della zona geografica relativi al collegamento; (b) particolari della qualità, della reputazione o di altre caratteristiche specifiche del prodotto attribuibili alla relativa origine geografica; (c) una descrizione dell'interazione causale fra i particolari citati nel punto (a) e quelli citati nel punto (b), ponendo la responsabilità del controllo su Organismi terzi, diversi dagli attuali Consorzi di tutela. Con l'OCM viene inoltre anche per le IG un controllo organolettico annuale e procedure di certificazione definite che i singoli Stati dovranno definire. Questo insieme di elementi incardina il tema IGT e orienta l'esigenza di un'expertise giuridica e tecnico-produttiva.

¹²² "Prodotti tipici e denominazioni geografiche. Strumenti di tutela e valorizzazione". Filippo Arfini, Giovanni Belletti, Andrea Marescotti. (Quaderno del Gruppo 2013)

- i vantaggi e i costi dell'impiego delle denominazioni per le imprese, per i sistemi territoriali di impresa anche alla luce della polarizzazione tipica del sistema lombardo;
- i co-fattori che influenzano l'efficacia e l'efficienza del sistema delle denominazioni geografiche;
- le ragioni attualizzate di una politica di tutela di livello regionale e le sue componenti efficienti, anche alla luce della discussione sugli orientamenti della Commissione UE.

Sul versante che possiamo definire a valenza territoriale e pluri-prodotto, si registrano nella stessa Regione Lombardia una serie di interventi normativi potenzialmente convergenti, tra essi la l.r. 9 febbraio 2010 n. 9, "Modifiche alla legge regionale 5 dicembre 2008, n. 31 (Testo unico delle leggi regionali in materia di agricoltura, foreste, pesca e sviluppo rurale). Promozione della cultura della qualità nel settore agricolo ed agroalimentare attraverso i marchi collettivi".

Un'ulteriore iniziativa in Lombardia, che sembra gemmata da questa attenzione alla territorialità vasta e identità culturale delle produzioni e delle culture del consumo, è quella proposta dalla l.r. 23 maggio 2011 n. 10, "Promozione, riconoscimento e sviluppo delle confraternite enogastronomiche e di associazioni consimili", che promuove l'associazionismo enogastronomico come "strumento di tutela e valorizzazione dei prodotti agroalimentari e dei piatti tipici del territorio lombardo" e istituisce un registro delle associazioni stesse su segnalazione delle Province. Nella stessa direzione sembra andare la l.r. 31 del 5.12.2008 e la Dgr 3633 del 23 giugno 2012 sul ruolo delle enoteche regionali¹²³, che recupera un istituto che ha avuto un ruolo essenziale nell'identità e attrattività, non solo turistica, di Regioni come il Friuli Venezia Giulia.

Sulla compatibilità di queste normative con il quadro europeo, si veda quanto espresso nel parere giuridico al Capitolo precedente, che ne indica le criticità se assunte da un soggetto pubblico e la loro piena utilizzabilità da parte di soggetti privati, anche associati. Da questo punto di vista l'adozione di IG e la loro "manutenzione" (cfr. par. 1.1 delle Conclusioni) è una prospettiva a considerare con attenzione, complementare a un ruolo di regolazione.

Rispetto al tema IGT, la nozione di "marchio geografico collettivo" e quella di "marchio collettivo di qualità" qualora promossi da soggetti privati, anche collettivi e operatori economici, introduce un'ulteriore fattispecie a quelle esistenti, ma di fatto favorisce e perimetra il campo di analisi e di intervento per Regione Lombardia, anche per i vini di qualità a Indicazione Geografica, tendendo alla definizione di un profilo di "sistema agro-alimentare" potenzialmente pluriprodotto e/o identificato da un prodotto "chiave" e/o da una famiglia "chiave", in cui però l'associazione con i luoghi, gli ambienti e la cultura del territorio siano forti e primarie.

Attenzione all'ambiente, alla sostenibilità del ciclo di produzione e consumo anche nel caso dei vini, costituiscono un'altra componente che deve essere valutata in un

¹²³ E' recente l'adozione della procedura per la presentazione delle domande di riconoscimento delle enoteche regionali (d.g.r. n. 3633 del 13 giugno 2012).

intervento sulle IGT, come esigenza di valutazione di ulteriori iniziative di valorizzazione del biologico e di interventi ambientali che si possano inserire nei percorsi della denominazione di origine e certificazione¹²⁴.

Rispetto a cui un'analisi sull'attualità di una normazione IGT regionale, per le caratteristiche peculiari della produzione lombarda:

- qualità consolidata,
- concentrazione di denominazioni e prevalenza delle aree pavese e della Franciacorta;
- potenzialità di valorizzazione per le denominazioni attuali e ulteriori,

il tema IGT si colloca in una prospettiva combinata di selettività e strategia di applicazione dell'OCM e insieme di *place brand*, a priori più ampia di una strategia di valorizzazione del prodotto, che ha già oggi presenta un posizionamento ottimale. In questo quadro, quali sono i margini di miglioramento?

Gli strumenti dell'iniziativa regionale sembrano doversi muovere tra questi due poli, anche rappresentati da culture e politiche afferenti approcci diversi: economico e socio-territoriale. Un osservatorio interessante di un'alleanza possibile e quindi prefigurante indicazioni anche per un intervento sulle cosiddette IGT lombarde, è quello costituito da una prima valutazione dell'utilizzo delle misure previste dal "Programma di sostegno del vino" nel triennio 2009-2011.

