



UNIVERSITY
OF TRENTO - Italy
Faculty of Law
Department of Legal Sciences

**The Trento Law and
Technology Research Group
Student Paper n. 34**

**LA DIMENSIONE
GIURIDICA DEL *TERROIR***

MATTEO BERTINATO

lawtech

ISBN: 978-88-8443-728-0

COPYRIGHT © 2017 MATTEO BERTINATO

This paper can be downloaded without charge at:

The Trento Law and Technology Research Group
Student Papers Series Index
<http://www.lawtech.jus.unitn.it>

IRIS:
<http://hdl.handle.net/11572/173535>

Questo paper © Copyright 2017 by Matteo Bertinato è pubblicato con Creative Commons Attribuzione-Non commerciale-Non opere derivate 2.5 Italia License. Maggiori informazioni circa la licenza all'URL:
<<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/it/>>

THE LEGAL FRAMEWORK OF *TERROIR*

ABSTRACT

This paper is structured into three main areas: in the first one, the main goal is to reconstruct the nature and meaning of a subtle and poorly-defined concept, through an interdisciplinary dialogue between hard sciences and social sciences, inseparable and evolutionary elements, tangible and intangible elements, tradition and innovation. With the help of history and the testimonies of distinguished scholars, it focuses on the development of the concept of *terroir* in relation to social, economic and environmental dynamics that have expanded the meaning whilst safeguarding the basic core: from *res naturalis* to *res non naturalis*. The "hard" sciences help to clarify the first part, the "social" sciences that which evolves. To this end, the final considerations in the first chapter seek to understand the legal framework of *terroir*, which has brought out another "evolution" - *res incorporales* - intangible assets in terms of intellectual property, which aims to defend a distinctive identity perceived as an asset of considerable interest.

The second area focuses on the legal translation of the term *terroir*, as interpreted in the acronyms used by the EU quality policy, such as PDO/PGI, and the Italian and French historical antecedents, DOCG, DOC, IGT, AOC. The charm of the issue joins here with the skein of the relationship between the sources, a subject that the contemporary jurist has systematically been called on to handle. Constant attention is given to the concept of quality, developed, on the one hand, in the interpretation and evolution of CJEU as a difference between materiality and immateriality, and, on the other hand, in relation to the product specification, as a compromise of a pact aiming at an effective quality. With reference to the *Disciplinare di produzione*, I focus on the main aspect of territory and on the problem of the border. How to reconcile the demarcation of the production area with the needs of local social communities? One focus is on the tendency of legal systems to classify the demarcated areas into shrinking plots, to distinguish different climatic situations that can have an effect on the diversity of the final product. In the conclusion we investigate the peculiar relationship between PDO/PGI and geographic brands.

The third area of discussion focuses on sustainability. Aided by Reg. (EU) n.1151/2012, which orientation over-stresses the socio-economic perspective, focus is afforded to environmental sustainability, raising the question of whether the security framework ensured by the geographical indications like *res incorporalis* has lost sight of that part of the intrinsic materiality of the object/subject (the territory), which requires equally specific protection. To re-ensure sustainability in an acronym that safeguards the highest quality today seems to fix an indispensable basis for a much-needed perspective *de iure condendo*. Finally, in this reinterpretation of the PDO/PGI system, we endeavor to highlight the role of the consumer of foods whose characteristics are enhanced by the regulated standards.

KEYWORDS

Terroir – Geographical indications – Quality – Sustainability – Food
Law

About the Author

Matteo Bertinato (e-mail: m.bertinato1988@libero.it), earned his J. D. in Law at the University of Trento under the supervision of prof. Umberto Izzo and prof. Matteo Ferrari (March 2017). The opinions stated in this paper and all possible errors are the Author's only.

LA DIMENSIONE GIURIDICA DEL *TERROIR*

ABSTRACT

Il *paper* è strutturato in tre macroaree: nella prima, l'obiettivo principale è ricostruire natura e significato di un concetto rarefatto e indefinito, attraverso un dialogo interdisciplinare tra *hard science* e *social science*, tra elementi inscindibili ed evolutivi, tra elementi materiali e immateriali, tra tradizione ed innovazione. Con l'ausilio della storia e le testimonianze di illustri studiosi, ci si sofferma sullo sviluppo del *terroir* in relazione a dinamiche sociali, economiche ed ambientali che ne hanno ampliato la portata pur senza intaccare il nucleo di base: da *res naturalis* a *res non naturalis*. Le scienze "dure" contribuiscono a chiarire la prima parte, le scienze "sociali" la parte evolutiva. A tale scopo, la riflessione finale del primo capitolo cerca di comprendere l'inquadramento giuridico del *terroir*, in cui emerge un'ulteriore "evoluzione": *res incorporales*, beni immateriali nell'ottica della proprietà intellettuale, che mira a difendere un'identità distintiva percepita come *asset* di notevoli interessi.

Nella seconda area, l'oggetto essenziale dell'analisi attiene alla traduzione giuridica del *terroir*, così come accolta nei segni della politica europea della qualità, DOP e IGP, e degli antecedenti storici italiani e francesi, DOCG, DOC, IGT, AOC. Il fascino del tema si unisce qui all'intricata matassa della relazione tra le fonti, un tema col quale il giurista contemporaneo è sistematicamente chiamato a fare i conti. Una riflessione insistita si svolge intorno al concetto di qualità, declinata, da un lato, nell'interpretazione ed evoluzione della Corte di Giustizia tra materialità ed immaterialità, dall'altro, in relazione al disciplinare di produzione, quale compromesso di una convenzione che miri a rendere effettiva la qualità. In riferimento al disciplinare ci si concentra sull'aspetto centrale del territorio e del problema dei confini. Come rendere coerente la delimitazione dell'area di produzione con le esigenze delle comunità sociali locali? Ci si sofferma, in particolare, sulla tendenza degli ordinamenti a classificare le aree delimitate in appezzamenti sempre più ristretti, per contraddistinguere differenti situazioni pedoclimatiche che possano esaltare la diversità del prodotto finale. In chiusura si cerca di approfondire il rapporto peculiare tra DOP/IGP e marchi geografici.

Nella terza area, elemento focale è il tema della sostenibilità. Complice un orientamento, nel regolamento (UE) 1151/2012, che pare eccessivamente proteso verso la declinazione socio-economica, l'attenzione è qui dedicata alla sostenibilità ambientale, ponendosi l'interrogativo se l'inquadramento dell'oggetto delle indicazioni geografiche quale *res incorporalis* non abbia finito per far perdere di vista quella parte di materialità intrinseca meritevole di una tutela altrettanto specifica. Ricomporre la sostenibilità in un segno che tuteli il vertice della qualità sembra costituire, oggi, base imprescindibile in una necessaria prospettiva *de jure condendo*. In questa rilettura del sistema delle DOP/IGP, infine, si pone in esponente il ruolo del consumatore di alimenti quale figura centrale valorizzata dalle norme.

PAROLE CHIAVE

Terroir – DOP/IGP – Qualità – Sostenibilità – Diritto Alimentare

Informazioni sull'autore

Matteo Bertinato (e-mail: m.bertinato1988@libero.it) ha conseguito la Laurea in Giurisprudenza presso l'Università di Trento con la supervisione del prof. Umberto Izzo e del prof. Matteo Ferrari (Marzo 2017). Le opinioni e gli eventuali errori contenuti sono ascrivibili esclusivamente all'autore.

LA DIMENSIONE GIURIDICA DEL *TERROIR*

Matteo Bertinato

INDICE

| | |
|--|-----------|
| INTRODUZIONE | 9 |
| CAPITOLO 1. IL CONCETTO DI “<i>TERROIR</i>” IN GENERALE | 11 |
| 1.1. Cenni introduttivi..... | 11 |
| 1.2. Il <i>terroir</i> nella sua evoluzione storica | 17 |
| 1.2.1. Prima parte: processo storico..... | 18 |
| 1.2.2. Seconda parte: significato del termine | 22 |
| 1.3. Definizioni di <i>terroir</i> | 30 |
| 1.4. Il <i>terroir</i> dal punto di vista fisico. L'elemento naturale. | 37 |
| 1.5. L'elemento umano tra storia, tradizione e saper fare..... | 44 |
| 1.6. Implicazioni: filosofiche, etiche, sociali | 47 |
| 1.6.1. L'unione fa la forza..... | 47 |
| 1.6.2. Identità..... | 49 |
| 1.7. Il <i>terroir</i> dal punto di vista giuridico: cenni introduttivi..... | 50 |
| 1.7.1. Diritto alimentare e <i>terroir</i> | 52 |
| 1.7.2. “Giuridificazione” dell'immateriale | 54 |
| 1.7.3. Problemi definatori: origine, provenienza e ... <i>made in italy</i> | 59 |
| CAPITOLO 2. IL <i>TERROIR</i> NEL DIRITTO DELLA PROPRIETÀ INTELLETTUALE: LA TUTELA DEL NOME GEOGRAFICO | 72 |
| 2.1. I regolamenti europei: DOP e IGP..... | 72 |
| 2.1.1. Registrazione | 77 |
| 2.1.2. Protezione e controlli | 78 |
| 2.1.3. Il ruolo del disciplinare di produzione..... | 82 |
| 2.1.3.1. I problemi della qualità in generale e nella specifica relazione con il <i>terroir</i> : rassegna giurisprudenziale | 86 |
| 2.1.3.1.1. <i>Terroir, qualità e ambiente: la definizione dei confini geografici</i> | 100 |
| 2.2. Il caso specifico della filiera vitivinicola italiana: DOCG, DOC, IGT | 107 |
| 2.3. Una prospettiva comparata: il confronto con il <i>terroir</i> francese e l'AOC..... | 114 |
| 2.4. Il rapporto tra DO - IG e i marchi geografici | 121 |

| | |
|---|------------|
| CAPITOLO 3. ULTERIORI ASPETTI PROBLEMATICI DEL CONCETTO DI <i>TERROIR</i> IN CAMPO GIURIDICO | 128 |
| 3.1. Il caso prosecco tra denominazione e sostenibilità..... | 129 |
| 3.1.1. La sostenibilità nel regolamento (UE) n. 1151/2012 | 134 |
| 3.1.2. La sostenibilità ambientale..... | 141 |
| 3.1.3. La sostenibilità ambientale nel regolamento (CE) n. 834/2007..... | 149 |
| 3.2. Il ruolo del consumatore tra informazione e percezione | 152 |
| 3.3. Rileggere le DOP e IGP | 155 |
| CONCLUSIONI | 160 |
| BIBLIOGRAFIA | 167 |

INTRODUZIONE

L'oggetto della presente ricerca viene generalmente rappresentato con accezioni diverse: il dibattito scientifico sull'argomento è considerato attuale e globale, purtuttavia raramente la parola utilizzata per descriverlo coincide con "*terroir*". Questo è dato dalla complessità del concetto stesso e dall'impossibilità di una sua traduzione letterale.

La riflessione nasce dall'esigenza di comprendere realmente la natura di questo ambito conoscitivo e di valorizzarlo attraverso le norme e la loro differente interpretazione. A tal fine, si vuole offrire un respiro giuridico ampio, attraverso una metodologia tesa all'analisi dei formanti del diritto, legislativo, giurisprudenziale e dottrinale in una prospettiva multilivello, che dal generale dell'ambito internazionale conduca al particolare della cultura europea e nazionale, anche in ottica comparata.¹

Il tema costituisce, inoltre, un esercizio ragionato per comporre, da un lato, le competenze scientifiche maturate negli anni di studio di giurisprudenza e della *sommellerie*, dall'altro, quelle più sfumate, emotive ed esperienziali frutto di incontri con diversi *stakeholders* del mondo produttivo.

L'impulso determinante per la ricerca è stata una conferenza svoltasi nel novembre del 2014 presso la Facoltà di Giurisprudenza di Trento dal titolo "La tutela giuridica del *terroir* nel mercato internazionale del vino: una riflessione interdisciplinare", che ha fatto emergere una tematica complessa, ambigua e profonda al tempo stesso.²

Due fondamentali chiavi di lettura del presente studio, che ne connotano la modernità, sono rappresentate proprio dall'interdisciplinarietà e dal diritto alimentare.

L'approccio interdisciplinare, intimamente connesso al grande tema dell'innovazione, della creatività e del *problem solving*, prende spunto da alcuni concetti espressi da Giovanni Pascuzzi, quali: "per risolvere efficacemente i problemi è utile guardarli da più punti di vista"; si avverte la "necessità di superare gli steccati tra le scienze al fine di produrre nuova conoscenza"; infine, "le discipline sono fenomeni culturali storicamente collocati e determinati. Essi nascono come strumento per governare l'accumulo dei saperi: l'esplosione della conoscenza ha reso necessario classificarla (un po' come avviene per la classificazione dei libri nelle biblioteche). Ma non bisogna dimenticare che se la scienza è disciplinare non lo è la natura e non lo sono i problemi che dobbiamo affrontare".³

Il Diritto Alimentare rappresenta l'ambito di indagine peculiare attraverso cui leggere il *terroir* in quanto, da un lato, annovera tra i suoi oggetti l'alimento e i luoghi di provenienza, dall'altro, è dotato di una intrinseca dinamicità: è una "disciplina", che

¹ La comparazione giuridica costituirà, per il lavoro in oggetto, metodo di analisi fondamentale. Cfr. R. Sacco, *Introduzione al Diritto Comparato*, Utet, 2004.

² Conferenza organizzata dal Prof. Umberto Izzo e dal Prof. Matteo Ferrari nell'ambito del corso di Diritto Alimentare Comparato e del laboratorio applicativo di Diritto del Vino.

³ G. Pascuzzi, *La creatività del giurista: tecniche e strategie dell'innovazione giuridica*, Bologna, Zanichelli, 2013, 184-185.

disciplina non è. È l'approccio differente, il rifuggire dall'ambito disciplinare *tout court* per studiare un problema a trecentosessanta gradi, da tutti i punti di vista. Una presa di coscienza nei confronti del mondo. Accettare l'idea che il diritto non è la sola e unica risposta ai problemi, ma può e deve essere strumento fondamentale di comprensione attraverso una legittimazione di tutti gli altri saperi e scienze. Al metodo teorico deduttivo si offre la possibilità di optare per uno "casistico" di tipo pratico induttivo, o per una contaminazione di entrambi.

Attraverso il diritto, quindi, si cercherà di relazionarsi con altri saperi; attraverso il diritto alimentare, con le altre discipline giuridiche.

CAPITOLO 1.

IL CONCETTO DI “*TERROIR*” IN GENERALE

1.1. Cenni introduttivi

Che cos'è il *terroir*? In che contesto nasce e dove si sviluppa? Chi si occupa di *terroir* e perché? L'obiettivo sarà quello di ricostruire un'immagine quanto più coerente del *terroir*. L'approccio che si vuole seguire è di tipo interdisciplinare.⁴ Con l'ausilio degli “ingredienti”⁵ suggeriti a tal fine, proveremo a dialogare⁶ con le scienze che si sono interessate di più ad esso e che ne hanno dato definizioni diverse, talvolta neppure coincidenti, ma tutte connotate da dignità e validità. A seconda dell'ambito disciplinare di appartenenza, infatti, si potrà valorizzare il “proprio” *terroir*, ponendo l'accento sull'elemento di reale interesse. Vedremo così un *terroir* geofisico (“naturale”), sociale (“umano”), economico, legale (“giuridico”), addirittura “negato” e altro ancora. È questo suo carattere polisemico a richiedere un'indagine siffatta, attenta a coglierne le differenti sfumature, più che a volerne cristallizzare rigidamente un unico significato.

L'ordine logico del presente capitolo è immaginare la parola “*terroir*” al centro di una mappa concettuale, da cui si dipanano in diverse direzioni declinazioni che lo spiegano e lo specificano per poter arrivare ad uno studio che abbia, visto l'ambito di interesse, un impianto e una conclusione giuridica, ma che dia nondimeno una visione complessiva, quanto più globale del concetto.

Una volta ottenute le “singole definizioni”, credo si potrà avere un'immagine più chiara per affrontare con miglior cognizione di causa le problematiche connesse ad un tema così affascinante e altrettanto ambiguo.

La riflessione ad ampio respiro che si vuole qui proporre riguarda una parola nata in un contesto locale ma divenuta oggi globale. *Terroir* è un termine che nasce in Francia, di cui abbiamo alcune testimonianze databili nel Basso Medioevo. Nel corso della storia, *terroir* ha subito continui cambiamenti nel significato stesso della parola e delle percezioni che genera. Tuttora, stando al vocabolario della lingua francese, ne possiede diversi.⁷ Siamo interessati ad uno di questi in particolare, quello che si è sviluppato a partire dal concetto di mera vocazionalità territoriale nel settore dei prodotti agricoli e, nello specifico, nel mondo della viticoltura. Una lenta evoluzione, che vede un'impennata nel secolo scorso, ci

⁴ Interdisciplinarietà che in questo caso potremmo chiamare “esterna” per valorizzare il rapporto intercorrente tra le diverse scienze con cui ci relazioneremo.