1.2 Misure di sostegno del vino e delle produzioni di qualità

Il rapporto sul primo triennio di programmazione (2009-2011) del "Programma di sostegno del vino"¹²⁵ comunitario, redatto dalla Rete Rurale Nazionale 2007-2013, consente una verifica della vitalità del segmento delle produzioni vitivinicole a denominazione, in rapporto all'analisi della spesa nazionale e regionale e all'attuazione delle misure che possono avere interagito con il supporto e lo sviluppo delle produzioni di qualità. In questo quadro, in Lombardia le misure a sostegno della viticoltura maggiormente utilizzate sono state (in ordine di entità di utilizzo): la ristrutturazione e riconversione dei vigneti, l'assicurazione del raccolto, a seguire il sostegno alle fasi di trasformazione e commercializzazione e investimenti nell'OCM (pari a quasi un quarto del totale nazionale; 1,6 su 6,57 milioni di euro).

Le misure maggiormente incidenti sulle produzioni di qualità (tra esse quelle della distillazione e della vendemmia verde) hanno coinvolto tra i beneficiari anche i Consorzi di tutela.

Dal 2012 i programmi di sostegno, fino al 2020, potranno includere solo una o più delle seguenti otto misure: Regime di Pagamento Unico, promozione nei paesi terzi, ristrutturazione e riconversione dei vigneti, investimenti, distillazione dei sottoprodotti, vendemmia verde, fondi di mutualizzazione e assicurazione del raccolto; non saranno più sostenute distillazione e arricchimento, ma certamente tali misure costituiranno una delle leve strategiche per l'adeguamento delle aziende e la competitività dei fattori produttivi e territoriali implicati nelle produzioni a denominazione.

¹²⁴ Anche se nelle nostre interviste il valore del biologico in associazione alle IGT non è stato segnalato.

¹²⁵ "Il Programma di sostegno del vino: bilancio del primo triennio di applicazione e prospettive future". A cura del Gruppo di lavoro Ambiente e condizionalità della Rete Rurale Nazionale. Roma, RUR [2011].

Nell'annunciare le modalità di conferimento delle risorse dell'OCM Vino per la campagna produttiva 2011-2012, pari a 3,2 milioni di euro, l'Assessore Giulio De Capitani ha sintetizzato la loro ripartizione per le Province lombarde nell'ambito del piano nazionale di sostegno al settore. "La misura Investimenti dell'OCM Vino (Organizzazione comune di mercato) finanzia investimenti materiali e immateriali, come impianti non permanenti per il trattamento e la commercializzazione del vino e infrastrutture vinicole. Si va, quindi, dall'acquisto di *barrique*, all'allestimento di sale di degustazione, alla realizzazione di siti internet, alla partecipazione a fiere di settore." ... "L'adesione alla misura 'Investimenti' è stata amplissima ... al punto che è stato necessario potenziare la dotazione iniziale, attingendo ai fondi residui di misure meno richieste, come la vendemmia verde e la promozione sui Paesi terzi. A fronte di un bando da 1,5 milioni di euro sono arrivate richieste per 3.889.000 euro. Siamo riusciti a recuperare ogni economia residua e, grazie a una gestione oculata delle risorse, riusciremo a finanziare oltre l'80 per cento delle domande in graduatoria". E' in questo insieme delle misure che alcune azioni di supporto e valorizzazione delle IGT vino potrebbero essere attivate, a condizione che per essa sia impostata un'agenda tecnica, viticolo-enologica e di policy.

1.3 Esigenza di una strategia europea per le IGT vino

Un segnale di visione ampia del tema IGT è contenuto sia nella prospettiva indicata dal Direttore di AS.CO.VI.LO. Carlo Panont, quando indica nel mercato internazionale lo scenario da un lato, e l'ambiente di sviluppo, dall'altro, delle strategie di posizionamento e mercato dei vini di qualità lombardi.¹²⁶ Ma un'indicazione autorevole e incoraggiante è contenuta anche nella pronuncia della Corte dei Conti Europea sulla disciplina delle IGT, nella quale la Corte "... formula una serie di raccomandazioni che a suo avviso possono migliorare l'efficacia del sistema delle IG: "[La Commissione] dovrebbe definire requisiti minimi in materia di verifica dei disciplinari e fissare norme chiare per un sistema dei controlli che preveda verifiche regolari per individuare e reprimere le pratiche non autorizzate. *La Commissione dovrebbe anche definire una strategia per sensibilizzare maggiormente al sistema delle IGT i potenziali richiedenti e i consumatori e per ricercare mezzi più efficaci per prouovere il sistema tra gli stessi.*"¹²⁷

Questo invito apre spazi sia per iniziative del MIPAAF sia per le Regioni, nella misura in cui la tappa dell'identificazione è fortemente influenzata dall'incremento e qualificazione delle conoscenze dei consumatori e degli stake-holder.

1.4 I marchi territoriali

Ai marchi territoriali Regione Lombardia ha dedicato una costante attenzione¹²⁸ e, più recentemente, a essi è dedicato un capitolo del Rapporto 2011 redatto dall'IRPET per Regione Toscana¹²⁹, approfondendone le caratteristiche di marchi pluri-prodotti in rapporto con un territorio ampio (strategia di PLACE BRANDING).