⁵ “È possibile [...] prospettare almeno alcuni degli ingredienti del lavoro interdisciplinare”, descritti nei punti di cui alle lettere a) - h), (G. Pascuzzi, *La creatività del giurista: tecniche e strategie dell'innovazione giuridica*, Bologna, Zanichelli, 185).

⁶ Dialogo “passivo”, dovuto allo studio della letteratura scientifica di ambiti disciplinari differenti, ma anche “attivo”, frutto di interviste e incontri con figure di riferimento nell'ambito dell'ampio concetto di *terroir*.

⁷ Cfr. il seguente link: www.cnrtl.fr/definition/terroir

consegna oggi un concetto imprescindibile per tutti coloro che siano interessati a capire consapevolmente la relazione tra origine e prodotto, in tutte le sue sfaccettature. Globale, dunque, è diventata la parola e questo suo specifico significato. Una parola tanto potente quanto intraducibile in qualunque altra lingua. Un significato, in continua evoluzione, che reca come conseguenza un'infinità di risvolti. Risvolti problematici che hanno creato una certa ambiguità e spaesamento, di cui daremo ampio conto.

Nato dalla terra e per la terra, dalla vite e per il vino, il pensiero che generalmente conduce al *terroir* evoca da un lato il più elevato tecnicismo nella coltivazione/produzione di un prodotto (si pensi all'evoluzione vitivinicola dei micro-*terroir* francesi in *crus* e *climats* o ai complicati studi di zonazione per fondare scientificamente la perfetta corrispondenza qualitativa di una coltivazione o di un vitigno al territorio) e dall'altro ricordi romantici, in cui la memoria gusto-olfattiva di un prodotto degustato anche molto tempo prima può suscitare emozioni indescrivibili.

Terroir è croce e delizia per gli imprenditori agricoli e, in assoluto, per i viticoltori.

Vedremo come *terroir* comporti una stretta relazione semantica con il concetto di ambiente e di territorio e con esso ne condivida in parte problematiche sociali, ambientali, economiche, giuridiche. In parte, però, se ne differenzia: *terroir* coinvolge, ingloba, collega. Coinvolge tutta la filiera produttiva dal campo alla tavola, dal produttore al consumatore. Ingloba in sé concetti affini ma differenti come tradizione, originalità, qualità. Collega qualità intrinseche del prodotto a quelle estrinseche delle modalità di commercializzazione attraverso il richiamo alla peculiarità e reputazione del luogo di origine. Esprime il concetto di tipicità e unicità declinando la qualità in questi e in altri sensi. Ancora, incontra numerose figure professionali, tra le quali si possono anticipare geologi, geografi e agronomi che studiano la composizione del terreno per decidere le zone migliori dove coltivare la vite e quale vite; enologi che trasformano la materia prima in prodotto finito; giuristi che cercano di capirne i “segni” per meglio tutelarli. Avvicina i consumatori fungendo da strumento utile per conoscere le caratteristiche tecniche e ideali di un prodotto, del suo territorio, della sua storia e delle sue tradizioni. Si lega al concetto di mercato e di *marketing*, spingendolo al limite (si pensi al caso estremo delle vigne vendemmiate sotto protezione delle guardie giurate e delle successive bottiglie di vino quotate nei mercati azionari).⁸

In questo capitolo introduttivo si intende fotografare una realtà in divenire, quella del *terroir*, che ha una sua storia, passata, presente e futura; una sua composizione; una sua cultura. Viaggiare nella storia, analizzare la geologia dei terreni e le peculiarità dei microclimi, confrontare le visioni di studiosi e scienziati che hanno dedicato attenzione a questa parola, densa di significato. Antropologi e sociologi, geologi ed enologi, giuristi ed economisti, sono alcune delle figure di studiosi con i quali cercherò di relazionarmi.

Terroir è anzitutto un luogo; può essere definito in questa fase preliminare, come l'insieme delle caratteristiche naturali e umane che rendono unico un luogo, un territorio, risolvendosi in una determinata qualità del prodotto finale. Luogo, caratteristiche naturali,

⁸ Si pensi al *Domaine de la Romanée-Conti*, rinomata “cantina”, “vigneto” e “*grand cru*” della Borgogna.

caratteristiche umane, unicità, territorio, qualità, prodotto sono tutti termini che, presi in sé, assumono rilevanza specifica nel linguaggio giuridico che analizzeremo nel proseguito.

L'abbinamento peculiare “luogo d'origine-prodotto” è il tema centrale del presente contributo. La sintesi di questo rapporto è rappresentata dal *terroir*. È necessario definire preliminarmente, da un lato, quando si possa parlare di esso, quali siano dunque le condizioni e le sue connotazioni; dall'altro, in che modo possa essere tutelato: indirettamente, attraverso la protezione del nome geografico del luogo o direttamente in altro modo.

La logica mediante cui il diritto approccia alla questione necessita un breve inciso. È nell'ambito della proprietà industriale che si è eletto il mezzo per proteggere l'idea di *terroir*. In particolare, la disciplina dei segni distintivi annovera le denominazioni di origine e le indicazioni geografiche a tal fine. Mediante un “segno”, un nome geografico apposto al prodotto di un *terroir*, si vuole proteggere un legame che rappresenterebbe la qualità. Inoltre, per alcuni prodotti (come ad esempio vino, olio, formaggio) emblematici di questo legame, avviene spesso una sovrapposizione totale di segno (quindi luogo) e prodotto. Così Barolo, Chianti, Valpolicella, Trento, Gorgonzola, Bra, Asiago, Garda, Umbria. Questi sono esempi di *terroir* il cui nome geografico identifica quel prodotto e quel luogo di origine. Ma sono esempi di *terroir* molto diversi tra loro, sebbene certificati con le più alte attestazioni di qualità per il diritto (i primi quattro - vini - sono rispettivamente due DOCG e due DOC, poi cinque DOP, tre formaggi e due oli).⁹ Diversi prima di tutto per ampiezza dell'areale di produzione, che spazia da pochi comuni, ad alcune province, ad una regione intera, a più regioni. Sono questi alcuni degli aspetti più importanti e dibattuti: il problema di definire i confini del *terroir*; le politiche sulla qualità e il dibattito su materialità o immaterialità di essa; il ruolo del consumatore e dell'informazione che merita; la rinomanza che evoca un nome geografico e la sua protezione legale.

Terroir, dunque, è fatto di tanti elementi complessi ma, in primis, da natura e uomini. Peculiarità del luogo da un lato, *know how* e *savoir faire* dall'altro. Un binomio, quello di natura e cultura che è anche tema classico della letteratura antropologica e su cui torneremo più volte.¹⁰

Il concetto in esame è stato creato ad hoc per il mondo del vino dove l'insieme degli aspetti naturali e degli aspetti umani riesce a dare un carattere definito e irripetibile al prodotto. Si può solo accennare in questa fase alla peculiare fisiologia del vitigno e alla sua capacità di adattarsi ad un determinato ambiente sintetizzando gli elementi che lo compongono ed esprimendoli, grazie all'abilità dell'uomo, nel bicchiere. “La combinazione vite e ambiente è quindi sicuramente unica, cioè, in termini genetici, un'interazione genotipo-ambiente che esprime un particolare e unico fenotipo. L'ambiente in senso lato è

⁹ Gli acronimi stanno per Denominazione di Origine Controllata e Controllata e Garantita, tutelati dal d. lgs 61/2010 e denominazione di Origine Protetta, tutelato dal Regolamento Ue 1151/2012.

¹⁰ Cfr. F. Cavalli Sforza, M. Montanari, *Chi siamo? La storia della diversità umana*, Milano, Mondadori, 1993.

l'insieme dei fattori naturali (pedo-climatici, microbici) e antropici (es: tecniche colturali) che influenzano l'espressione dei caratteri".¹¹

Perché la parola *terroir* nasce, si sviluppa e si consolida attorno al vino? Avanziamo un ulteriore spunto, oltre a quanto già accennato, relativo al carattere complesso del prodotto. A differenza di altri prodotti "semplici", il vino può essere considerato un prodotto trasformato. Da questa distinzione, non scientifica né tecnica, prende vita un pensiero tanto semplice quanto basilare. Se il *terroir* nasce e si consolida attorno al vino, è bene riflettere sulla composizione delle parti che contribuiscono a formare tale prodotto. Se, infatti, il *terroir* condiziona in modo così profondo questa bevanda, è utile cercare di capirne i motivi e provare ad estrarne un nucleo comune per estenderlo ai "casi simili".

L'uva è il primo passo per fare un vino di qualità. È un rapporto di mezzo a fine. Come lo è anche il latte per i formaggi, i cereali per il pane e la pasta, le olive per l'olio, le fave per il cioccolato e via dicendo. Se ci fermiamo a riflettere su questo momento, scopriamo una somiglianza tra materie prime, indipendentemente dal fatto che vengano create per rielaborarle o per consumarle direttamente. Abbiamo storia, tecnica, conoscenze umane al servizio di un vocato territorio e troviamo un prodotto che è espressione di questi due fattori. Forse, possiamo considerare il frutto di un *terroir* già la materia prima, estrinsecazione di una natura consapevolmente orientata dall'uomo. Frutti, ortaggi e cereali, ma anche latte e uova, pesci e molluschi, in questo modo potrebbero essere considerati prodotti di *terroir*. Questo minimo comune denominatore ci dà la possibilità di parlare di *terroir* con uno sguardo più ampio del solo prodotto vino. Ma c'è di più, perché procedendo con la nostra analisi vediamo che alcuni prodotti hanno la possibilità di essere trasformati. È questa una fase fondamentale, che racchiude in sé una serie di ulteriori elementi necessari e connotanti il prodotto finale. È un processo che crea un valore aggiunto molto importante per il prodotto, consentendone utilizzazioni ulteriori, migliori, diverse rispetto a quando era in forma "semplice". Il vino è un esempio che calza alla perfezione, poiché da un lato richiede un saper fare, una cultura ulteriore rispetto alla mera coltivazione di un prodotto; dall'altro la sua riuscita dipende dalla selezione operata dall'ambiente. Sia le caratteristiche fisiche del luogo sia quelle umane, infatti, sono fondamentali non solo per produrre un'ottima uva, ma anche nelle fasi successive ad essa, su tutte la vinificazione, ossia quell'attività che a partire da un succo d'uva, tramite il processo di fermentazione, porterà ad ottenere una bevanda alcolica.

In questo senso, i primi approcci scientifici al *terroir*, vengono essenzialmente indirizzati alla vite e al vino poiché storicamente è la pianta più versatile, su cui la fantasia, la passione e la capacità tecnica dell'uomo possono incidere maggiormente. Discorso analogo, con le dovute cautele, può essere fatto in relazione ad altri prodotti agricoli complessi, come ad esempio il pane, il formaggio o il prosciutto. Non solo la materia prima, ma fondamentali sono anche le fasi di trasformazione (penso alla lievitazione nel pane; alla formazione e rottura della cagliata nel formaggio; alla salagione e stagionatura per

¹¹ M. Pezzotti et Al., *Il terroir interpretato attraverso l'espressione del genoma della vite*, in *Eccellenza del vino e territorio*, atti della Giornata di studio, Firenze, Accademia dei Georgofili, 6 novembre 2013, 577.

i prosciutti).

La “complessità” di alcuni prodotti carica quindi gli stessi di una forza ulteriore che potenzia il valore “culturale” del *terroir*. Una sorta di *terroir* “alla seconda”, potremmo dire: ciò esalta la differenza tra un prodotto della natura, così come orientata dall'uomo e un prodotto dell'uomo, che reinterpreta un prodotto della natura, così come orientata dall'uomo.

Notevole importanza in una logica di *terroir*, oltre ai fini di una qualità certificata e di una filiera garantita, è data dallo svolgere questa ulteriore fase di elaborazione del prodotto nel luogo geografico medesimo in cui la pianta è stata coltivata o l'animale allevato. Ciò per mantenere intatta l'identità del *terroir* e la connessione tra le persone e i luoghi. Si pensi al vino Amarone della Valpolicella, al prosciutto di Parma, al formaggio Bitto. Sono tutti prodotti a denominazione di origine (controllata e garantita o protetta) che traggono le proprie peculiarità anche e soprattutto per il *terroir* in cui avviene la fase di trasformazione. La comunità umana che da tempo è insediata in quei determinati luoghi e produce quei prodotti, conserva e tramanda un'abilità artigiana e un rispetto per l'ambiente naturale. E l'ambiente naturale è sempre (o quasi) il punto di partenza per l'unicità del prodotto. Alcuni brevi esempi. L'appassimento delle uve in Valpolicella è una tecnica che si perde nei tempi.¹² Ma è una tecnica condizionata dall'ambiente; da un lato, non tutte le varietà di uva sopportano tale pratica nel giusto modo come la corvina, dall'altro, l'attacco potenziale della forma “nobile” di *botrytis cinerea*, la muffa che rende unici i vini passiti, è fortemente dipendente dalle condizioni pedoclimatiche presenti. Ancora, la stagionatura, tra mito e realtà, del prosciutto di Parma avviene in un'area estremamente limitata che gode dell'influenza del “marino”, il vento che proviene dalla Versilia. Risulta di immediata chiarezza l'importanza di mantenere un sistema che confezioni (in senso lato) un prodotto nello stesso luogo. E anzi, ciò costituisce *condicio sine qua* non per i prodotti a denominazione di origine protetta (DOP). Ancorando il segno ad un prodotto/luogo si vuole tutelare prodotto, territorio, produttore, attori sociali e affidamento del consumatore. Con questa breve riflessione si vuole allargare la visione del *terroir* ad un “distretto” complesso fatto di peculiarità del luogo e di coesione di lavoratori, in termine di capacità, tecnica, identità e visioni comuni.

Bisogna però stare attenti a non cadere in un facile errore. Quello appena citato rappresenta il vertice dell'idea e del modello di qualità accolta dal legislatore europeo che, in parte, si integra con la filosofia del *terroir*. Non esaurisce gli approcci possibili, né costituisce, necessariamente, la forma “assoluta”, più elevata della qualità. Detto altrimenti, sebbene l'inquadramento giuridico del tema avvenga attraverso le indicazioni geografiche certificate ai fini della creazione di un sistema, ciò non deve monopolizzare l'indagine, sia perché possono ben esistere *terroir* senza denominazioni, sia perché lo stesso diritto

¹² Nata probabilmente in epoca romana come tecnica per rendere i vini più ricchi in termini di corpo e zuccheri, e quindi più piacevoli e duraturi, si è evoluta e specializzata al punto da divenire uno dei tratti maggiormente distintivi e peculiari dei vini della zona.

ammette diverse sfumature della qualità. Da un *terroir* “pieno” (o quasi) a *terroir* via via più sfumati, lungo una scala su cui possono riversarsi un gran numero di prodotti.

Il presente lavoro vorrebbe tenere per mano due estremi appartenenti allo stesso *genus* dei prodotti agroalimentari. “Estremi” per diversi motivi, alcuni fisiologici altri meno.

Il primo, il vino, tanto importante quanto oggi sclerotizzato, necessiterebbe di un ripensamento che badasse un po' di più alla sua dignità e al suo territorio e meno al successo che lo lega ad una moda e ad un mercato.¹³ Si badi che quel “meno” non vuole discriminare una dimensione fondamentale, quella di mercato e del *marketing*, che permette la sussistenza stessa del prodotto e della sua innovazione, ma auspica un riequilibrio più sano tra la dimensione artigianale e quella economica/globale. Se non è errato di per sé “cavalcare l'onda del successo”, è bene mantenere una dimensione culturale e terrena rispetto ad un prodotto artigianale, considerato oggi d'élite, che connota da secoli la nostra alimentazione.

Il secondo, costituito da tutti i prodotti in generale legati alla terra, la cui funzione e importanza deve essere sostenuta e valorizzata.

Lo stesso legislatore comunitario era intervenuto in un primo momento con atti normativi frammentati volti a regolare in modo differente i due settori, quasi a voler distinguere nettamente due “estremi”. Successivamente, si è optato per estendere un approccio condiviso attraverso l'introduzione del Regolamento sull'OCM unica, sebbene le specificità del settore del vino abbiano giustificato un'attenzione talvolta differente e peculiare.¹⁴ Le “regole del vino”, per il loro oggetto, per la loro storia, per il legame con il territorio, per il ruolo nel commercio mondiale costituiscono il modello di riferimento per le regole del diritto alimentare.

Al di là di ciò, quello che si diceva essere l'intento, è provare a valorizzare il *terroir* come elemento base comune ai prodotti agroalimentari. Un'attenzione particolare sarà rivolta a chiedersi se le questioni che verranno analizzate saranno estendibili a tutti i prodotti agricoli, solo a quelli “umani”, oppure al solo prodotto che di questi ultimi costituisce l'emblema e la storia, il vino, valorizzandone distinzioni e peculiarità.

È evidente, inoltre, data la stretta relazione e influenza delle caratteristiche che luogo e uomo imprimono al prodotto “vino”; e data l'unicità della bevanda in questione che lega la sua storia con quella dell'uomo, che il rischio di settorializzare l'oggetto di indagine sarà sempre costante.¹⁵

¹³ Approfondiremo in seguito le esternalità negative legate a tale settore.

¹⁴ Curioso, come si avrà modo di vedere, il fatto che il sistema di DOP e IGP per il settore vitivinicolo sia stato inserito nel *regolamento sull'Organizzazione Comune dei Mercati* mentre il sistema medesimo per il restante settore agro-alimentare sia oggetto del “*regolamento sui regimi di qualità dei prodotti agricoli e alimentari*”.

¹⁵ Usando una metafora, il rischio (non così negativo) è di fuoriuscire dal binario principale ed imboccare “la strada del vino”.

1.2. Il *terroir* nella sua evoluzione storica

Il *terroir* lega storia e cultura dell'uomo e già da queste prime righe introduttive si capisce quale stretto inevitabile rapporto vi sia con il cibo, l'alimentazione e la cucina. Già nei primi accenni alla definizione di *terroir* vi è il riferimento al prodotto, che è l'espressione, il frutto di un *terroir*.

Uno dei *leitmotiv* più ricorrenti e importanti del presente lavoro è proprio l'intrinseca relazione tra un prodotto e il suo *terroir* inteso come origine (provenienza): origine geografica ma anche inevitabilmente antropologica. Avremo modo di riflettere ripetutamente su questo risvolto, ma ora prendiamo la parola origine come opportunità per risalire nel tempo. Risalire all'origine (come inizio), appunto, alla prima attestazione in cui si rileva un primo, embrionale, concetto di *terroir*.¹⁶ Da lì ripercorrere in breve la linea del tempo.

La presente ricerca mira a portare alla luce una personale selezione di importanti memorie e aneddoti storicamente ereditati in relazione al rapporto tra uomo, territorio, prodotto e qualità, lasciando per il secondo sottoparagrafo l'indagine lessicale della parola, i suoi risvolti scientifici e i possibili motivi per i quali è divenuta dominante. Il motivo è stimolare la curiosità storica su un tema centrale per l'uomo e per l'oggetto dell'indagine in questione.

Sono molti gli scrittori che si sono cimentati nella realizzazione di opere sulla storia del vino e dell'agricoltura in generale. Aneddoti, usi e costumi, reperti storici, scoperte scientifiche e fantasie del gusto hanno dato alla luce prodotti eccellenti.

Ove possibile, tenderò a privilegiare una ricerca del dato giuridico, sia per dare una base maggiormente certa ad alcuni eventi che intendo riportare, sia per rilevare l'esigenza da sempre sentita di intervenire a regolare determinati aspetti della filiera dei prodotti agroalimentari.

Uno dei pericoli che si corrono affrontando un percorso storico di questo tipo è quello di voler trovare a tutti i costi qualcosa che in realtà non è mai esistito, per dare valore all'oggetto della propria ricerca.

E così, da quando si può parlare di *terroir*? Il discorso è complesso. La complessità che oggi è legata a questo concetto era presente anche ieri? Probabilmente no, in quanto è il portato di secoli, millenni di storia. Una storia che evolve e si intreccia con quella dell'uomo, delle sue problematiche socioeconomiche e del suo rapporto con la tecnologia. Eppure nulla vieta, come faremo, di valorizzare elementi vicini al significato di *terroir*, che lo connotano ma non lo esauriscono.

Ed ecco il vino. L'unicità del vino, si ritrova anche nella storia. L'evoluzione, che dalla sua nascita arriva ad oggi, testimonia un ruolo sociale e culturale, economico e politico molto intenso. Inizialmente legato al culto religioso (si pensi al ruolo associato alle divinità greche e latine, all'importanza nella tradizione cristiana, visibile, ad esempio, nel “sangue di

¹⁶ L'origine del termine specifico, invece, è rinvenibile solo molto tempo dopo.

Cristo”), si è via via scisso in due binari distinti ma paralleli. Distinti in quanto connotanti momenti religiosi e momenti laici. Paralleli perché è comune la lenta e costante ricerca della qualità. E vedremo che proprio dall'unione delle competenze di monaci e laici, nella Francia Medioevale e successiva, comincerà ad evolversi la “scienza” della qualità, l'approccio “di” *terroir*.

1.2.1. Prima parte: processo storico

Per quanto riguarda la fase precedente l'invenzione della scrittura possiamo accennare che già in età Neolitica reperti archeologici deducono la presenza di vino in antichi orci.¹⁷ La presenza di acido tartarico manifesterebbe uno dei primi esempi di addomesticamento della vite e una prima embrionale attività di vinificazione.

Tuttavia, è dalla storia antica che possiamo rilevare con certezza che la viticoltura comincia ad essere un'attività agricola fondamentale, al pari della coltivazione dei cereali. Le prime grandi civiltà della storia nacquero non per caso in territori particolarmente favorevoli come l'area della Mesopotamia e dell'Egitto. I fiumi Tigri ed Eufrate, da un lato, e Nilo, dall'altro, costituivano, in modo differente, una fondamentale risorsa. Si pensi solo che in Egitto la riscossione delle tasse sull'agricoltura era parametrata al numero delle esondazioni del Nilo. La qualità e quantità del raccolto era, infatti, fortemente caratterizzata dall'irrigazione “naturale” del fiume. Maggiori esondazioni comportavano dunque maggiori oneri. Ed ecco che qui, indicativamente all'inizio del terzo millennio a.C., notiamo come prenda vita una prima forma di etichettatura in cui l'indicazione sull'anfora di vino del nome di un faraone rimandava alla sua personalità e al suo regno. Poco dopo si potrà già parlare di indicazioni di origine che informavano sul luogo di produzione.

Spostandoci temporalmente nel Nuovo Regno troviamo che le anfore di vino avevano etichette precise quasi quanto quelle attuali.¹⁸ “Gli antichi Egizi anticiparono di migliaia di anni il concetto francese di regione viticola, incluso nel sistema di classificazione dei Bordeaux del 1855 e della legge del 1935 sulla “*appellation contrôlée*”. Gli *ostraka*¹⁹ indicano come principale zona di produzione viticola e vinificazione una regione in particolare, “il fiume occidentale”, che comprendeva la regione del delta nordoccidentale lungo il ramo canopico del Nilo”.²⁰

Qualche metro più a nord-est, nel frattempo, troviamo un'importante testimonianza che manifesta l'esigenza, citata precedentemente, di regolare taluni segmenti della filiera produttiva. Il re Hammurabi redisse una raccolta di sentenze in cui spiccavano, ai nostri fini, le norme con cui si sanzionavano le violazioni degli standard stabiliti per la produzione

¹⁷ Cfr. P. E. McGovern, *L'archeologo e l'uva. Vite e vino dal Neolitico alla Grecia arcaica*, Roma, Carocci, 2004, 51 ss.

¹⁸ Cfr. H. Johnson, *Il vino. Storia, tradizioni, cultura*, Padova, Muzzio, 1993, 37 ss.

¹⁹ *Ostraka* è un frammento di terracotta o calcare usato anticamente come materiale per scrivere.

²⁰ McGovern, *op. cit.* 130.

della birra, che i Babilonesi, a quanto pare, preferivano al vino.²¹ Una curiosa leggenda vedrebbe Dioniso scappare dalla Mesopotamia “perché lì la gente beveva solo birra”.²²

Il Dio del vino ci consente di passare rapidamente alla civiltà greca, in cui la bevanda in questione assunse un valore ancora maggiore. “I popoli del Mediterraneo cominciarono a emergere dalla barbarie quando impararono a coltivare la vite e l'olivo”, scriveva lo storico greco Tucidide.

Atene in quel tempo era il polo per eccellenza della cultura, vino e olio erano parte integrante della “dieta”; la viticoltura, in particolare, era ormai diffusa in tutta la Grecia anche per la sempre maggiore domanda di vino. La qualità migliorava incessantemente grazie alla pratica e allo studio costante. Anfore, tappi e invecchiamento in legno furono determinanti nell'affermazione del vino ellenico. Si incominciò ad apprendere come il luogo fosse fondamentale e come luoghi diversi consegnavano vini diversi. Tutto questo si risolse in uno sviluppo repentino dei traffici commerciali, soprattutto via mare.

In tale contesto nacque una forte esigenza di tutela. Tutela, *in primis*, del luogo di origine. Infatti essendo nota la differente qualità che proveniva da differenti zone, si voleva evitare che le navi di una certa area, magari importante come *Taso*, trasportassero vino di zone non codificate per legge.²³ È da sottolineare il tentativo di riconoscere la provenienza, l'origine di un prodotto. Non solo, perché le norme che riguardavano la genuinità dei vini erano severissime al fine garantire una qualità minima. Era proibito mescolare il vino con l'acqua prima della vendita, così come il vino contenuto nelle anfore a collo largo poteva essere venduto solo se le stesse erano sigillate. Dunque, ad una tutela del luogo d'origine possiamo affiancare una protezione del consumatore contro gli abusi di commercianti scorretti.

Dalla Grecia ci avviciniamo a Roma sbarcando sulle coste siciliane, dove troviamo Empedocle, filosofo nativo di Agrigento, che nel V secolo a.C. sottolineava come le differenze tra le viti ed i vini dipendessero dal terreno in cui le piante crescono e maturano.²⁴ Un concetto di interazione pianta/ambiente che valorizza l'importanza del *terroir*. Troviamo anche Archestrato di Gela, che nel IV secolo a.C. enumerava i tipi di pesci che si possono pescare nel mediterraneo, suggerendo per ciascuno di essi la zona dove la loro qualità è migliore. *Mutatis mutandis* si può parlare anche qui di *terroir*: l'ambiente marino è ricco di peculiarità differenti che condizionano la qualità della flora e fauna edibile.

Va notato come spesso, le invenzioni dell'oggi non siano in realtà altro che un affinamento e un'evoluzione delle scoperte di ieri. Senza voler generalizzare, a titolo di esempio, si può rilevare tanto in campo agricolo quanto in quello giuridico che già duemila anni fa, nella Roma Repubblicana e poi Imperiale, si risolvevano in modo creativo e concreto problemi in parte simili a quelli che ci poniamo oggi. Non a caso il diritto romano

²¹ Si veda il Codice di Hammurabi.

²² McGovern, *op. cit.*, 156.

²³ Cfr. T. Unwin, *Storia del vino. Geografie, culture e miti dall'antichità ai giorni nostri*, Roma, Donzelli, 1993, 99.

²⁴ L. Mori, Empedocle alla luce della complessità, in I quaderni del Ramo d'Oro n. 4, 2011, 123.

viene ancora studiato, insegnato e costituisce la base dei moderni sistemi giuridici, così come pane e vino sono prodotti, oggi come allora, connotanti cultura e alimentazione.

Con attinenza al tema della nostra ricerca, in particolare, la viticoltura romana produsse un'approfondita documentazione sulla vite e sul vino, sulle tecniche di coltivazione e sulla raccolta delle uve, sulla produzione e sulla conservazione della bevanda. Trattati e spiegazioni esemplari sono giunti fino a noi, testimoniando una volta di più la grandezza culturale dell'antica Roma. Tra tutte le illustri personalità possiamo citare: Marco Porcio Catone e il *Liber de agri cultura* in cui la ricchezza di nozioni tecniche è sorprendente.²⁵ L'opera è un invito ed una esaltazione dell'attività agricola. Nella parte dedicata alla vigna e al vino, accanto alle indicazioni su come “governare la vigna”, si trovano rimandi a come produrre un vino simile ai più famosi vini greci, come quello di Cos, segno di una reputazione ancora forte;

Virgilio, nelle *Georgiche*, approccia al lavoro della terra cercando di rivalutarlo dal punto di vista etico e culturale.²⁶ L'innovazione sta nel trasformare la natura in cultura attraverso l'opera dell'uomo. Così apre il primo libro del suo poema: “*Quid faciat laetas segetes, quo sidere terram vertere, Maecenas, ulmisque adiungere vites conveniat, quae cura bonum, qui cultus habendo sit pecori, apibus quanta experientia parvis, hinc canere incipiam*”.²⁷ Tale concetto è tornato attuale ed è alla base dell'idea di coloro che non riducono il *terroir* alla mera terra. Sebbene molti anni siano passati, l'agricoltura continua a configurarsi come attività capace di sintetizzare l'estro e l'abilità dell'uomo con la forza della natura.

Columella con il *De re rustica* codifica e certifica il sapere dell'epoca affinché possa essere tramandato.²⁸ È la sua forza esplicativa e prescrittiva a renderlo così importante. Ai nostri fini è fondamentale testimoniare come sia tra i primi a porsi il problema dell'adattabilità dei diversi vitigni ai diversi terreni e all'importanza dell'ambiente pedoclimatico: “L'agricoltore abile sa in precedenza che in pianura fa meglio la vite che può sopportare senza danno le nebbie e la brina, e in collina quella che non soffre la siccità e i venti. Inoltre affiderà una vite gracile e non molto feconda per natura ad un terreno pingue e ubertoso, una vite ferace ad un terreno magro, una vite forte e abbondante di tralci e di fronde alla terra densa, una scarsa di sarmenti al suolo sciolto e fertile; saprà che in una zona umida non si possono piantare con vantaggio uve di acino grosso e tenero, ma duro e piccolo e ricco di vinaccioli, mentre in una zona secca si possono mettere senza paura

²⁵ Il *Liber de agri cultura* di Marco Porcio Catone (234-149 a.C.) è la prima opera di prosa pervenuta in lingua latina.

²⁶ Le *Georgiche* sono un poema di Publio Virgilio Marone, scritto in esametri e composto tra il 36 e il 29 a.C.

²⁷ “O Mecenate, che cosa renda fausto il raccolto, sotto quale stella convenga arare la terra e congiungere le viti agli olmi, come debbano essere curati i buoi, quale sia la diligenza per il gregge, quanta perizia per le api frugali, io qui comincerò a cantare”, (Virgilio, *Georgiche*, libro I).

²⁸ La descrizione più completa e interessante della viticoltura romana è contenuta nel *De re rustica*, scritto intorno al 65 d.C. da Lucio Giunio Moderato Columella.

diverse qualità di vite”.²⁹ La citazione potrebbe continuare ancora e le parole usate evocano immagini di rara bellezza. Quello che rileva per noi, però, è che una delle caratteristiche centrali del *terroir*, che vedremo più avanti, è proprio l'insieme tra il territorio e l'essere umano, che con abilità, tecniche, esperienze, conoscenza del proprio ambiente capisce quale “*species*” coltivare. Così come testimonia l'esempio dei disciplinari di produzione dei prodotti DOP che elenca le uniche varietà di pianta possibile per ottenere quel prodotto. Columella, ancora, parla a proposito del tempo migliore per raccogliere l'uva, preferendo determinarla sul colore dei vinaccioli più che sulla dolcezza o asprezza degli acini; parla di igiene in cantina durante la vinificazione; raccomanda che non vengano aggiunti conservanti ai vini migliori “perché è migliore quel vino che dà piacere per le sue qualità naturali”.³⁰ Un manifesto del vino “naturale”, diremo oggi.

Infine, non solo per ragioni cronologiche, ma anche e soprattutto per la innovativa idea di *terroir* espressa, Plinio il Vecchio e la *Naturalis Historia*.³¹ In un certo senso riprende le teorie di Columella, ma ha il pregio di affinarle e portarle ad un livello superiore. Nel Libro XIV esordisce con un'elencazione invidiabile di tutte le specie di viti e di vini esistenti, fornendo una personale classifica. In ogni caso l'Italia dominava, a sua detta, incontrastata per quanto riguarda la qualità dei suoi vini, anche se Francia e Spagna fornivano già ottimi prodotti. “Ma è nel Libro XVII che Plinio affronta alcuni temi legati al rapporto tra vite, tipologia del terreno, esposizione solare, clima: informazioni preziose che riguardano pratiche viticole e nozioni consolidate e che rimandano alla formazione completa dei discorsi intorno all'origine dei vini e alla loro irricognoscibilità se piantata altrove”.³² Ancora: “è molto importante tenere conto anche dei venti. Nella provincia Narbonese, in Liguria e in una parte dell'Etruria, è considerato un atto di imperizia piantare le viti contro il vento di nord-ovest, di saggezza, invece, fare in modo che ricevano questo vento obliquamente [...]. Per lo più, infatti, la medesima terra non è adatta agli alberi e ai cereali, e la terra nera del tipo che si trova in Campania non è dovunque la migliore per le viti, come non lo è quella che sprigiona leggere nebbioline, né quella rossa, decantata da molti. Per la vite antepongo la creta del territorio di Alba Pompea”,³³ l'attuale Alba, Piemonte.

Tutt'ora, per vini e gastronomia, le Langhe costituiscono l'emblema della qualità territoriale e gastronomica nel mondo.

L'espansione delle colonie dell'Impero Romano portò la vite in molti territori europei, in particolare Spagna, Germania e Francia. Fu in quest'ultima che la vite mise le sue radici più profonde che culminarono con l'impero enologico oggi conosciuto. Ci si potrebbe porre una domanda sui motivi dello smarrimento italiano di questo patrimonio

²⁹ Columella, *L'arte dell'agricoltura*, (trad. it.), Einaudi, 2010, III, I, 5, 171.