¹²⁶ Cfr. intervista nel Cap. 3, Parte 1.

¹²⁷ "Il ruolo di garanzia dei consorzi di tutela" di Riccardo Ricci Cubastro, 2012, cit. p. 5.

¹²⁸ E' del 2005 lo studio affidato a IReR dalla D.G. Agricoltura: "Marchi territoriali pubblici in campo agro-alimentare: situazione attuale e prospettive di sviluppo", project leader Guido Gay.

¹²⁹ 2012. IRPET. "Rapporto sul sistema rurale toscano. Economia, politiche, filiere e produzioni di qualità". [coordinato da Simone Bertini IRPET, con la collaborazione di Benedetto Rocchi (DIPSA, Università di Firenze) e Lucia Tudini (INEA. Istituto nazionale economia agraria). Firenze, IRPET, 2012. Cfr. ivi il par. 2.6 "I marchi territoriali", p. 126 - 131.

La riflessione e l'analisi di questo approccio misto di marketing territoriale pubblico e intervento dei sistemi territoriali d'impresa e relativi distretti è recente, ma sullo sfondo di tale analisi sta il successo della scelta identitaria su scala vasta operata dal Trentino Alto Adige e della Sicilia, ecc. Operazioni, soprattutto la prima, controverse e impugnate sul piano del diritto (cfr. Cap. 1, Parte 2), ma capaci di effetti positivi multi-livello e di lungo periodo. Si tratta infatti di interventi, promossi dal pubblico con un partenariato ampio, che vedono coinvolti una pluralità di soggetti, che possono agire con una strategia di *place branding* in funzione di politiche di attrattività e competitività (Regione, Enti locali, Agenzie di sviluppo, Consorzi, ecc., in cui permane un ruolo importante di promozione affidato all'Ente intermedio Provincia.

L'interesse per una strategia di marca territoriale è contestuale *all'emergere di alcuni limiti della concomitante politica della denominazione di origine*, per la non coincidenza totale tra certificazione di qualità di prodotto e valorizzazione del legame con il territorio, che risulta un insufficiente beneficiario di una catena di interventi di valorizzazione concentrati sul prodotto.

E' intuitivo come uno dei fattori di successo dei marchi collettivi pubblici sia la capacità di questi ultimi di sviluppare sinergie a livello di sistema¹³⁰. I marchi più noti risultano infatti essere quelli relativi ad aree a forte vocazione turistica, dove esiste un circolo virtuoso tra cibo e turismo. In queste aree ricercare un coordinamento tra promozione del marchio e promozione del territorio consente di massimizzare le ricadute intersettoriali. Occorre in questo senso individuare un percorso di fattibilità del loro progetto e utilizzo che sia promosso nell'ambito di una promozione dell'IG da parte di soggetti privati, di diverso tipo e natura ma contraddistinti da un legame vocazionale e identitario, cioè di competenze tecnico-produttive alimentate dal territorio di origine.

Accanto a questa esigenza di messa in campo di una strategia di *place branding* correlata all'internazionalizzazione dei mercati e alla comunicazione / competizione tra IG differenti, sembrano emergere ai poli opposti: una rivalutazione dell'IGT, sia pure in un contesto normativo e culturale nuovo, ed esigenze di valorizzazione di micro-produzioni a valenza storico-identitaria, anche per il vino.¹³¹ Ci sono elementi di contatto e di connessione? E se sì, quali?

Uno è *l'orizzonte dei beni comuni*, percepito come il substrato vivente e dinamico di qualsiasi processo di valorizzazione a scala territoriale che sia nel contempo espressione di comunità locali e di pratica, l'altro è quella del contatto - più evidente anche in Lombardia - con l'esigenza di territorializzazione di ogni politica pubblica, anche quella relativa ai marchi di qualità.

Sullo sfondo si intravedono le esigenze sinora inattuato del coinvolgimento della popolazione oltre agli attori economici e alle rappresentanze professionali nei processi

¹³⁰ Si veda a questo proposito lo studio dell'IRES (Istituto Ricerche Economiche e Sociali, Torino) dedicato alla *"Spesa territoriale nelle città del vino. Problemi e prospettive"*, presentato in occasione dell'Assemblea annuale dei soci delle Città del Vino, che ha avuto luogo a Selargius (CA) 11 giugno 2011. In quell'occasione Elena Battaglini, responsabile dell'area ambiente e sviluppo sostenibile dell'IRES, ha presentato alcune elaborazioni sui comuni italiani *"Città del Vino"*, attraverso i dati dell'Osservatorio EBNT Spesa Pubblica Locale e Turismo Sostenibile. Le slides sono disponibili sul sito istituzionale di IRES: <http://www.ires.it/node/1497>

¹³¹ E' la casistica e il modello teorico proposto nella ricerca *"Promozione di sistemi locali di produzione agro-alimentare di rilevante interesse"*, commissionata in parallelo alla presente dall'VIII Commissione del Consiglio regionale.

di valorizzazione e identificazione, dall'attualità della riflessione e attivazione delle filiere corte, sia nella produzione e distribuzione, sia nelle culture del consumo consapevole, anche richiamati dall'orizzonte del tema del cibo e della nutrizione di Expo 2015.