³⁰ Unwin, *op. cit.*, 106.

³¹ Gaio Plinio Secondo, meglio conosciuto come Plinio il Vecchio, scrisse la *Naturalis Historia* sotto il principato di Vespasiano. L'opera consta di 37 volumi.

³² P. Stara, *Il discorso del vino. Origine, identità e qualità come problemi storico-sociali*, Milano, zero in condotta 2013, 74.

³³ Gaio Plinio Secondo, *Naturalis Historia*, cit in P. Stara, *op. cit.*, 74-75.

culturale che in particolare la Francia è riuscita ad assimilare e sviluppare. Una risposta potrebbe intravedersi nel differente approccio di “sistema”. Un sistema-nazione, quello francese, che più di altri e meglio di altri ha utilizzato strumenti politici, economici e ambientali per rafforzare la propria identità di Stato e proporsi con fierezza agli occhi del mondo. In ogni caso, fermento e sviluppi recenti fanno ben sperare per l'Italia in un definitivo cambio di rotta.³⁴

Un pensiero come chiosa a questa prima parte storica riguarda la cadenza temporale dello sviluppo della cultura della terra. La “Madre terra”, intesa non solo come Demetra, viene sacralizzata e venerata da tempo immemore e in diverse culture. Per poter imparare e studiare le scienze “agronomiche” e, in generale, per evolvere culturalmente, i popoli necessitano di una propria terra e di una sicurezza. Non è casuale che abbiano sviluppato le loro qualità nei periodi esenti dai grandi esodi e in parte dalle guerre. Potendo diventare stanziali e potendo dedicarsi al proprio territorio, hanno sviluppato cultura, tradizioni, comprensione dell'ambiente sotto ogni punto di vista. È la storia stessa dell'agricoltura e della sedentarietà dei popoli che ci avvisa di ciò: storia che partorisce il rapporto Cultura-Natura anche da un punto di vista gastronomico. In Europa tale binomio e dualismo perdura fino al Medioevo, momento in cui si fonderanno entrambe le esperienze (entrambe, in realtà, culture) in “una cultura alimentare nuova, che oggi conosciamo come “europea””.³⁵ Con il declino dell'Impero e l'avvento del Medioevo, infatti, ci fu un forte cambiamento sociale frutto dell'incontro tra due mondi diversi, quello romano e quello barbarico.³⁶

1.2.2. Seconda parte: significato del termine

La metodologia di analisi di questa seconda parte si differenzia dalla precedente. Si cercherà qui un approccio più diretto alla parola e all'evoluzione del concetto che esprime, senza tralasciare curiosi aneddoti e personalità fondamentali.

La parola *terroir* vede i suoi albori nel medioevo francese, per la precisione nel XII secolo.³⁷ Originariamente scritta con modalità leggermente differenti (*tieroir*, *terroier*, ...) si riferiva da un lato al territorio e dall'altro alla terra. Nel primo caso *terroir* coinciderebbe con *finage*, dunque con un'idea di territorio inteso in senso comunale, amministrativo. Nel secondo si identifica con lo spazio materiale, naturale, comprendente anche l'area agricola. L'origine neolatina del termine rimanda, poi, non solo a *territorium* e *terra*, ma anche a due verbi: *terrere* (spaventare), che richiama l'idea del dominio in ambito giuridico-

³⁴ Basti pensare al fermento legislativo che pone l'Italia all'avanguardia nella legislazione di settore; a quello qualitativo che vede l'Italia primeggiare in numerosi concorsi internazionali; a quello economico-sociale, in cui il dibattito quotidiano genera elementi positivi su tutta la filiera.

³⁵ M. Montanari, *Il cibo come cultura*, Roma, Laterza, 2006, 5 ss.

³⁶ L'autore pone come esempio dell'incontro tra questi due mondi, il lato gastronomico: tra la cultura e coltura della vite e dell'olivo e la natura della caccia.

³⁷ Cfr. F. Bodin., *Contribution à l'étude du terroir viticole en Anjou. Approche utilisant un modèle de terrain et une enquête auprès des vignerons. Thèse, Université d'Angers*, 2003.

amministrativo e *tërère* (nel significato di consumare), che ricorda le attività cui si dedica una comunità su un dato territorio.³⁸

Il percorso che gradualmente porterà il *terroir* a delinarsi come concetto guida nella viticoltura comincia qui. Sono stati citati in precedenza precisi esempi di una chiara consapevolezza dell'uomo sulla forza che l'ambiente ha nel segnare il prodotto. Si è lavorato su questa base di partenza, arrivando a selezionare prima i territori ideali e migliori per la coltivazione della vite e poi le varietà di *vitis*.

La Francia a quel tempo aveva una superficie vitata già abbastanza ampia, anche se i centri più importanti erano due: la provincia borgognona e quella bordolese. Nella provincia orientale, i monaci Benedettini e Cistercensi, furono Ordini essenziali per salvaguardare, promuovere e studiare la coltivazione della vite, al fine di migliorare la qualità del prodotto. Il lavoro, richiamato nel celebre motto “*ora et labora*”, era anche e soprattutto quello agricolo. Il tentativo di incrementare la qualità contemporaneamente affina la costanza e codificava le procedure. Gli studi che venivano compiuti sulla terra portarono ad una catalogazione dei vigneti da cui si produceva un vino migliore. L'attività di selezione e catalogazione di viti e ambiente fu determinante. Qui, infatti, l'idea di *terroir* subisce una prima importante accelerata, tanto che per diversi secoli la stessa parola *terroir* è abbinata solo a tale regione. Le abbazie di Cluny e Citeaux, rispettivamente degli ordini monastici cluniese (di derivazione Benedettina) e cistercense, sviluppano una cultura attorno alla vite, plasmando il paesaggio e intervenendo sempre più consapevolmente nelle attività di vinificazione. Non bisogna sottovalutare, inoltre, l'apporto laico, soprattutto del potere politico, comprendente principi e sovrani (su tutti i Duchi di *Valois*) che investirono e incentivarono la produzione. Troviamo, inoltre, una figura interessante, quella dei *gourmets*, che contribuiva ad ampliare la forza del sistema: una sorta di gruppo professionale indipendente da tutti e garante della qualità. Potremmo chiamarli degustatori ufficiali, responsabili del giudizio sui vini che testavano, garantivano e classificavano.³⁹

La cultura che si formò gradualmente nei secoli medioevali in questa regione è sostenuta e portata avanti ancora oggi. Storia, identità e scelte lungimiranti hanno fatto della Borgogna una delle regioni più all'avanguardia per quanto concerne l'idea di *terroir* e del suo sistema vitivinicolo.

Nel XIV secolo la tensione tra quantità e qualità era già molto sentita e, chiaramente, le condizioni socio-economiche dei diversi ranghi sociali facevano propendere per l'una o per l'altra. “La paura della fame” è una realtà tipica delle culture tradizionali che segna ogni epoca, poiché carestie, pestilenze ed altre malattie si traducevano, per i ceti meno abbienti, in una rincorsa disperata al *quantum* minimo per la sopravvivenza. La scarsità di risorse (la nostra *food security*) era questione assai importante, perciò non sarebbe stata da biasimare la logica dei viticoltori borgognoni di coltivare il *gamay*, uva che garantiva una produttività elevata e costante. Tra i ceti socialmente più elevati, però, non tutti erano dello stesso

³⁸ Cfr. Stara, *op cit.*, 466-468.

³⁹ J. E. Wilson, *The Origin and Odyssey of Terroir*, in *Journal of the Geological Association of Canada*, 28, 3, 139 (2001), 139 ss.

avviso, tanto che nel 1395 il Duca di Borgogna Filippo II di *Valois*, emanò un'ordinanza per impedire l'impianto di tale vitigno e ordinarne la distruzione in favore del più nobile, difficile e delicato *Pinot noir*.⁴⁰ “Era conveniente non produrre dei 'vinelli' su dei terreni di minore qualità da vitigni che davano grosse quantità, ma producevano vini mediocri. Allo stesso modo doveva essere utilizzata come fertilizzante la *genne*, cioè il residuo della spremitura, in modo tale da non alterare l'aroma del vino”.⁴¹ Questa logica qualitativa, a cui probabilmente contribuì un importante fattore economico, dato dalla mancanza di sbocchi fluviali verso nord, proseguì nei secoli: “...la filosofia commerciale fu quella di produrre vini di qualità, il cui prezzo finale potesse ammortizzare in modo significativo anche il costo del trasporto. Infatti, il 10 gennaio 1660 il Parlamento di Borgogna vietò l'impianto di vigne in zone pianeggianti...”.⁴²

Nell'occidente francese c'era e c'è Bordeaux, un *terroir* molto differente da quello precedentemente esaminato, che ebbe preliminarmente la fortuna e l'abilità di inserirsi nel mercato con l'Inghilterra (e successivamente con l'Olanda) e cominciare un fiorente rapporto commerciale che permetteva di finanziare ricerca e innovazione grazie alla vendita del richiestissimo “*claret*”. Il vino, ancora molto diverso da quello che si consuma oggi, veniva particolarmente apprezzato e ciò contribuì all'evoluzione di questo mercato.⁴³ *Terroir* differente, precisiamo, sia dal punto di vista fisico che da quello sociale ed economico che sfocia in una forte identità collettiva; si pensi, a mero titolo di esempio, al fatto che oggi, quando parliamo di bottiglie di vino, ci riferiamo in molti casi ad una “borgognotta” piuttosto che ad una “bordolese” o “champagnotta”, con forme e metodologie specifiche e che non vanno assolutamente confuse.

È da sottolineare il ruolo determinante che storicamente mercato e *marketing* hanno avuto nell'evoluzione e affermazione del concetto di *terroir*. Ciò che distingue l'esercizio dell'attività agricola per il consumo proprio da chi svolge “professionalmente un'attività economica organizzata al fine della produzione o dello scambio di beni o di servizi”⁴⁴ è, in *primis*, proprio l'essere rivolto ad un mercato. Le regioni francesi sopra richiamate sono state tra le prime ad esplorare e sviluppare il mercato del vino fino ad elevarlo a bene di consumo principale, classificando le aree geografiche secondo la loro qualità e variando di conseguenza i prezzi. La comprensione delle potenzialità del mercato fu di primaria importanza: “Se non vi fosse opportunità di vendere il vostro vino, che ve ne fareste di un grande vigneto?”⁴⁵ Ciò si ripercuoteva sul modo di concepire il vino, condurre la vigna,

⁴⁰ Oggi il pinot nero della Borgogna, e soprattutto dei suoi *Grand Crus*, è uno dei vini più rinomati e richiesti al mondo.

⁴¹ Archetti, *La civiltà del vino – Fonti, temi e produzioni vitivinicole dal Medioevo al Novecento*, Centro Culturale Artistico di Franciacorta e del Sebino, 2001, 53.

⁴² AA.VV., *Il Vino nel Mondo*, Ais, Milano, 2014, 71.

⁴³ L'alto consumo di vino *pro capite* era probabilmente giustificato da un ridotto titolo alcolometrico.

⁴⁴ Art. 2082 c.c. italiano.

⁴⁵ O. de Serres, *Le Theatre d'Agriculture et mesnage des champs*, (1600), Arles, Thesaurus, Actes Sud, 2001, cit. in Vaudour, *I terroir. Definizioni, caratterizzazione e protezione*, Bologna, Edagricole, 2005, 9.

sostenere il *terroir*. Insomma, si stava creando un sistema. Non è un caso che i vigneti maggiori si concentrassero vicino ad aree fluviali o marittime. “Data la fragilità del prodotto, il trasporto via terra non poteva essere preso in considerazione che per brevi distanze. Veniva quindi privilegiato il trasporto via acqua”.⁴⁶ Può trattarsi di un'ambiguità, ma la nascita delle appellazioni di origine controllate avviene non tanto o non solo “per la qualità del vino espressione di particolari condizioni ambientali, ma per gli aspetti legati alla sua commercializzazione ed alla sua notorietà”.⁴⁷

Significativo è anche vedere sotto quale nome il vino veniva venduto. I vini prodotti nell'area della Champagne, in particolare a *Reims* ed *Epernay*, vengono compresi ancora nel XIII secolo nei “vini francesi”; *Beaune*, oggi centro della *Cote d'Or*, produceva un vino che non meritava ancora di essere commercializzato e classificato come “*Bourgogne*”, a differenza di *Chablis*, che produceva uno *chardonnay* già molto rinomato. Non ci volle molto in realtà per capire le potenzialità del vino di *Beaune*, tanto che di lì a poco divenne la bevanda della Corte pontificia di Avignone.⁴⁸

L'importanza assunta dai centri bordolese e borgognone cominciava a discriminare al suo interno *terroir* eccellenti da quelli meno nobili. Si diffusero (e arrivano fino ai giorni nostri) rispettivamente i termini di *Châteaux* e di *Clos* per indicare una precisa unità particellare che indicava la provenienza del vino e dunque la locazione del vigneto. Mentre comune era il termine *cru*, per indicare la migliore espressione di un *terroir*, in relazione al prodotto ottenuto.

Con riferimento alla Borgogna bisogna fare un ultimo appunto relativo ad un termine “autoctono”, tanto come lo era *terroir* inizialmente. *Climat* costituisce l'espressione di un preciso sistema culturale legato al mondo della vite e identifica una parcella di vigneto precisa e circoscritta, esaltata da qualità ed eccellenze geologiche, geografiche e antropologiche: “*Chaque Climat de Bourgogne est une parcelle de vigne, soigneusement délimitée et nommée depuis des siècles, qui possède son histoire et bénéficie de conditions géologiques et climatiques particulières. Chaque vin issu d'un Climat a son goût et sa place dans la hiérarchie des crus (Appellation Régionale, Village, Premier Cru, Grand Cru). Les Climats sont plus de 1000 à se succéder sur un mince ruban courant de Dijon à Santenay, au sud de Beaune*”.⁴⁹

Questa breve cornice suggerisce una riflessione sul significato del *terroir*: l'ingente investimento che l'essere umano, inteso in senso ampio come produttore, finanziatore, distributore, venditore, consumatore ha compiuto in relazione alla viticoltura ha portato ad espandere la nozione di *terroir* da mera attitudine territoriale a sistema culturale e culturale organizzato rivolto al mercato, in cui trova uno spazio importante l'elemento antropico.

C'è una terza regione francese che merita di essere citata, in quanto ha fatto del *terroir* il proprio punto forza: stiamo parlando della Champagne. Unicità sarà un termine abusato

⁴⁶ G. Archetti, *op. cit.*, 41.

⁴⁷ A. Scienza, *I contenuti ambigui del terroir*, in *Trebbicchieri, il settimanale economico del Gambero Rosso*, anno 5 – n. 34 – 28 agosto 2014.

⁴⁸ Cfr. Archetti, *op. cit.*, 41-50.

⁴⁹ Cfr. il sito internet: <http://www.climats-bourgogne.com>. L'UNESCO ha iscritto *Les Climats du Vignobles de Bourgogne* tra i siti Patrimonio mondiale dell'umanità il 4 luglio 2015.

in questa breve analisi. Un luogo unico dal punto di vista geografico ma che, senza l'invenzione del *méthode champenoise*, non avrebbe sfruttato in modo così profondo le sue caratteristiche. I suoi vini in epoca medioevale non erano eccezionali, in particolare per la ricchezza in acidità e la predisposizione all'ossidazione. “La svolta avvenne nel XVII secolo quando i vignaioli iniziarono a produrre con grande cura vini bianchi da uve a bacca nera, ottenendo i *Vin gris*, decisamente migliori rispetto a quelli ottenuti da uve a bacca bianca, risultato che diede l'impulso decisivo per iniziare a occuparsi della *mousse* [...]. La spinta finale per la realizzazione tecnica e qualitativa delle preziose bollicine fu merito di *Dom Pierre Pérignon*, nelle cantine dell'Abbazia di *Hautvillers*. Il monaco benedettino studiò lo sviluppo della vite, lavorò al concetto di assemblaggio selezionando con cura le uve da miscelare prima della pressatura, si adoperò per ottenere un vino sempre più limpido, cercando di travasarlo al momento giusto, non disdegnando il collaggio prima dell'imbottigliamento e ricorrendo al tappo di sughero per trattenere la spuma. Quel vino piacque ai nobili, alla corte di Francia e a quella dell'Europa dell'est. E così iniziò la storia leggendaria dello champagne”.⁵⁰ Leggendo a parte, il *terroir* della Champagne mostra le sue peculiarità uniche in più direzioni. *In primis* il territorio, collocato in una posizione estrema per la viticoltura, in cui il clima e il suolo, fondendosi con il vitigno più adatto, riescono ad esprimere una tipicità e originalità irripetibile. Si devono richiamare anche la storia e la cultura dei *vignerons* e di un metodo di vinificazione rappresentante un patrimonio per l'umanità. La rifermentazione in bottiglia, infatti, costituisce una pratica innovativa e fondamentale, utilizzata ancora oggi per produrre preziose bollicine. Infine si deve richiamare il ruolo del *marketing* attraverso cui la Champagne e lo champagne hanno mantenuto nel tempo un carattere tipico e unico. Oggi, quando parliamo di stile Champagne, ci riferiamo ad un sistema che punta sulla forza della costanza qualitativa: attraverso assemblaggi, *blend* e *cuvée* il bravo enologo rende prodotti simili (ma qualitativamente elevati) ogni anno, “relegando in secondo piano” vitigno e annata. La *cuvée* è il biglietto da visita di quasi ogni *maison*, il benvenuto nella Champagne. Omogeneità che qui, sì, assume connotati positivi in quanto espressione di un *terroir* centenario, che fonde territorio e tradizione. Le annate migliori solitamente vengono invece esaltate con la produzione del millesimo, mentre la scelta di elaborare un monovitigno, un *blancs de blancs* o un *blanc de noirs* appartiene al singolo *vigneron* e alla dislocazione delle sue vigne.