Il Rapporto toscano citato conduce una riflessione che possiamo utilizzare come palinsesto del ragionamento preliminare su una disciplina IGT, nella sua potenziale valenza di marchio a valenza territoriale, infatti: "Negli ultimi anni le amministrazioni locali e non solo in Toscana stanno ponendo sempre più attenzione al ruolo dei marchi territoriali per la promozione di prodotti appartenenti a settori economici diversi ma aventi in comune una stessa origine geografica. Il marchio territoriale si presenta spesso con altre denominazioni come "marchio ombrello" o "marchio d'area" o "club di prodotti". In Italia, una delle Regioni che ha precorso i tempi attraverso un piano di marketing ben pianificato, e alla luce della notorietà raggiunta, con risultati efficaci è stata il Trentino Alto Adige nel 2004 con il marchio omonimo e il logo rappresentante lo skyline del Sudtirolo. Nel settore agroalimentare due recenti e chiari esempi di iniziativa regionale sono il marchio del Distretto Produttivo Agrumi di Sicilia (Ads) che racchiude gli sforzi promozionali di cinque Consorzi di tutela Dop e IGP (Arancia rossa di Sicilia e Arancia bionda di Ribera, Mandarino "Tardivo di Ciaculli", in attesa di riconoscimento, e Limone Interdonato di Messina e Limone di Siracusa) e il marchio "Prodotti di Puglia".

L'importanza di politiche rivolte alla creazione di network composti da partner pubblici, associazioni di categoria e privati appartenenti a settori economici diversi è stata riconosciuta dal Governo attraverso il recente bando di finanziamento per la realizzazione di club di prodotti turistici infraregionali inerenti le «vie del gusto». Emanato dal Dipartimento per lo sviluppo e la competitività della Presidenza del consiglio dei ministri (pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale del 13 settembre 2011), il suo obiettivo è di realizzare itinerari enogastronomici che, attraversando il maggior numero di regioni, possano valorizzare sotto un unico marchio risorse e destinazioni turistiche marittime e montane e tipicità enogastronomiche, "qualificando l'offerta turistico-ricettiva degli agriturismi e degli operatori della ristorazione". I due settori principali coinvolti nel nostro Paese sono ovviamente quello turistico e quello agroalimentare ed è abbastanza intuitivo il ruolo fondamentale svolto dai territori depositari di Dop e IGP e di vini a denominazione.

Dal punto di vista del marketing territoriale, questi tentativi richiamano la definizione di "place brand", ovvero l'impressione percepita nella mente del consumatore/cittadino/turista come somma di tutti gli elementi tangibili o intangibili che fanno capo a un determinato prodotto territoriale. Le iniziative di cui si tratta in questa parte del lavoro sono da inquadrare come tentativi di "place branding", ovvero tutta quella attività di gestione dell'immagine di un luogo attraverso l'innovazione strategica e il coordinamento di politiche economiche, commerciali, sociali, culturali e di governo del territorio.

La ricerca sul valore dei brand territoriali è un fenomeno decisamente recente; è solo dalla metà degli anni 90, infatti, che il legame tra servizi offerti dal territorio e l'immagine che di questi hanno i consumatori, sono stati investigati. Nel corso di questi venti anni le gestioni virtuose hanno portato ai seguenti benefici: a) una chiara differenziazione nei confronti di prodotti territoriali concorrenti; b) la creazione di benefici emotivi per i consumatori; c) la riduzione di asimmetrie informative in quanto un brand facilita la capacità decisionale, riduce la difficoltà di reperire le informazioni e diminuisce i rischi legati alla scelta; d) la creazione di nuove strategie incrementali di lungo termine. Per ottenere tali risultati alcune attività sembrano rivestire una fondamentale importanza.

Un *brand* territoriale dovrebbe infatti essere capace di: a) attrarre nuovi investimenti e opportunità d'affari; b) promuovere le priorità percepite dall'industria turistica; c) promuovere un rapporto virtuoso tra pubblico e privato; d) supportare gli interessi delle aziende; e) rinforzare l'identità regionale e incrementarne la reputazione.

Dal punto di vista dell'operatore pubblico non si tratta quindi di gestire solo la promozione di un marchio, ma di coordinare e gestire l'offerta di prodotti turistici e agroalimentari tramite l'individuazione delle direttrici comuni da seguire a livello intersettoriale. A questo proposito un prerequisito chiave che caratterizza molti tentativi riusciti soprattutto nel caso di aree a forte vocazione rurale, e che non sempre viene considerato nella pianificazione di interventi di lungo periodo, è il coinvolgimento della popolazione sia nella fase di ricerca iniziale per comprendere i valori fondanti l'identità regionale, sia nella fase successiva di formazione degli operatori e di divulgazione della strategia adottata".

Il Rapporto toscano rileva come manchi a tutt'oggi una ricognizione sistematica dei marchi territoriali (che costituirebbe un elemento utile anche nel caso lombardo e per le IGT vino), ma che certamente ne esiste una proliferazione, come "... di marchi d'area, territoriali, club di prodotto e altri sinonimi che indicano il tentativo da parte di enti pubblici, associazioni di categoria, organizzazioni di imprese e numerosi altri soggetti privati di unire gli sforzi di promozione sui mercati interni ed esteri per utilizzare in maniera efficiente le proprie risorse. Questi tentativi che possono riguardare anche marchi relativi alla sostenibilità e alla responsabilità sociale, hanno come tratto caratteristico il legame con il territorio.

Ovviamente le produzioni agroalimentari di qualità (certificate e non) rappresentano una componente fondamentale e vengono quasi sempre richiamate nei disciplinari o nei codici adottati da queste realtà. Tuttavia, se da un lato questi marchi testimoniano una ricchezza indiscutibile in termini di creatività e originalità imprenditoriale presenti sul territorio, dall'altro richiedono un monitoraggio costante all'amministrazione regionale. Infatti, il rischio più evidente è quello di una proliferazione di simboli, loghi e slogan che nel lungo periodo crei solo confusione nel consumatore/visitatore/cliente dei prodotti toscani. Inoltre se dal punto di vista del singolo imprenditore, mettersi insieme ad altri e cooperare alla promozione di un sistema territoriale può risultare conveniente, per la gestione delle risorse pubbliche queste iniziative possono rappresentare un modo di disperdere fondi in numerose attività scarsamente coordinate tra loro" (ibidem).

Le linee di lavoro che il Rapporto propone sono pertinenti anche il tema IGT, opportunamente contestualizzate:

"a) *Coinvolgimento della collettività*. Promuovere un territorio significa innanzitutto partire dalle esigenze e dai valori di coloro che lo abitano. Qualsiasi iniziativa che non prendesse in considerazione gli abitanti sia nella fase iniziale di comprensione dell'identità che si vuole comunicare, sia in quella successiva di formazione ed educazione all'accoglienza, rischierebbe di tradursi in un fallimento nel lungo periodo. Inoltre la condivisione di un progetto da parte della società civile può diventare generatrice di nuova linfa creativa nel corso del progetto¹³²;

b) *Budget*. Per evitare problemi nel lungo periodo e non farsi trasportare da facili entusiasmi nella fase iniziale, è necessario redigere un *business plan pluriennale*. Infatti, in molti casi rintracciabili sul web anche relativi alla Regione Toscana, i tentativi di

¹³² E' interessante che da approcci diversi, il Manuale FAO (2007) "*Linking the People*" e lo studio toscano, conferiscano una dimensione determinante alla partecipazione delle comunità locali e della popolazione alla fase di identificazione e più in generale al progetto IG.

realizzazione del marchio territoriale sono naufragati dopo il lancio del sito web/piattaforma che avrebbe dovuto funzionare da strumenti di coordinamento delle iniziative, per l'esaurimento dei fondi. Perché un marchio possa acquisire valore, il tempo è un fattore necessario e se non si pensa fin da subito alla sostenibilità di un progetto, il rischio più grande che si corre è di sprecare notevoli risorse nella fase di start-up.

c) *Leadership forte da parte dell'ente pubblico e partnerships forti e compatibili.* Il soggetto pubblico non può limitarsi a finanziare progetti di ideazione, promozione e gestione di marchi ombrello affidandosi esclusivamente a società private. Il rischio principale è quello di perdere il consenso e il coinvolgimento da parte degli stakeholders soprattutto se tra questi esistono potenziali conflittualità. Un monitoraggio continuo orientato ad avere un feedback sulle iniziative messe in atto sarà quindi essenziale per la buona riuscita dell'iniziativa di marketing territoriale." (ibidem).

Nel corso della ricerca, è emerso come anche l'ipotesi di un intervento normativo per le IGT debba collocarsi nel quadro complesso di riferimenti che l'espertise giuridica ha delineato nella Parte 2 del Rapporto, ma tale consapevolezza non delimita solo in termini restrittivi il problema, in quanto "la regolazione e la tutela delle IG (e dei prodotti da esse indicati) consente non solo il soddisfacimento di un interesse collettivo ma anche il perseguimento di un interesse pubblico".¹³³

Si tratta di mettere a fuoco e attualizzare i presupposti di tale interesse, al fine di una valorizzazione "virtuosa", attenta oltre che "a garantire regole procedurali volte a garantire il rispetto di alcuni principi nella definizione dei diritti sulle indicazioni geografiche e a rimuovere e sanzionare i comportamenti scorretti, [l'operatore pubblico] è legittimato - in special modo nelle sue articolazioni territoriali (Regioni, Province e Comuni) - a farsi parte in causa del processo di definizione delle regole delle IG per tutelarne la sostenibilità dal punto di vista economico ma anche ambientale e sociale, ed eventualmente ad attivare ad attivare politiche proattive di sostegno all'avvio del funzionamento delle IG, sia pure nel rispetto del delicato equilibrio con l'iniziativa privata. Da tale visione consegue evidentemente anche la necessità di tutela nel modo più forte possibile le IG anche sul piano internazionale."

Nella direzione indicata proviamo di seguito a formulare alcune direzioni e indicazioni di lavoro per l'iniziativa regionale, fondate anche sulle segnalazioni e proposte raccolte presso gli *stake holder* (Cap. 3, Parte 1).

¹³³ Cfr. "Approcci alternativi per la regolazione e la tutela dei nomi geografici: reputazioni collettive e interesse pubblico" di G. Belletti e A. Marescotti, in: "AgriRegioniEuropa", anno 4, numero 15, dicembre 2008 (<http://agriregionieuropa.univipm.it>).