Terroir naturale, culturale e di *marketing* potremmo dire.

Questi ulteriori spunti sul concetto in esame, però, sono piuttosto attuali, mentre a quel tempo il significato della parola era fissamente ancorato alla terra e alla sua vocazione agricola: “*Terroir* si dice della terra, nella misura in cui essa produce frutti, *territorio*, nella misura in cui si tratta di giurisdizione, e *terreno*, se si tratta di fortificazione. Il contadino parla di *terroir*, il giuriconsulto di *territorio*, e il soldato, o l'ingegnere, di *terreno*”. Così scriveva il grammatico francese Claude Favre de Vaugelas nel 1647 commentando tre parole simili ma che hanno “nondimeno un uso così differente, che non si può dire l'una per l'altra

⁵⁰ Il Vino nel Mondo, *op. cit.*, 37-38.

senza sbagliare”.⁵¹

L'idea di vocazionalità e del suo progressivo allargamento induce a riportare una curiosa citazione: “*Morachet* è un piccolo *terroir* tra *Chassagne* e *Puligny*, in una piana, in possesso di una vena di terra che rende il suo terreno unico nella sua specie; esso produce il vino bianco più curioso e delicato di Francia; non c'è *Vin Côte rotie*, né *Muscat*, né *Frontignan* che lo eguagliano: ne è prodotta una piccolissima quantità, che si vende molto cara; e per averne una piccola parte, bisogna prendersi con un anno d'anticipo; perché questo Vino è sempre prenotato prima che sia fatto. Ma bisogna stare molto attenti a non sbagliarsi, perché le vigne vicine a questo *clos* partecipano un po' alla sua qualità e passano qualche volta per *Morachet*: è per questo che per averne bisogna assicurarsi un fedele corrispondente. Questo Vino ha delle qualità, di cui la Lingua Latina e la Lingua Francese non possono esprimere la dolcezza; io ne ho bevuti sei o sette bicchieri di cui non posso esprimere la delicatezza e l'eccellenza”.⁵²

Questa testimonianza è importante perché ci fa riflettere su alcuni particolari ulteriori. Si parla, prima di tutto, di un vino prodotto da un territorio e da un terreno; un *terroir* unico che produce un vino eccellente. Non si fa ancora menzione dell'uomo e delle tecniche utilizzate per produrlo, ma solo di peculiarità ambientali. Attenzione però, perché spostandosi solo poche vigne più in là non si ritrova la medesima qualità! Ciò può aiutare a farci comprendere i motivi per cui la Borgogna sarà tra le prime regioni al mondo a suddividere geograficamente e legislativamente i propri terreni, classificandoli qualitativamente in una piramide gerarchica: *Grand cru*, *Premier cru*, *Appellation Comunale*, *Appellation Régionale*. Un terzo aspetto da cogliere e collegato al precedente, è la tutela. Che fare se le vigne limitrofe partecipano e qualche volta passano per Montrachet? Qui la tutela deve assicurare tanto il consumatore quanto il produttore. Il primo dovrà essere sicuro di acquistare il prodotto desiderato per qualità ed autenticità; il secondo dovrebbe avere l'esclusiva di usare quel nome. Un problema attuale, oggi risolto in parte, attraverso l'esclusiva del nome geografico d'origine (cfr. cap. 2).

Verso la metà del XVI secolo irrompe una potente metafora che stravolge il significato della parola in questione: “*goût de terroir*”. Sempre in riferimento al vino, si plasma una traslazione del luogo nel prodotto. L'effetto è tanto dirompente e affascinante quanto ambiguo. Dal classificare i terreni migliori in base alla qualità, si passa a mettere in circolazione l'idea che attraverso il bicchiere si possa “bere, gustare e sentire il territorio”. Anche se inizialmente le sfumature erano più peggiorative che laudative: “si dice che il vino ha un gusto di *terroir*, quando c'è qualche caratteristica sgradevole, che gli deriva dalla natura del *terroir* ove la vigna è piantata”.⁵³ Rimane comunque una trovata geniale, *marketing* o meno.

⁵¹ C. Favre de Vaugelas, *Remarques sur la langue françoise*, (1647), cit. in E. Vaudour, *op. cit.*, 4.

⁵² Abbé Claude Arnaux, *Dissertation sur la situation de Bourgogne, sur les vins qu'elle produit etc.*, à Londres: Impriméchez Samuel Jallason, M.DCC.XXVIII, 45-46. Disponibile al link: <http://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k10250980/f11.image.r=.langFR>

⁵³ A. Furetière, *Dizionario universale*, cit. in Vaudour, *op. cit.*, 16.

Passiamo rapidamente ad un secolo cruciale per il settore del vino: l'Ottocento. Di particolare rilievo è la seconda metà del secolo, che mette a dura prova il sistema che si era creato, determinando dapprima il rischio di un collasso e poi la nascita di un meccanismo in grado di dare impulso, nuova linfa e stabilità. Due furono gli “antagonisti” principali che misero in ginocchio il settore vitivinicolo. Oidio e fillossera,⁵⁴ che devastarono dapprima il vigneto francese e poco dopo quello europeo, unitamente al progresso scientifico che permetteva di “correggere” i vini, determinarono numerosi tentativi di falsificazione, adulterazione, oltre a tagli e assemblaggi di dubbia natura, che screditavano l'immagine del prodotto francese. Da qui, dunque, nacque l'esigenza di intervenire a regolare e tutelare il prodotto, la sua qualità, il buon nome oltre che i produttori e i consumatori: semplificando, il *terroir*. Solo nel 1935 videro la luce le prime AOC (denominazione di origine controllata), ma lo strumento era già efficace ed innovativo dopo decenni di studi e sperimentazioni. Si pensi che già nel 1855 a Bordeaux e nel 1861 in Borgogna vi furono i primi tentativi ufficiali di classificare la qualità dei *terroir*.⁵⁵ Denominazione di origine e classificazione in base alla qualità pongono la Francia come apripista nel vasto mondo enologico. Ciò rappresenta un'ulteriore riprova del perché il legame *terroir*-vino è così intimo e storicamente precursore di importanti innovazioni a livello giuridico.

È da segnalare, inoltre, che l'origine geografica dei prodotti “delle industrie agricole ed estrattive e [...] tutti i prodotti fabbricati o naturali, come: vini, granaglie, foglie di tabacco, frutta, bestiame, minerali, acque minerali, birre, fiori, farine”⁵⁶ viene ufficialmente normata per la prima volta proprio in Francia, a Parigi, nel 1883, con la Convenzione d'Unione per la protezione della proprietà industriale. Da lì, gli Stati al loro interno, in sede comunitaria e pattiziamente attraverso il diritto internazionale, cominciarono a dotarsi di strumenti legali per definire la questione dell'origine e del *terroir*. Il dibattito che si generò nel secolo scorso fu particolarmente acceso. Le proposte dovevano calibrare interessi economici globali con istanze sociali delicate. Si doveva intervenire per indirizzare la cultura del territorio e dei suoi prodotti, con effetti determinanti per la società. Molta strada è stata fatta, ma è significativo rimarcare con stupore un problema che molti studiosi rilevano: la difficoltà, ancora oggi, di individuare una nozione adeguata di origine degli alimenti.⁵⁷

⁵⁴ Rispettivamente fungo e insetto. L'argomento verrà ripreso nel paragrafo del secondo capitolo riservato al *terroir* francese e all'AOC.

⁵⁵ Da segnalare che nel 1855, in occasione dell'esposizione universale di Parigi, Napoleone III incaricò i *courtiers* della Borsa di Bordeaux di censire i vigneti dell'area del Médoc suddividendoli in cinque categorie di merito, dal *Cinquième Grand Cru Classé* al *Premier Grand Cru Classé* (più elevato). Questa capillare opera, pensata per rendere percepibile ai cittadini la differente scala di qualità del vino, è in vigore ancora oggi con una sola modifica: lo *Châteaux Mouton* del Barone Philippe de Rothschild è stato promosso da *Deuxième Grand Cru Classé* a *Premier Grand Cru Classé*.

⁵⁶ Convenzione d'Unione di Parigi per la protezione della proprietà industriale, così come riveduta a Londra il 2 giugno 1934, art. 1 co. 3.

⁵⁷ Cfr. F. Albisinni, *L'origine dei prodotti alimentari*, in A. Germanò, E. Rook Basile (a cura di), *Il diritto alimentare tra comunicazione e sicurezza dei prodotti*, Torino, Giappichelli, 2005, 41; P. Borghi, *L'origine dei prodotti alimentari nell'accordo Trips*, in *Tracciabilità ed etichettatura degli alimenti. Partecipazione e*

Comprendere il concetto di *terroir* e il suo processo esplicativo è oggi reso complicato dalla rivoluzione del mercato globale. Il mercato è sempre esistito, ma le dinamiche sono in parte cambiate. La filiera produttiva è oggetto di norme sempre più restrittive; lo scambio dei prodotti su scala mondiale necessita precauzioni e accordi delicati; il consumo dei frutti della terra, più o meno lavorati, implica attenzioni particolari per il produttore e per il consumatore; forti istanze sociali richiedono prodotti più sicuri, autentici, freschi...

Globalizzazione e delocalizzazione, innovazione tecnologica e scoperte scientifiche, nutrizionismo e consumismo sono tutti fenomeni complessi che hanno prodotto nel secolo scorso un'esplosione di significati in relazione al *terroir*.

Infine, come ultima considerazione, va rilevato il fatto che molti risvolti problematici e interessanti sono correlati alla nozione di *terroir*, ma non costitutivi di essa. Per questo motivo, per evitare di sviare troppo il raggio d'azione, si cercherà di individuare una matrice comune quanto più possibilmente condivisa. Eviteremo dunque di addentrarci nei meandri di *querelle* rilevanti (quali la relazione tra *terroir* e prodotto artigianale o industriale; se lieviti indigeni o selezionati discriminino la dicitura di un vino di *terroir*; come si rapportano al nostro problema vitigni autoctoni, alloctoni e internazionali; che importanza ha la differenza tra assemblaggio e vinificazione separata nel prodotto che vuole essere di *terroir*; quale valore assegnare all'influenza dell'annata sui prodotti di *terroir*, etc.), ma non necessarie ai nostri fini, concentrandoci sugli aspetti per noi più salienti.

Terminiamo quest'esposizione storica riferita prevalentemente all'ambito francese con un esempio italiano: il distretto rurale del Chianti Classico, caso di grande significato per la sua importanza storica, sociale ed economica, come augurio per i suoi trecento anni e come testimone di un *terroir* italiano d'eccellenza.

Il 24 settembre 1716 costituisce una data storica fondamentale. Il Granduca di Toscana Cosimo III de' Medici emana a Firenze il "Bando sopra la Dichiarazione de' Confini delle quattro Regioni Chianti, Pomino, Carmignano e Val d'Arno di Sopra". Con tale decreto venivano individuate tassativamente le zone geografiche entro le quali potevano essere prodotti i vini medesimi. L'idea era quella di tutelare l'immagine e la qualità dei vini ivi prodotti attraverso la specificazione di precisi territori considerati degni di protezione. Allo stesso modo fu creato un comitato, letteralmente *Congregazione*, di vigilanza sulla produzione e sul commercio e di controllo contro le frodi. Possiamo quindi osservare come questo intervento costituisca una prima rudimentale forma di tutela delle indicazioni geografiche. Infatti, delimitando il luogo di provenienza delle uve atte a produrre i vini in questione, lo scopo prefigurato era duplice. Da un lato escludere che i vini prodotti al di fuori della zona o con uve coltivate fuori dall'areale tutelato potessero fregiarsi del buon nome di essa, scongiurando il rischio di un vantaggio indebito di terzi e di una "confusione" nei consumatori; dall'altro prevenire fenomeni di adulterazione, contraffazione e danno

sicurezza, in *Quaderni dell'Accademia dei Georgofili*, 2011-VII, Firenze, Polistampa, 2012, 31.

all'immagine.

Proprio per difendere l'origine del vino e la sua identità, nel 1924 nacque il Consorzio del Chianti Classico come reazione al tentativo di allargamento “politico” della sua zona di produzione. Ciò denota un senso molto forte del concetto di territorio e di appartenenza.

Negli ultimi anni questo “distretto” ha studiato a fondo le strategie per migliorarsi e valorizzarsi individuando una delle possibili risposte nella partecipazione alle scelte di una pluralità di attori: Istituti di credito, Associazioni culturali, Consorzi di tutela, produttori e imprenditori. “Ormai è convinzione di tutti che l'adozione di una strategia comune di medio lungo periodo che abbia come scopo l'esaltazione e valorizzazione del territorio rappresenti l'arma vincente per lo sviluppo definitivo della nostra area. Tutto ciò dovrà configurarsi attraverso una metodologia che preveda una “culturalizzazione” e sensibilizzazione di soggetti attivi, una concertazione tra tali soggetti e una condivisione di strategie, obiettivi e programmi che siano realizzabili sul territorio”.⁵⁸

Nel gennaio 2013 vi fu l'ennesima riprova di un fermento qualitativo del Consorzio che riuscì a innovare il proprio disciplinare e introdurre anche a livello normativo una nuova tipologia di vino e di denominazione: il Chianti Classico Gran Selezione.

1.3. Definizioni di *terroir*

Il primo importante punto fermo, che possiamo trarre dalle brevi considerazioni formulate sul concetto in esame, concerne la comprovata selezione che l'ambiente opera sulla pianta, sui suoi frutti e sull'eventuale lavorazione degli stessi; nonché, similmente, sugli animali e prodotti derivati. Selezione nel senso di condizionare, differenziare, distinguere prima ancora di gerarchizzare.

Il secondo punto fermo altrettanto importante, che possiamo chiamare “problema” per la ricerca in questione, è la mancanza di riferimenti legislativi diretti e precisi. *Terroir*, non essendo giuridicamente definito, è in un certo senso esposto alla mercé delle opinioni del pubblico più o meno interessato. Così, si ritrovano riflessioni estremamente raffinate e scientifiche accanto a discorsi dell'uomo comune che hanno portato a rendere complicata la matassa. Inoltre, le stesse riflessioni scientifiche, solo raramente approssiano in modo “interprofessionale”, dando quindi il proprio apporto e considerazione alla questione unilateralmente.

Dopo una breve indagine storica, consideriamo le definizioni di *terroir* che alcuni ricercatori hanno proposto. L'idea è quella di una carrellata di espressioni, di differente estrazione disciplinare, per aggiungere specificità alla trattazione, a cui seguirà nei successivi paragrafi l'analisi delle caratteristiche fondamentali. La ricostruzione di uno statuto giuridico del *terroir* sarà tanto più dettagliata quanto più chiara risulterà la definizione del concetto.

⁵⁸ G. Liberatore, *Il “distretto rurale” del Chianti Classico*, in *I segni del territorio. L'identità agraria come regola e come risorsa, nello spazio rurale e nel mercato globalizzato*, Quaderni dell'Accademia dei Georgofili, 1999-III, Firenze, 2000, 90.

“*Terroir*” di James E. Wilson rappresenta una pietra miliare per comprendere il significato del *terroir*. Il libro esordisce con una domanda apparentemente semplice: “*How is it that one vineyard yields superior wine, while its neighbor that appears the same does not?*” La risposta sta nell'interazione degli elementi che connotano un vigneto tra cui suolo, roccia, clima, ma anche storia millenaria. L'autore ripercorre gli elementi che costituiscono il *terroir* “francese”, considerando decisivo l'elemento geologico del suolo e sottosuolo, la sua varietà e composizione. Il *focus* sulla roccia madre e sul terreno, non impedisce all'autore di svolgere una riflessione di più ampio respiro: “*Terroir has become a buzzy word in English language wine literature. This lighthearted use disregards reverence for the land which is a critical, invisible element of the term. The true concept is not easily grasped but includes physical elements of the vineyard habitat - the vine, subsoil, siting, drainage, and microclimate. Beyond the measurable ecosystem, there is an additional dimension - the spiritual aspect that recognizes the joys, the heartbreaks, the pride, the sweat, and the frustrations of its history*”.⁵⁹

Emblematico della complessità del concetto di *terroir* è questa doppia natura, costituita da un'anima terrena e misurabile e da un'altra “spirituale” che coinvolge una più o meno tangibile aurea di sentimenti. E le battaglie, soprattutto politiche, tra Vecchio e Nuovo Mondo, di cui daremo conto, si combattono soprattutto su questo secondo aspetto.⁶⁰

Hugh Johnson, nella prefazione al citato testo di Wilson, afferma come il primo luogo dove dobbiamo guardare per capire la differenza tra due vini è il sottosuolo. Ma *terroir* significa molto altro. “*Properly understood, it means the whole ecology of a vineyard: every aspects of its surroundings from bedrock to late frosts and autumn mists, not excluding the way the vineyard is tended, not even the soul of the vigneron*”.⁶¹

Accanto, dunque, agli elementi tipici della terra è forte ed evocativo il richiamo all'uomo, alle sue tradizioni e conoscenze, in una parola, alla sua anima.