Gli elementi di un percorso

Nella tabella n. 1 abbiamo sintetizzato gli elementi emersi dalle interviste, posizionandole in modo intuitivo nelle tappe del ciclo della qualità (vedi Cap. 1, Parte 1). In parallelo, proponiamo una sintesi delle indicazioni per le *policy* regionali che l'analisi compiuta e le dichiarazioni degli *stake-holder* ci hanno suggerito (cfr. Tabella n. 1, p. seguente).

1.1 Una mappa delle direzioni di lavoro

Nel ciclo della qualità legata all'origine, individuata dal Manuale della Fao "*Linking the People*" (2007),¹³⁴ possiamo vedere che sono coinvolte tutte le tappe previste e costituenti un percorso che, se sviluppato per le IGT, dovrebbe supportare lo sviluppo e la valorizzazione, trovando corrispondenze in livelli e azioni sia di tipo settoriale, sia territoriale. Questo insieme di misure e azioni sono contenute nella Tabella n. 2 seguente.

Tabella n. 1 Elementi rilevati nelle interviste

Componenti del ciclo della qualità	Reg	BG	BS	CO-LC	MN	PV
Enti / Consorzi intervistati ¹³⁵	ASS	CMS	CTV	CFC	CTL	CVM
1. Identificazione	○	○	○	○	○	○
2. Qualificazione	○		○		○	○
3. Remunerazione	○		○	○		○
4. Riproduzione delle risorse locali			○		○	
5. Ruolo delle politiche pubbliche	○	○	○		○	○

Tabella n. 2. Interventi auspicabili nel ciclo della qualità delle IGT vino lombarde

Componenti del ciclo della qualità	
Nei territori di origine e a scala locale e sovra-locale	
1. Identificazione	<p>Favorendo l'ascolto e la traduzione della progettualità locale in iniziative e a livello d'area e regionale, in dialogo con i Consorzi e gli Enti di tutela e altri Stake holder (attori locali), volte al posizionamento delle IGT, per:</p> <ul style="list-style-type: none"> -la costruzione di <i>una strategia</i> viticola, enologica e di mercato "dedicata", non residuale ma dinamicamente inserita in una politica per le DO, in cui si sviluppino valori consolidati e potenziale dell'intera gamma della produzione di qualità; -la razionalizzazione delle denominazioni, verificando le <i>chances e la praticabilità nel contesto OCM Vino</i> per: denominazioni più ampie (per zona e tipo di vino) e/o l'associazione con il nome

¹³⁴ La guida FAO è stata una delle fonti utilizzate per l'indicazione di interventi delle politiche e delle azioni pubbliche: cfr. *ivi*, p. 164-165.

¹³⁵ Legenda delle abbreviazioni: AS: Associazione Consorzi dei Vini Lombardi (AS.CO.VI.LO.); CMS: Consorzio Moscato di Scanzo; CTV: Consorzio Tutela Valcalepio; CTL: Consorzio IGT Terre Lariane; CFC: Consorzio per la tutela del Franciacorta; CPM: Consorzio provinciale per la tutela dei vini mantovani DOC; Consorzio tutela vini oltrepo pavese.

Componenti del ciclo della qualità

Nei territori di origine e a scala locale e sovra-locale

“Lombardia”; la creazione di nomi collettivi di IGT che meglio rappresentino le qualità specifiche dell’IGT e il suo legame con il territorio;

-coordinare tale riflessione con gli *stake holder* interessati, assumendone le esigenze diversificate anche in relazione a un *percorso di confluenza culturale nel quadro di Expo 2015* e in un’ottica di *apertura di relazioni verso il mondo non UE* e di *scambi tra pari coinvolti in processi dell’IG* (produttori, ONG, ecc.);

-considerare la *tappa dell’identità e della denominazione come un processo fondante dell’IGT, proattivo e dinamico* e non coincidente totalmente con quanto definito nel disciplinare, in cui la l’IG necessita di una manutenzione continua, in grado di attualizzare la relazione e lo stato del capitale reputazionale della denominazione geografica assunta;

-migliorare e investire sull’informazione a disposizione dei consumatori sul concetto di IG all’interno di esso dell’IGT vino;

2. Qualificazione

In un’ottica di sviluppo della competitività e attrattività del sistema agro-alimentare lombardo, assumere - in dialogo e partenariato con i Consorzi e gli Enti di tutela - un’agenda delle priorità e delle esigenze di rinforzo delle strutture e delle competenze interne, nel quadro del mutamento di ruoli e funzioni indotto dall’OCM vino da un lato e dell’esigenza di integrare le esigenze di valorizzazione delle IGT nel “piani della qualità” delle DO, articolando le valenze delle azioni di promozione e valorizzazione in tutte le tappe del ciclo;

-Analizzare come *casi di studio* le IGT, individuandone i fattori di successo, le criticità nelle componenti aziendali e territoriali, nelle relazioni con il sistema locale, ecc, al fine di renderne trasmissibili alcune prassi e modelli operativi;

-Individuare i fattori caratterizzanti delle IGT come *start-up* di un progetto d’impresa o gruppi, reti, ecc. a scala territoriale;

-Migliorare la conoscenza dei dispositivi di protezione giuridica (disciplinare, ecc.) e delle *esigenze di attrezzaggio e competenze* che essi comportano per i produttori interessati, tramite iniziative di formazione ai diversi livelli (agronomica, economica, ecc.);

Mettere a disposizione di produttori e consumatori elementi di conoscenza sul percorso di acquisizione e sul mantenimento del sistema di certificazione (*assistenza tecnica*).