Climatologo ed esperto di viticoltura e *terroir*, John Gladstone affronta l'argomento partendo dal presupposto che il concetto è assai diffuso ma non definito in modo comprensivo attraverso l'integrazione dei suoi elementi alla luce della scienza moderna. *Terroir “is, simply, the vines whole natural environment, the combination of climate, topography, geology and soil that bear on its growth and the characteristics of its grapes and wines. Local yeasts and other microflora may also play a part. [...] All these factors interact with management in the vineyard and winery to shape the wine. [...] Terroir, then, describes the unique geography of a wines origin. It is not a property of the wine itself. Good wine reflects the terroir(s) of its origin. [...] A defined terroir can range across many kilometres if the land is flat and there is little variation in climate, geology and soil. [...] On the other hand it can be confined to within tens or hundreds of metres, as in Burgundy, where localized soil and*

⁵⁹ J. E. Wilson, *TERROIR: terroir (tair-nbar) a French term meaning total elements of the vineyard*, University of California Press; San Francisco, Wine Appreciation Guild, Berkeley (1999), 55.

⁶⁰ Da un lato l'Europa e dall'altro i paesi “emergenti” nell'ambito della viticoltura. Quindi non solo le Americhe, come si è soliti attribuire alla locuzione “Nuovo Mondo”, ma anche Australia, Nuova Zelanda e Sud Africa.

⁶¹ H. Johnson, *Foreword*, in Wilson, *op. cit.*, 4.

drainage differences can be decisive. In practice there must be some flexibility of definition, depending on site variability and commercial purpose. [...]The important thing is that a wines defined origin conveys a meaningful message to buyers and consumers, mostly as to its style though not necessarily as to quality, which depends on other factors as well".⁶²

Estrapolando alcune frasi significative dal suo scritto, si possono leggere interessanti considerazioni. L'idea di *terroir* quale concetto complesso formato dall'interrelazione di tutti gli elementi, fisici e umani, che compongono il vigneto non è nuova. L'innovazione sta nel proporre argomenti ulteriori nella definizione di *terroir*, tra tutti, i suoi limiti spaziali, geografici. Quando e quale variazione degli aspetti geologici, climatici o politici è idonea a determinare un differente *terroir*? Sarà particolarmente interessante valutare il dibattito in sede giuridica e comprendere l'attualità di questo aspetto. È da sottolineare inoltre il richiamo del valore commerciale e sentimentale del luogo d'origine. Un luogo che comunica agli occhi dei consumatori uno *style*, che non esaurisce l'idea di qualità. Potremmo ricollegare questo stile all'impronta dell'uomo, alla sua storia, tradizione, autenticità, tecnica, che firma il prodotto.

La volontà del "Nuovo Mondo" di comprendere e di fare breccia nel settore agroalimentare di qualità e, in particolare, in quello vitivinicolo è visibile anche dagli ingenti studi prodotti nell'ambito del *terroir*. Cercare di capire i motivi per cui il Vecchio Mondo attribuiva a tale parola un'importanza così fondamentale voleva dire in parte comprenderne il successo.

Si è già accennato all'intraducibilità della parola; né in italiano, tantomeno in inglese si possono trovare idonei termini equivalenti. Ciò non toglie che nelle medesime ed in altre lingue alcune locuzioni siano particolarmente evocative nel richiamarlo: *the taste of place*; i segni del territorio; *genius loci*; *goût de terroir* sono tutte espressioni utilizzate per contribuire ad esplicitarne il significato.

Rientriamo in Francia per osservare gli aspetti più tecnici.

L'agronoma francese Emmanuelle Vaudour, specializzata in scienze viticole ed enologiche, nel il suo libro *Les Terroirs Viticoles*, ci offre un'impostazione originale nell'affrontare un tema così complesso.⁶³ Preliminarmente, balza allo sguardo un'indicazione importante. Proprio la specificazione "*Viticoles*"⁶⁴ induce a considerare la possibilità che di *terroir* si possa discutere con riferimento ad altri contesti agricoli. Entrando nel merito, il termine *terroir* "esprime un considerevole numero di significati e ciò lo piazza al crocevia di una frenesia di utilizzo in situazioni senza rapporti evidenti: opere di storia, manifesti pubblicitari, fiere artigianali, pubblicazioni scientifiche..."⁶⁵

Questo ammonimento impone una delucidazione ed esemplificazione di tali significati, che l'Autrice dà poco oltre. Dopo aver passato in rassegna alcune definizioni

⁶² J. Gladstone, *Wine, Terroir and Climate Change*, Adelaide: Wakefield Press, 2007, 2.

⁶³ E. Vaudour, *Les Terroirs Viticoles. Définitions, Caractérisation et Protection*, Paris, La Vigne/Dunod, 2003; trad. it. *I terroir. Definizioni, caratterizzazione e protezione*, Bologna, Edagricole, 2005.

⁶⁴ Specificazione "smarrita" nella traduzione italiana.

⁶⁵ Vaudour, ed. it. cit., 3.

correnti di *terroir*, arriva alla conclusione (che in realtà è una base di partenza) che “più che una definizione consensuale irrisoria, è opportuno proporre una tipologia di nozioni espresse dal “*terroir*”. La nozione di “*terroir*” può essere scomposta in 4 nozioni tipo: “*terroir-materia*”, “*terroir-spazio*”, “*terroir-coscienza*”, “*terroir-slogan*””.⁶⁶

Altrettanto, se non più interessante, risulta lo studio sul *terroir* da un punto di vista scientifico, poste le difficoltà di rendere oggettivo un sistema fisiologicamente immateriale: “forte dell'eredità patrimoniale culturale, l'agronomia viticola francese si è trovata di fronte alla difficile e paradossale conciliazione del mito del *terroir* e della sua razionalizzazione scientifica, nel senso di concetto definito con l'aiuto di criteri oggettivi. Essa divide con la viticoltura mediterranea europea, la convinzione dell'importanza degli aspetti storici e umani: memoria delle abilità umane, le eredità storiche e sociali sono gli elementi fondanti dei *terroir* francesi, allo stesso modo dei “territori” o “terreni vitati” italiani. Così, dato il legame culturale del *terroir* con gli aspetti umani, e data la difficoltà a scegliere e gestire dei criteri oggettivi per la sua definizione, solo un numero limitato di lavori lo affronta come oggetto scientifico. I termini quali “potenzialità o attitudini viticole”, “zone viticole”, “suolo”, gli vengono preferiti per evitare ogni ambiguità. Dal canto suo, l'agronomia viticola del Nuovo Mondo, non è stata quasi mai confrontata alla soggettività dei trascorsi storici e umani”.⁶⁷ Queste significative parole preludono all'analisi delle definizioni “scientifiche”, coerentemente ricondotte a due insiemi. Mentre le definizioni “ristrette” si occupano dell'incidenza di uno o più fattori ambientali, quelle “allargate” analizzano il *terroir* quale complesso luogo di interazioni differenti tra clima, suolo, materiale vegetale, abilità umane, contesto socioeconomico e storico. In queste ultime viene messa in luce l'opinione di Jean Salette dell'INRA di Angers che, anticipando la formulazione successivamente accolta dall'Unesco, proprio sulla base degli spunti dell'INRA, afferma: “Un *terroir* è un agroecosistema caratterizzato, dotato di una capacità di dare dei prodotti particolari ai quali esso conferisce una originalità ed un carattere propri. [È] un sistema di interazioni complesse fra un insieme di azioni e di tecniche gestite dall'uomo, una produzione agricola ed un ambiente fisico da valorizzare attraverso un prodotto al quale conferisce una originalità particolare”.⁶⁸

La conclusione cui giunge Vaudour è quella di accettare diverse definizioni classificandole secondo un grado via via maggiore di complessità, non essendo possibile o forse necessario un'unica “disciplina del *terroir*”.

Pietro Stara, sociologo e *sommelier*, affronta l'argomento nel suo *Il discorso del vino* da una parte con la leggerezza d'animo di chi si sente “quasi autoassolto, vista l'irriducibilità dei fenomeni sociali a una supposta, quanto erronea, lettura degli stessi in chiave nomologica e, dall'altra, estremamente preoccupato se lo considera come concetto limite,

⁶⁶ *Ibidem*, 7.

⁶⁷ *Ibidem*, 44.

⁶⁸ J. Salette, *Le concept de terroir: une logique pour l'étude du lien du terroir au produit*, C.R Acad. Agric. Fr., vol. 84, n. 2, 1998, cit. in Vaudour, *op. cit.*, 47.

ovvero come pietra di paragone con cui confrontare situazioni empiriche e il loro scostamento dal modello concettuale idealtipico”.⁶⁹

Data l'impossibilità di analizzare il concetto nella sua pienezza reale, le declinazioni che l'autore richiama per dirimere la matassa sono la zonazione e la mineralità. La prima può essere definita da un punto di vista tecnico come “la suddivisione di un territorio in aree omogenee per caratteristiche ecopedologiche e geografiche in grado di influenzare la risposta culturale. La “zonazione” è un processo complesso, che consiste in uno studio integrato e interdisciplinare dei fattori ambientali, della genetica ed agro-tecnica, dei processi di trasformazione e valutazione qualitativa del prodotto finale, mirante a suddividere il territorio in funzione dell'attitudine ad una determinata coltura”.⁷⁰ La seconda “prende il terreno da sotto, dalle sue profondità per riportarlo alla luce, al frutto, alla pianta. È il terreno che si fa uva prima e vino poi, forse. E, dietro di essi, ma anche sopra, di fianco e sotto: la competizione economica locale e internazionale”.⁷¹ La disputa a cui fa riferimento l'autore si ricollega ad una questione da noi già accennata in precedenza, ossia quella che determinerebbe la veridicità del *terroir* alla correlazione con il suo “*goût*”. Una parte del Nuovo Mondo, politicamente contraria al *terroir* “europeo” storico-identitario, contestava l'equazione “luogo=gusto” prendendo come esempio il concetto di mineralità e arrivando a sconfessare la scientificità attribuita al *terroir* chiedendosi se non fosse solo *hoax*, *myth*, o a *new marketing winespeak*.⁷²

In questi termini, come dicevamo, la questione è mal posta e inevitabilmente foriera di errori e contrasti. La composizione minerale del terreno e la sua struttura formata da calcare, marne, argille ed altri, è solo uno dei fattori che intervengono nel determinare il gusto del vino e viceversa, quindi, il gusto del luogo in relazione ad un vino riflette l'unione di più elementi in cui il terreno, seppur fondamentale, si unisce agli altri. “Nel vino esistono una macrostruttura (alcol, acidi, ecc.) e una microstruttura (aromi, enzimi, ecc.) ed è quest'ultima che rappresenta la personalità organolettica e sensoriale del vino. La composizione del vino è talmente complessa che è difficile stabilire quali fattori del *terroir* siano correlati, ma è certo che la vita biologica del suolo e la composizione fisico-chimica del terreno sono fra le condizioni indispensabili per la produzione di vini di *terroir*”.⁷³

La mineralità di un vino è ancora oggi questione dibattuta. È, insegnano i *sommeliers*, un descrittore olfattivo e gusto-olfattivo che racconta una determinata sensazione organolettica. Può considerarsi come la presenza di minerali che dal terreno trasmigrano (con odore e sapore?) prima nel frutto e poi nel vino?⁷⁴ Se è probabilmente da rigettare

⁶⁹ Stara, *op. cit.*, 463.

⁷⁰ E.A.C Costantini, P. Bucelli, *Suolo, vite ed altre colture di qualità: l'introduzione e la pratica dei concetti “terroir” e “zonazione”*, in *Italian Journal of Agronomy, An International Journal of Agroecosystem Management*, Vol. 3, No. 1, 2008, 29.

⁷¹ Stara, *op. cit.*, 465.

⁷² *Ibidem*, 474.

⁷³ M. Fregoni, *L'humus e il terroir*, in *VQ. Vite, vino & qualità*, 2010, 19, 20.

⁷⁴ Per una posizione a favore si veda C., L., Bourguignon, *Il suolo, un patrimonio da salvare*, Bra, Slow Food Editore, 2004, 143 e ss; per una posizione scientificamente disincantata si veda A.

un'impostazione troppo scontata e semplicistica, di sicuro c'è che non può essere collegata al *terroir* fino a sconfessarlo. Allora ci si chiede, perché avendo un calice di vino in mano è possibile risalire con un'analisi visiva e gusto-olfattiva ad un territorio? Tipicità, unicità, particolarità che connotano tale prodotto sono la fusione di territorio e tecniche umane. Il risultato è un vino che, se già conosciuto, potrà rivelarsi, mostrare la propria carta d'identità all'assaggio successivo, anche se ciò dovesse avvenire molto tempo dopo. Ciò che si può comprendere saranno gli elementi che permettono di risalire ad un *terroir* d'origine. Penso alle tecniche di produzione, al vitigno, all'evoluzione, allo stile di come e dove è stato creato, al suolo e al territorio. Quando i vini hanno un'inconfondibile peculiarità dal punto di vista organolettico lo devono al loro *terroir*. Più l'uomo riesce a farsi portavoce consapevole del suo territorio, più sarà in grado di esaltarne e non coprirlo, più lo tratterà con rispetto e con modalità sostenibili e più il prodotto sarà unico e riconoscibile.

Vale la pena ora rimarcare quanto espresso dall'Autore in relazione all'irriducibilità dei fenomeni sociali in ottica nomologica, per notare la difficoltà che può incontrare la legge “nell'imbrigliare” la vaghezza intrinseca e fisiologica del fenomeno, dovendo bilanciare una prospettiva necessariamente aperta con il principio della certezza del diritto. Si è espressa la consapevolezza di un concetto indefinibile in modo rigido e cristallizzato. L'analisi, in questo capitolo, deve cercare di proporre alcuni spunti, suggerire eventualmente accertati punti fermi, ma essere il più possibile disincantata, dinamica e interdisciplinare, pronta ad accogliere differenti prospettive e ad accettare possibili incertezze, a strutturare e destrutturare.

Nel 2005 l'INRA⁷⁵ e l'INAO⁷⁶ provano a dare una definizione condivisa di *terroir*, che viene validata dall'UNESCO⁷⁷ e recita: “*Un Terroir est un espace géographique délimité défini à partir d'une communauté humaine qui construit au cours de son histoire un ensemble de traits culturels distinctifs, de savoirs, et de pratiques fondés sur un système d'interactions entre le milieu naturel et les facteurs humains. Les savoir-faire mis en jeu révèlent une originalité, confèrent une typicité et permettent une reconnaissance pour les produits ou services originaires de cet espace et donc pour les hommes qui y vivent. Les terroirs sont des espaces vivants et innovants qui ne peuvent être assimilés à la seule tradition*”⁷⁸

Tale formula appare emblematica di un cambiamento. Se ripensiamo all'evoluzione che ha avuto il significato di *terroir* potremmo spaventarci per la complessità di una nozione così espressa: da mera vocazionalità di un terreno a un sistema in cui tanto l'ambiente naturale quanto quello umano contribuiscono alla sua definizione. Ritroviamo elementi eterogenei che si fondono in una bella e complicata immagine. Rileggendola più volte, però,

Maltman, *Minerality in wine: a geological perspective*, in *Journal of Wine Research*, 24 (3), 2013.

⁷⁵ Istituto Nazionale di Ricerca Agronomica francese.

⁷⁶ Istituto Nazionale d'Origine e Qualità francese.

⁷⁷ Organizzazione delle Nazioni Unite per l'Educazione, la Scienza e la Cultura.

⁷⁸ Recontres Internationales Planète Terroirs, UNESCO 10/10/2005, 66. Documento disponibile al link: <http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001543/154388f.pdf>

ho capito a cos'era dovuto il senso d'inquietudine che avvertivo. Da quando l'essere umano ha sostituito l'attitudine agronomica, diventando il vero artefice e punto centrale del *terroir*? L'essere umano sconvolge un concetto che di per sé sarebbe forse meno complicato da capire e spiegare. L'essere umano porta con sé la sua storia e la sua cultura, la sua identità e le sue tradizioni, i suoi gusti e mercati. Dove e quali sono i limiti?