Componenti del ciclo della qualità

Nei territori di origine e a scala locale e sovra-locale

3. Remunerazione
- Verificare nelle diverse aree e componenti della filiera di gestione del sistema IGT, le condizioni del credito e delle produzioni di qualità;
 - Sostenere le iniziative di marketing territoriale, coinvolgendo i Consorzi e gli Enti di tutela in un tavolo tecnico di progetto di livello regionale del comparto agro-alimentare per Expo 2015;
 - Favorire la conoscenza dei prodotti IG tra i consumatori in armonia con le altre DO;
4. Riproduzione delle risorse locali
- Incoraggiare *l'integrazione delle pratiche di produzione* più durature dal punto di vista ambientale e territoriale (verificando il potenziale ruolo di RICCAGIOIA);
 - Identificare le *pratiche durevoli* nel sistema di gestione dell'IGT (colturali, ecc.) al fine di una loro assunzione e modellizzazione, insieme a percorsi guidati di passaggio alle altre DO (ruolo dei Consorzi e degli Enti locali, delle ONG, ecc.);
 - Sostenere la *ripartizione equa dei benefici* dell'IG tra differenti categorie di attori della filiera e nell'ambito di ciascuna categoria, a partire da studi di caso;
 - Sviluppare dei programmi di sostegno locale per i produttori intenzionati a utilizzare l'IG e/o a rischio di abbandono per incrementare la tenuta nel ciclo;
 - Incoraggiare gli attori del sistema IG a mettere in atto delle *sinergie tra settori complementari* di altri prodotti IG del territorio e nell'ambito di filiere (corta, ecc.) e scale diverse in armonia, anche tramite l'utilizzo delle misure dei minimi della PAC;
 - Incoraggiare nei territori con IGT, tuttora privi o debolmente connotati da ospitalità agrituristica e percorsi enogastronomici dedicati, lo sviluppo di forme di turismo legato a risorse locali e alla progettazione di itinerari;
 - Rinforzare la relazione di identificazione tra comunità locali e prodotto, promuovendo la capacità di promuovere azioni culturali connesse con l'azione degli Enti locali.
5. Ruolo delle politiche pubbliche
- Tutte le misure sopra indicate possono coinvolgere le politiche pubbliche, le quali in generale sono impegnate a:

-Verificare *in sede di programmazione* le azioni e gli strumenti

Componenti del ciclo della qualità

Nei territori di origine e a scala locale e sovra-locale

per favorire l'integrazione e la territorializzazione delle politiche pubbliche coinvolte nei progetti locali di IG (agricola, ambientale, territoriale, turistica);

-Garantire una *rappresentazione equilibrata dei diversi attori nel sistema di gestione dell'IG*, facilitando forme di partenariato di progetti associati, reti tra piccoli e medi produttori, assistenza alla ricerca applicata, ecc.

-Incoraggiare i produttori a tener conto come fattori di sviluppo e continuità del progetto IG, di *risorse locali specifiche*, sociali e ambientali, anche supportandoli con iniziative di assistenza tecnica e ricerca;

-Sostenere il funzionamento dell'IG tramite *misure di rinforzo delle competenze locali* e attualmente non presenti nella filiera produttiva, che permettano di radicare lo sviluppo di un mercato per i prodotti IG;

-Individuare un equilibrio, in funzione del contesto, tra iniziative pubbliche e private, affinché il sistema di gestione dell'IG funzioni adeguatamente;

Più in generale, i ruoli possibili da parte degli attori pubblici sono posizionati in tutte le tappe del ciclo della qualità e, anche per le IGT lombarde sono auspicabili in:

1. Identificazione: promuovere azioni di informazione e sensibilizzazione degli attori sulla natura dei prodotti IG e sul loro potenziale;
 2. Qualificazione: facilitare processi partecipati di accesso dei produttori al ciclo della qualità (conoscenza, formazione, familiarizzazione) e un approccio duraturo nell'elaborazione delle regole (disciplinare di produzione) e nella definizione del sistema di gestione;
 3. Remunerazione: applicazione della tutela giuridica a livello nazionale e internazionale; informazione dei consumatori sulla natura dell'IGT, tramite strumenti di comunicazione;
 4. Riproduzione: aiuto alla valutazione degli impatti per assicurare l'evoluzione durevole delle regole e dei disciplinari di produzione.
-

1.2 I passi successivi

La domanda di conoscenza che la ricerca ha affrontato ha al suo attivo due risorse:

1) un'analisi e un parere esperto di tipo giuridico che, per la tipologia di riferimenti e tecnicità degli argomenti, si gioverebbe di un'interlocuzione diretta dell'Esperto con la Commissione, nell'ambito di un'apposta seduta;

2) un quadro di elementi sul piano economico-produttivo delle dimensioni caratterizzanti le IGT vino lombarde, che ne restituisce alcuni dei tratti essenziali del modello viticolo ed enologico e delle esigenze di sviluppo: anche tale quadro si gioverebbe di un approfondimento tecnico e tematico con una sessione di lavoro con la Commissione, assistita un Esperto di economica agraria e indicazioni geografiche.

Per queste ragioni si propone alla Commissione di valutare il contributo fornito come propedeutico e integrabile da una consultazione diretta con i due Esperti citati, al fine di fornire elementi di orientamento e contenuto integrati e utili a una *decisione politica informata*.

Glossario

Fonte: <http://agrireregionieuropa.univpm.it>

DOC

Denominazione di origine controllata (DOC). Questa è sicuramente la sigla più famosa, che incontriamo spesso sulle etichette dei vini. Ci siamo anche abituati a definire "DOC" altri cibi, come i prosciutti più pregiati. Ma da quando è entrato in vigore il Regolamento comunitario questa sigla va riservata esclusivamente ai vini. Il vino DOC, a differenza del cosiddetto "vino da tavola", deve essere sempre ricavato, in quantità prestabilite (per non forzare le viti nella produzione dell'uva) da uve di una zona geografica ben delimitata.

DOCG

Denominazione di origine controllata e garantita (DOCG). Riconoscimento di particolare pregio qualitativo attribuito ad alcuni vini DOC di notorietà nazionale ed internazionale. Questi vini vengono sottoposti a controlli più severi, debbono essere commercializzati in recipienti di capacità inferiore a cinque litri e portare un contrassegno dello Stato che dia la garanzia dell'origine, della qualità e che consenta la numerazione delle bottiglie prodotte. (Legge 164/92).

DOP

Denominazione di origine protetta (DOP). Viene assegnata a prodotti strettamente legati alla regione di cui sono originari. Per poter ricevere l'appellativo deve sussistere due condizioni irrinunciabili: 1. la produzione delle materie prime e la loro trasformazione fino al prodotto finito devono essere effettuate nella regione delimitata di cui il prodotto porta il nome. In altre parole: un formaggio dop deve essere fatto con latte di vacche allevate in zona, così come il salume deve essere ricavato dai suini locali; 2. le particolari qualità e caratteristiche del prodotto devono essere dovute, esclusivamente o essenzialmente, all'ambiente geografico del luogo d'origine. Per "ambiente geografico" la legge intende non solo i fattori naturali ma anche quelli umani, quindi il clima e la qualità del suolo, ma anche le conoscenze tecniche locali. Insomma, il legame tra il prodotto e la zona deve essere essenziale: non deve essere possibile ricreare le stesse condizioni altrove. In realtà, la legge ammette deroghe, in alcuni casi, per la provenienza delle materie prime, che possono arrivare anche da altre zone.

IGP

Indicazione geografica protetta (IGP). È un riconoscimento dato dalla Comunità Europea che indica che una determinata area ha delle caratteristiche peculiari che rendono il prodotto della zona unico e non riproducibile al di fuori di essa. I prodotti sono collegati alla regione di cui, in genere, portano il nome. Questo legame, però, è meno stretto o comunque diverso rispetto a quello visto per la denominazione DOP. Le

due condizioni necessarie per poter acquisire la IGP sono: una delle fasi di produzione deve essere effettuata nella zona delimitata: ma, per esempio, le materie prime che intervengono nella produzione possono anche provenire da un'altra regione. Deve esistere un collegamento tra il prodotto e la regione da cui prende il nome. Questo legame, però, può essere molto più blando di quanto avviene per la certificazione DOP. La denominazione IGP, nasce dalla convinzione che un'indicazione geografica può essere protetta anche se non è dimostrato che le caratteristiche specifiche del prodotto siano dovute alla sua regione di provenienza. I legislatori, infatti, ritengono che questo possa essere un elemento essenziale e per l'acquisizione o la conservazione di una clientela. Ecco allora una discriminante utile per i consumatori: la DOP è un'indicazione legata totalmente alla regione di produzione, l'IGP si riferisce a produzioni caratteristiche di un luogo ma le cui materie prime possono avere provenienze diverse.

OCM

Un'organizzazione comune di mercato è un insieme di misure che costituiscono un dispositivo che permette all'Unione europea di gestire il mercato di un determinato prodotto agricolo (produzione e scambi). Lo scopo di tale gestione del mercato è, da un lato, quello di garantire agli agricoltori uno sbocco per la loro produzione e la stabilità dei redditi e, dall'altro, garantire ai consumatori la sicurezza dell'approvvigionamento in prodotti alimentari a prezzi ragionevoli. Da quando è stata istituita la PAC, esse hanno progressivamente sostituito le organizzazioni nazionali di mercato nei settori. Attualmente si contano 22 organizzazioni comuni di mercato che interessano circa il 90% della produzione agricola dell'Unione europea. Le OCM consentono innanzitutto di fissare per i prodotti agricoli prezzi unici per tutti i mercati europei (prezzo indicativo, prezzo d'entrata, prezzo d'intervento), di concedere aiuti ai produttori o agli operatori del settore, di istituire meccanismi di controllo della produzione e disciplinare gli scambi con i paesi terzi. Viene inoltre promossa la costituzione di organizzazioni di produttori. Tra le misure contemplate dalle organizzazioni comuni di mercato troviamo i pagamenti diretti agli agricoltori, istituiti inizialmente per compensare in certi settori le perdite di reddito subite dagli agricoltori a causa della diminuzione dei prezzi di sostegno. Prima della riforma del giugno 2003 tali pagamenti erano generalmente versati in base al numero di capi di bestiame allevati o di ettari coltivati dall'agricoltore. Attualmente, in linea generale, tali aiuti sono disaccoppiati dalla produzione e inglobati nel regime di pagamento unico.