Si può qui avanzare una considerazione su quanto innalzare l'aspetto umano quale elemento così importante abbassando contemporaneamente l'elemento naturale (da contenuto a mero contenitore) rappresenti un'arma a doppio taglio. Se, da un lato, consente alla storia e alla cultura di una comunità di farsi portavoce delle proprie tradizioni, usi e costumi, valorizzando un sistema collettivo compatto e distintivo, dall'altro, apre la possibilità di esporre il concetto di *terroir* al rischio di venire snaturato, capovolto. Da una base di unicità meramente naturale, passando per un auspicato equilibrio tra due forze in costante tensione, si rischia di arrivare ad una base unicamente umana. Si passa da una qualità intrinseca e misurabile ad una rarefatta e intangibile. Storia e tradizioni, usi e costumi, tecnologia e saper fare possono far nascere un prodotto di *terroir* senza specificità territoriale? In questo senso la proliferazione a dismisura dei prodotti a denominazione d'origine e la genericità dei disciplinari potrebbero apparire tendenze indicative in senso affermativo. L'approccio disincantato, cui si accennava prima, aiuta a considerare come leciti e legittimi tutti i contributi, ma quest'ultimo, in particolare, pare incentrato sul prodotto "umano", e soprattutto sul vino. Non c'è da stupirsi se una tale definizione proviene dalla Nazione che più di tutte ha investito nel settore vitivinicolo e conosce l'importanza del capitale umano; e, forse, per differenziarsi, spalleggiare ed innalzare gli antichi e consolidati saperi tradizionali del Vecchio Mondo, in risposta alle polemiche sollevate da Oltreoceano.

Per "abbassare i toni" e riportare in auge l'ambiente naturale si propone infine la definizione accolta dall'OIV con Risoluzione 333/2010 che, sulla falsariga di quella sopra citata, così dispone: "Il "*terroir*" vitivinicolo è un concetto che si riferisce a uno spazio nel quale si sviluppa una cultura collettiva delle interazioni tra un ambiente fisico e biologico identificabile, e le pratiche vitivinicole che vi sono applicate, che conferiscono caratteristiche distintive ai prodotti originari di questo spazio. Il "*terroir*" include caratteristiche specifiche del suolo, della topografia, del clima, del paesaggio e della biodiversità".

Riprendiamo ancora una volta il dibattito tra Vecchio e Nuovo Mondo. In un mondo in cui il consumatore potenziale è globale sono lecite le domande di una oggettivazione del sistema. Chi investe, chi acquista, chi semplicemente vuole conoscere una realtà lontana dalla propria, a ragione potrebbe richiedere un'assicurazione-rassicurazione del prodotto. Probabilmente a noi europei, tutto questo serve meno perché conosciamo meglio quali siano le nostre peculiarità, tradizioni, i metodi di produzione, i territori più vocati e ciò che, in generale, sta dietro all'agroalimentare di qualità.⁷⁹ Una metafora che potrebbe ben

⁷⁹ Probabilità che verrà messa in discussione nel momento in cui si parlerà di cultura del

rappresentare il concetto che si vuole esprimere è quella, non troppo banale, di un viaggio. Un prodotto di qualità legato intrinsecamente ad un'origine è il risultato di un lungo percorso fatto da tante situazioni, sentimenti, conoscenze, rapporti. È un simbolo, come si vedrà, di identità e appartenenza. È cultura. Tutti coloro che per volontà o coincidenza entreranno in rapporto con esso viaggeranno nel suo mondo, comprendendone i segni. Ne sentiranno parlare o ne vedranno la pubblicità, parleranno con le persone che vivono di quello e visiteranno i luoghi di coltivazione e di produzione, saranno pervasi da tutta una serie di elementi, alcuni fortemente immateriali, altri meno, che costituiscono il viaggio alla scoperta di un prodotto culturale. L'assaggio o degustazione rappresenta solo una tappa, non certo la destinazione. Riproducendo una bella citazione di Terzani, secondo cui “il fine del viaggiare è il viaggio stesso e non l'arrivare”, non pare logico ridurre tutto questo viaggio al mero “gusto” della visita alla meta, dell'assaggio freddo e distaccato di un prodotto, senza comprenderne i significati di ciò che sta attorno. Così, la tendenza banalizzante che va contro tale viaggio, riducendolo ad una oggettivazione scrupolosa delle caratteristiche materiali andrebbe rivisto e bilanciato alla luce della complessità della sua storia. Su questa linea, per certi versi, parrebbe scontare un complesso d'inferiorità la voce critica del Nuovo Mondo, a causa di una arretratezza solo culturale di un rapporto con la campagna, in ottica identitaria e qualitativa. Ad ogni modo è vero anche che, buona parte di quel mondo, questo complesso lo ha già scontato ed è ora pronto a competere sui mercati internazionali, valorizzando il proprio unico *terroir*.

Concludendo, possiamo osare una definizione di *terroir*, quale combinazione non matematica di peculiarità ambientali e cultura umana. Conseguentemente, il prodotto che ne deriva è un bene culturale che detiene percentuali differenti di materiale e immateriale. Sono i luoghi e la loro bellezza, sono le conoscenze, le tradizioni e l'innovazione, sono i valori delle persone che, uniti ad una terra, esprimono un'*idea* originale e irriproducibile.

1.4. Il *terroir* dal punto di vista fisico. L'elemento naturale.

Va aggiunto un altro punto fermo, rispetto a quanto emerso dal paragrafo precedente. Ed è una visione del *terroir* come classificazione interdisciplinare che identifica uno spazio geografico delimitato, in cui una comunità di persone contribuisce a rendere unico un prodotto.

Alla luce di quanto scritto finora, possiamo abbozzare una distinzione meramente esemplificativa come premessa metodologica. Abbiamo visto che *terroir* viene richiamato quasi sempre in relazione ad un prodotto. Abbiamo visto che può essere considerato quasi sempre come l'unione di peculiarità naturali e dedizione umana. In questo senso si potrebbe parlare di un *terroir* “in potenza” e di un *terroir* “concreto”, a seconda che vi sia o

consumatore.

meno la triade costitutiva (natura-uomo-prodotto). Se astrattamente ci si potrebbe riferire a tutte e tre le forme singolarmente (prodotto di *t*; *t*. come ambiente; *t*. come sostrato sociale), noi ci occuperemo prevalentemente della sua forma “concreta” e, a tal riguardo, proveremo a scinderne gli aspetti “costitutivi” per cercare di razionalizzare il concetto e renderlo più esplicito. *Terroir* è insieme un luogo d'origine “naturale” e uno “antropologico” da cui scaturisce un prodotto che ne è espressione.

Già qui liberiamo il campo da due forme: da un lato il *terroir*-naturale per eccellenza, quello “selvatico”, ciò che rimane all'uomo cacciatore-raccoglitore come istinto primordiale nel recuperare da sé certi prodotti; dall'altro il *terroir* di “mero godimento”, quello dell'appassionato fai-da-te, che con un angolo più o meno ampio di terra coltiva, produce o alleva per il piacere di farlo, oltre che di mangiarne i frutti. Se distinguiamo tra prodotti naturali e prodotti umani lo si fa sempre e comunque in relazione ad un contatto tra la natura e l'essere umano. In apertura abbiamo accennato al 2082 c.c. per distinguere l'attività sostenuta o meno ai fini di un mercato. “Andare a funghi” o a pesca, raccogliere frutti di bosco, gestire un orto privato, non rientreranno quindi nella nostra analisi, in quanto non hanno una rilevanza economica (salvo come mero risparmio di spesa, irrilevante ai nostri scopi) e difettano dell'elemento umano che a tal fine organizza professionalmente un'attività economica per la produzione e scambio dei beni. Ciò non significa che non si tratti di *terroir*, semplicemente una forma “al naturale” nel primo caso, “di mero godimento” nel secondo.

Cominciamo, dunque, ad esaminare il primo elemento oggetto di indagine, quel luogo materiale, fisico che gli studiosi ritengono, con sostanziale unanimità, essere l'essenza del concetto in questione. È considerato un dato immanente: stiamo parlando di una precisa porzione geografica, di un territorio naturale, del suo ecosistema e ambiente pedoclimatico. Ogni parte di esso influisce, in varia misura, nel caratterizzare un prodotto.

È il *terroir*-materia di Vaudour, anche definito come “agroculturale”: “Designa l'insieme delle potenzialità naturali di un dato ambiente per far nascere una produzione specifica. Il *terroir* agroculturale è fondato sulla convinzione empirica secolare di una relazione stretta e oggettiva che unisce le qualità di una produzione agricola alle attitudini agronomiche dell'ambiente coltivato”.⁸⁰

Da cosa dipendono tali attitudini ambientali? Prendiamo ancora una volta il caso della vite in quanto più rappresentativo, considerandolo sotto la lente delle scienze che se ne occupano. Un'analisi interdisciplinare che comunica con geologi, pedologi, geografi, meteorologi, agronomi e quanti si occupano di ambiente coltivabile. Così, se ci facciamo aiutare da un geologo⁸¹ per capire che cos'è l'essenza del territorio vitivinicolo dal suo punto di vista, ci risponderà: “la terra, proprietà della natura”. Essa comprende la roccia madre del suolo, la composizione del sottosuolo, l'idrologia del suolo, così come i fattori pedologici che principalmente ne determinano le caratteristiche sono la disponibilità idrica,

⁸⁰ Vaudour, *op. cit.*, 8.

⁸¹ Un sentito ringraziamento a tal proposito va al Geologo Dott. Carlo Ferretti per il prezioso colloquio concessomi.

l'ossigeno, la disponibilità di azoto e la temperatura del suolo. Tra gli aspetti geografici si annovera la zona e quindi latitudine, altitudine, esposizione; e il clima e quindi temperatura, illuminazione, ventilazione, intensità e periodi delle precipitazioni, microclima.

Vitigno e portainnesto, infine, completano l'elenco, ma meritano una precisazione in quanto costituiscono un "ibrido", un ponte tra natura e cultura, tra adattamento naturale e innovazione umana. Appartengono all'ordine naturale delle piante, ma lo studio e il lavoro che l'uomo ancora compie su di essi ne fa un elemento fortemente antropico. Da un lato è elemento che sottostà alle leggi fisiche della natura, su tutti la teoria dell'origine della specie, quanto mai idonea per l'esempio in questione. Se è vero, semplificando, che sopravvive solo la specie che meglio si adatta all'ambiente, significa che esso condiziona l'evoluzione della pianta, boccia e premia, ne modifica struttura e proprietà dando, infine, un'uva "a sua immagine". Dall'altro, l'uomo, che ove possibile, cerca di intervenire a proprio favore e di correggere alcune criticità. Basti pensare agli incroci sperimentali tra varietà diverse, all'innesto su piede americano necessitato in Europa a causa di un insetto (la fillossera arrivata dall'America), che distrusse gran parte del vigneto europeo; alla scelta del vitigno adatto in base al luogo, attraverso studi sulla fisiologia della pianta, sull'espressione vegeto-produttiva o sulle molecole della bacca. In questi ultimi tempi le ricerche in campo biotecnologico si stanno prodigando per modificare, attraverso la genetica, alcuni caratteri del vitigno al fine di stimolare, attivare o disattivare "dall'interno" quelli desiderati. L'obiettivo, stando ai proclami degli scienziati promotori, sarebbe quello di un vino più sano e meno costoso.⁸² Come? Rendendo più forte la pianta e riducendo sensibilmente i trattamenti chimici in vigna, attualmente utilizzati contro malattie e agenti patogeni vari, e senza alterarne l'espressione organolettica.

Abbiamo chiamato "ponte", il vitigno, anche perché esprime una tensione non indifferente tra una cultura più vicina alla natura e una più tecnologica. "Qualcuno sostiene che la genetica è violenza sulla natura, senza pensare che nell'evoluzione genetica c'è la nostra evoluzione. Le viti resistenti sono il futuro", affermò Attilio Scienza in un incontro durante lo scorso Expo di Milano.

È ponte, infine, in quanto elemento di importanza primaria che sta alla base dell'originalità di un vino. Da un vino legato ad un vitigno con una forte impronta varietale ad un vino "di *terroir*"; distinzione tanto delicata quanto determinante. Da un prodotto legato più ad una determinata espressione propria del vitigno ad un prodotto ragionato, complesso, elaborato che tenga conto della genetica della pianta e dell'areale di produzione, che dal vigneto alla cantina e infine alla bottiglia sappia rispettare ed esaltare questo delicato insieme di peculiarità. Tali prodotti vanno spesso a braccetto con i vitigni cosiddetti "autoctoni", di cui l'Italia è patria indiscussa e gelosa custode.⁸³

Due considerazioni sono di primaria importanza a questo punto. La prima attiene ad

⁸² Su tutti, il Professor Attilio Scienza.

⁸³ È piuttosto recente la tensione, per non dire rivolta, scatenata da una possibile modifica da parte delle istituzioni europee al reg. 607 del 2009 in favore della liberalizzazione del nome dei vitigni in etichetta.

un dato puramente scientifico. Ciò che connota questi elementi è, infatti, la misurabilità. È possibile, attraverso complicati studi *ad hoc*, di affermare con certezza la composizione di un territorio specifico. La seconda è più sfumata: la peculiarità, non riproducibile né esportabile. L'unicità di ogni territorio, da questo punto di vista è palese, in quanto non sarà possibile un'esatta replica di esso in nessun altro luogo. Tale considerazione potrebbe sembrare eccessivamente *naïf*, se non adeguatamente interpretata e corroborata da dati scientifici. Prima, però, un esempio, tanto banale quanto perfetto: l'Italia. La varietà geologica e pedologica, e in senso ampio pedoclimatica costituisce un indiscusso patrimonio naturale irreplicabile. È territorialmente vocata all'agricoltura di qualità, con una menzione speciale per quanto riguarda la vite. Se circa 600 milioni di anni fa, agli inizi del Paleozoico, il mare ricopriva la nostra penisola, i fenomeni che hanno maggiormente determinato la conformazione e struttura dell'attuale spazio agricolo si fanno risalire al Miocene, dai 25 ai 7 milioni di anni fa. Terreni di varia composizione, ricchi di argilla, calcari, marne, tufi e sabbia; conformazione che si snoda tra il 47° e il 35° parallelo, nella fascia a maggiore vocazione viticola dell'emisfero boreale; presenza della catena montuosa delle Alpi che protegge il paese dalle fredde correnti nordiche, mentre il mar Mediterraneo regala un eccezionale effetto mitigatore; precipitazioni, fiumi, laghi e colline; ma anche una conformazione esclusiva, frutto di una penisola attorniata da mari diversi da cui provengono venti diversi che completano un paesaggio unico e variegato da nord a sud, con una biodiversità che costituisce l'eccellenza del nostro Paese.

Da questa "unicità" territoriale, si potrebbe dedurre a *fortiori* che unico, diverso, non riproducibile sarà anche il prodotto di un *terroir*, se a questo si accompagna l'elemento costitutivo di un produttore consapevole e sapiente. In realtà, una verità "assoluta" diffusa nel mondo enologico è che da un grande territorio è facile fare un vino mediocre e da un territorio mediocre è facile produrre un vino scadente; viceversa, un grande vino può essere prodotto solo nel primo. Dunque, in materia di vino, è errata la deduzione fatta in precedenza (diverso, in parte, per i prodotti della terra in cui l'incidenza dell'uomo sul prodotto è diversa e assai minore rispetto all'elemento naturale caratterizzante). Nel vino, vedremo, è l'uomo l'attore coprotagonista in grado di orientare la qualità del prodotto. È l'uomo che può esaltare, confermare o dissipare la vocazione di un territorio. È l'uomo che crea il vino.⁸⁴ A questo punto il problema successivo diverrà classificare, *in primis*, il territorio da un punto di vista attitudinale e, *in secundis*, il produttore, la persona.⁸⁵ Non è un caso che per i prodotti con una chiara impronta dell'uomo, il consumatore è portato ad orientarsi e a informarsi tra coloro che fanno il prodotto, dopo aver scelto la tipologia di prodotto stesso.

Esaminando la "territorialità" del *terroir* si può osservare come, per questa via, non vi siano *terroir* giusti o sbagliati, validi o invalidi, ma emergano due concetti: qualità e dignità.

⁸⁴ La differenza tra enologia conservativa e invasiva non deve invalidare questa basilare considerazione.

⁸⁵ Vedremo come nel *marketing*, il *terroir* può essere usato come elemento determinante di competizione tra territori.

Nel primo senso *terroir* è nato e si è sviluppato secondo una forte logica di qualità: punta all'eccellenza della collina, più che all'anonimato della pianura.⁸⁶ La logica della misurabilità è quella di ricercare le differenze e le specificità; secondo quest'ottica, però, *terroir* avrebbe ben poco di democratico: ce l'hai o no, sei dentro o sei fuori, appartieni o sei escluso, a seconda dei luoghi “baciati” dalla natura. Qui interviene il secondo senso, per cui ci si deve chiedere anzitutto quali siano le sue condizioni d'accesso e d'uso. È precluso, per certe aree rurali, la qualifica di *terroir*? È chiaro, infatti, che se tutte le aree potenzialmente agricole potessero essere considerate *terroir*, la base di partenza della piramide gerarchica della qualità potrebbe apparire eccessivamente ampia. Così, parrebbe necessario uno studio preventivo sull'attitudine agricola dei territori e sulla base di ciò impostare una classificazione. “Il riconoscimento della “vocazionalità” di un territorio ha bisogno della ricerca delle sue peculiarità, che ne esaltino la sua “esclusività””.⁸⁷

Quale *quid pluris* giustifica la particolarità rispetto alla normalità? E tale particolarità deve sussistere nel luogo o anche solo nel prodotto? Perché, se ammettiamo la possibilità di qualità distintive solo nel prodotto, rischiamo di giustificare - indirettamente - una qualità creata “solo” dall'uomo, rischio che potrebbe non disturbare, ove fosse coerentemente dichiarato.⁸⁸ Quindi, prima di ritrovare specificità nel gusto piuttosto che nel profumo, nel colore, nella dimensione, nella conformazione, nella composizione del frutto, si dovrebbe poter ammettere una diversità apprezzabile nell'ambiente.⁸⁹ In questo senso sono due i processi più comuni per studiare un *terroir*: da un lato, lo studio del prodotto per risalire ad una differenziazione geografica e della sua materia prima e, dall'altro, la caratterizzazione delle potenzialità naturali dell'ambiente. Ora, fa notare Vaudour, il primo metodo aiuta a differenziare e meglio comprendere l'origine geografica, ma questa dovrebbe essere preliminarmente definita mediante il secondo studio a pena di un'indagine parziale e asistemica.⁹⁰ Si sono ottenuti comunque risultati utili differenziando da un punto di vista chimico-fisico diverse aree, con maggiore e minore estensione. Ad esempio, ad un livello “internazionale”, sono stati distinti campioni di Pinot nero provenienti dalla Borgogna, dalla California e dall'Oregon a partire dall'analisi spettrometrica dell'emissione atomica di 17 elementi, tra cui alluminio e bario che furono alla base della distinzione rispettivamente tra vini californiani e americani e tra questi ultimi e i vini francesi. Anche a livello più micro, inter e intraregionale, si sono fatte scoperte interessanti. Così la proporzione degli aminoacidi e i seguenti tenori di litio e propanolo ha permesso di isolare fra 16 vini francesi, quelli di Bordeaux, di Borgogna e del Midi mediterraneo in quanto maggiormente ricchi di tali elementi.

⁸⁶ “*Bacchus amat colles*”, dicevano gli antichi romani. Il richiamo si riferisce al prodotto “vino”.

⁸⁷ E.A.C Costantini, P. Bucelli, *op. cit.*, 24.

⁸⁸ Si pensi alle STG, che tutelano prodotti ottenuti mediante pratiche tradizionali. Così, ad esempio, la pizza napoletana è stata correttamente registrata in tale categoria. Molti altri prodotti, invece, sono ambigualmente annoverati tra le indicazioni geografiche.

⁸⁹ Non solo, vedremo che la qualità del prodotto si declina in varie forme, dalle più tangibili a quelle più emotive.

⁹⁰ Vaudour, *op. cit.*, 77 ss.

La maggior parte degli approcci al *terroir* come dicevamo, si interessano primariamente alla caratterizzazione delle potenzialità dell'ambiente fisico di un'area viticola, offrendo gli strumenti per una consapevole delimitazione. In particolare, si scindono due gruppi principali: quello ecofisiologico e quello spaziale. Tali strumenti non sono sempre visti di buon grado in quanto potrebbero portare a sconvolgimenti non auspicabili, andando contro le tradizioni e le credenze vigenti.

Altri studi scientifici negli ultimi anni hanno corroborato, ove fosse ancora necessario, l'equazione diretta per cui l'ambiente di origine condiziona il prodotto finale. Davvero interessanti appaiono due studi che mostrano come la flora batterica e fungina dei microrganismi della bacca e del suolo, da un lato, siano molto diverse nei differenti ambienti esaminati e, dall'altro, caratterizzino profondamente il prodotto.⁹¹

Si può inoltre prendere questo studio come spunto per una sfida che coinvolge il *terroir*, quella della eco-compatibilità e sostenibilità degli ambienti coltivati, su cui regna ancora molta incertezza, soprattutto dal punto di vista normativo. Se colonie di microrganismi determinano differenze sensibili nel prodotto “intermedio” e finale, necessitano di terreni “vivi”, “sani” per prosperare e moltiplicarsi, con ciò rimandando al capitolo sulla sostenibilità ambientale per ulteriori approfondimenti.

Essendo il diritto il nostro punto di riferimento costante ci permettiamo un ulteriore inciso. Esso ammette, negli ultimi tempi, una qualità tutelabile assai sfumata comprendendo reputazione, notorietà, coerenza nelle aspettative dei consumatori *etc.* Una comunità che investisse in un territorio “mediocre”, creando tali valori sarebbe idonea ad una protezione. Se ragioniamo dunque in questi termini, riemergendo il senso di dignità prima richiamato, si può ammettere che qualunque territorio, di per sé idoneo a qualche coltivazione, potrebbe essere “etichettato” *terroir*-giuridico. “Indipendentemente dalle prescrizioni relative all'origine, nessun vino ha diritto ad una denominazione d'origine regionale o locale se non proviene da una varietà e da un'area di produzione consacrata da usi locali, leali e costanti”,⁹² affermava una delle prime leggi francesi sulle denominazioni di origine.

Una criticità che potrebbe giustificare un intervento appare quella per cui il *terroir*-giuridico confonde, mischia, unisce più o meno volontariamente, peculiarità date dal luogo e quelle date dall'uomo, oggettive ed evocative, accettandone una o l'altra, alternativamente o cumulativamente, snaturando quello che appare il “vero” *terroir*, quello non “*politically correct*”.

In ogni caso non va dimenticato che per creare maggiore distintività e competitività è consigliabile allontanarsi da forme comuni verso situazioni particolari. Solo così si potrà essere immuni da una potenziale replicabilità. La logica dei segni distintivi, che approfondiremo oltre, dovrebbe essere proprio quella di distinguersi dagli altri, rendersi visibili e diversi, anche se il fine non dovrebbe giustificare qualunque mezzo.

⁹¹ Cfr. M.W. Taylor et al, *Pyrosequencing reveals regional differences in fruit-associated fungal communities*, in *Environmental Microbiology*, 16 (9), 2848 e ss, 2014; e N.A. Bokulich et al, *Microbial biogeography of wine grapes is conditioned by cultivar, vintage, and climate*, in *PNAS*, 2013.

⁹² Loi du 22 juillet 1927.

Un aspetto cruciale, dipendente da quanto appena detto, concerne il punto di vista geografico, e in particolare la questione dei confini. Il “*terroir-naturale*” può avere perimetri diversi dal “*terroir-umano*” e dal *terroir*-giuridico. L'omogeneità del luogo, infatti, può ravvisarsi in pochi metri come in molti ettari. Un esempio può aiutare a tal fine. L'area del “*terroir-giuridico*” della Valpolicella racchiude in sé una miriade di micro-*terroir* dal punto di vista fisico, per la frequente variabilità dei terreni, per la prossimità maggiore o minore al Lago di Garda, per l'esposizione dei vigneti, per l'altitudine che dalla pianura può andare oltre i 600 metri, e tanto altro ancora. Discorso che diviene ancor più delicato nell'area del Prosecco DOC, denominazione interregionale che comprende ben nove province (Belluno, Gorizia, Padova, Pordenone, Treviso, Trieste, Udine, Venezia e Vicenza) in cui, evidentemente, il *terroir-naturale* può incontrare differenze notevoli. Questo induce a porci una serie di interrogativi che analizzeremo in seguito: quali sono i criteri con cui si definiscono i confini? La variabilità del prodotto, espressione di diversi *terroir*, deve essere reso conoscibile al consumatore? È bene dare un nome a questi micro-*terroir*? Si possono classificare qualitativamente?

Bisogna prendere atto, una volta di più, di questa natura multiforme dell'oggetto in questione, in quanto calata nella realtà socio-economica. Si è ormai compreso, e i successivi paragrafi lo confermeranno, come le definizioni sul *terroir* mutano al passare dal piano ideale a quello reale. Non potrebbe essere altrimenti, anche se è necessario porre attenzione sugli aspetti e i motivi di ciò, al fine di comprenderne i meccanismi successivi.

L'ultima osservazione sulla fisicità del *terroir* concerne un aspetto importante che ci permette di passare consapevolmente al prossimo paragrafo. Gli elementi pedoclimatici analizzati e, in particolare, per l'ambito viticolo quelli geologici, vanno considerati in stretta relazione al prodotto che si vuole ottenere. A tal fine questi elementi devono essere identificati, interpretati e collegati dall'uomo. L'uomo è co-artefice del prodotto finale, come abbiamo visto, con un *plus* nei prodotti complessi e un *minus* in quelli semplici. Il viaggio che il prodotto compie, esprime la sua storia di cui l'essere umano è protagonista. Perché, se è vero che una pianta dà il meglio di sé in alcuni ambienti e non in altri (e ciò vale allo stesso modo, ad esempio, per gli animali da pascolo e i prodotti che ne derivano),⁹³ è vero anche che è l'uomo (la sua storia, la sua tradizione ed il suo gusto) che ha portato tanto il vitigno Nebbiolo ad essere principe in Piemonte quanto la Corvina principessa in Valpolicella; che ha portato *Pinot Noir* e *Chardonnay* ad essere, rispettivamente re e regina nella Borgogna e nella Champagne; che ha portato *Merlot* e *Cabernet Sauvignon* ad essere protagonisti indiscussi nella regione di Bordeaux. Pratica di centinaia di anni ed oggi studi scientifici sulle condizioni pedo-climatiche e sul terreno, hanno portato a ritenere tali vitigni idonei, più di altri, alle determinate caratteristiche di quegli ambienti. Molti altri esempi si potrebbero fare, ma il concetto che si vuole proporre qui è che il *terroir-naturale* va, prima o poi, identificato, interpretato e collegato dall'uomo. Il riferimento, tra i tanti possibili,

⁹³ Il link seguente mostra un esempio di come il *terroir* possa valere anche in tali casi: <http://zesterdaily.com/cooking/food-terroir/>

proprio alla pianta della vite, ci permette una rapida digressione sulla tanto acclamata “autoctonia”, intesa come genesi della vite in un luogo determinato del Paese. La vite non è certo nata in Italia, né in Francia, così come il pomodoro o la patata; eppure, sono prodotti che riteniamo fortemente “italiani”. Per fare questo, dobbiamo allora sforzarci di considerare autoctone le piante che hanno un forte legame storico-ambientale con il territorio in cui sono state allevate e che, modificandosi, naturalmente in base all'ambiente o artificialmente con innesti operati dall'uomo, hanno dato vita a specie differenti. Se l'essere umano, contemporaneamente, è spinto a valorizzare e a coltivare tale ricchezza si potrà parlare di piante autoctone. È chiaro dunque che la vite non è nata qui, ma dal momento in cui è arrivata ha trovato il suo habitat ideale cominciando ad evolversi e modificarsi. Con questo compromesso si scopre un'Italia ricca di vitigni propri, circa 500 varietà, che conferiscono al Bel Paese una biodiversità unica al mondo. In tale prospettiva possono essere considerate autoctone un'innomerevole varietà di piante la cui matrice è straniera. Si pensi al pomodoro o alla patata importati dall'America: oggi qui parliamo di pomodoro di pachino IGP, di pomodorino del Piennolo del Vesuvio DOP o di patata novella di Galatina DOP, di patata quarantina, solo per fare degli esempi.

1.5. L'elemento umano tra storia, tradizione e saper fare

Si narra che durante il viaggio intrapreso in Italia per essere incoronato imperatore del Sacro Romano Impero, Enrico III inviò un messo a Bonifacio, marchese di Toscana, più famoso come padre di Matilde contessa di Canossa, per chiedergli un po' di quell'aceto “che aveva udito farsi perfettissimo in Canossa”: si tratta dell'aceto balsamico di Modena. E correva l'anno 1046.

Il virgolettato citato esprime bene il senso del paragrafo in esame, in due direzioni: mercato e, genericamente, *know how*. Da un lato la rinomanza di un luogo per un prodotto alimentare significa potenzialità di vendita e futuro; dall'altro un superlativo assoluto che può voler dire molte cose, *in primis* consapevolezza, capacità e conoscenze tecniche. In questo “luogo d'origine antropologico” l'uomo svela le potenzialità del territorio, che diventa *terroir*. La natura va indirizzata, convogliata ai bisogni dell'uomo. Non c'è più nulla o quasi che possa dirsi meramente naturale perché la mano dell'uomo arriva ovunque, nel bene e nel male. Lo stesso *Montanari* pone questa premessa in relazione al cibo: “L'idea di Cibo si collega volentieri a quella di Natura, ma il nesso è ambiguo e fondamentalemente improprio. Nell'esperienza umana, infatti, i valori portanti del sistema alimentare non si definiscono in termini di “naturalità” bensì come esito e rappresentazione di processi culturali che prevedono l'addomesticamento, la trasformazione, la reinterpretazione della Natura. *Res non naturalis* definirono il cibo i medici e i filosofi antichi, a cominciare da Ippocrate, includendolo fra i fattori della vita che non appartengono all'ordine “naturale” bensì a quello “artificiale” delle cose. Ovvero alla *cultura* che l'uomo stesso costruisce e

gestisce”.⁹⁴

Il richiamo alla cultura nel presente lavoro è avallato ancor più dalla sua etimologia. Di derivazione latina, da *cultūra* (*cultura agri*, la coltivazione della terra), *cultūs* (*agricolarum cultus*, il lavoro degli agricoltori), *cōlo*, *colĕre* (*colendi via*, la pratica del coltivare), il termine nasce in campo agricolo prima di diventare, nel tempo, parola che racchiude più significati.⁹⁵ La connessione più logica può farsi con conoscenza, insieme di conoscenze. Nel nostro caso vi rientrano quelle storiche, pratiche, emotive, acquisite e trasmesse di generazione in generazione. Il rispetto e la passione per la terra, da un lato, le conoscenze, le abilità, le tradizioni, le tecniche sempre più precise e scientifiche (*know how*), dall'altro, conducono o dovrebbero condurre a delle “regole d'uso del territorio”, scritte e/o orali. Tale patrimonio non si acquista, né tanto meno si conquista dall'oggi al domani. Questa ricchezza intesa come cultura è tanto preziosa quanto mutabile, attraverso pratiche “leali e costanti” delle nuove generazioni.⁹⁶ Un eventuale immobilismo *ex lege* imposto, non sarebbe coerente con un'idea di progresso in lento divenire.⁹⁷ “Ciò che chiamiamo *cultura* si colloca al punto di intersezione fra tradizione e innovazione. È tradizione in quanto costituita dai saperi, dalle tecniche, dai valori che ci vengono tramandati. È innovazione in quanto quei saperi, quelle tecniche e quei valori modificano la posizione dell'uomo nel contesto ambientale, rendendolo capace di sperimentare realtà nuove. Innovazione ben riuscita: così potremmo definire la tradizione. La cultura è l'interfaccia fra le due prospettive”.⁹⁸ Non stiamo parlando dunque solo del *terroir*-conoscenza, ma anche del *terroir*-coscienza, come ideale collettivo simbolo di appartenenza identitaria. Ciò richiama il tema del radicamento, della coscienza dei popoli e della memoria. Infine, un prodotto che rappresenta tutto questo.

In precedenza abbiamo frequentemente fatto riferimento all'essere umano e alla comunità come elemento costitutivo. “Gioie e dolori, sofferenze e frustrazioni, azioni e stili, orgoglio e anima, rispetto e dedizione”. È ora giunto il momento di riferirsi al plurale, agli uomini. Un prodotto di *terroir*, tipico, identitario, artigianale, irripetibile, “perfettissimo”, diventa tale anche a seguito di un percorso, di una tradizione fatta dal sudore di uomini e donne, spesso di diverse generazioni. Emerge, qui, il valore della cooperazione: “lavorare insieme” per l'obiettivo comune di valorizzare e promuovere i propri prodotti in quanto di lì originari.

⁹⁴ Montanari, *il cibo come cultura*, *op. cit.*, premessa, XI.

⁹⁵ Esempi tratti da Castiglioni, Mariotti, *Il vocabolario della lingua latina*, Loescher, 1996.

⁹⁶ Cultura che analizzeremo anche da un punto di vista di accesso: libertà *vs* esclusività, data l'impostazione del tema nell'ottica dell'*intellectual property*.

⁹⁷ In tale contesto, sarà interessante analizzare da un punto di vista giuridico e antropologico il ruolo dei disciplinari di produzione, quali esempi, nel bene e nel male, di cristallizzazione di una cultura, in questo caso di un prodotto “tipico”.

⁹⁸ Montanari, *op. cit.*, 10. Dal secolo scorso è in atto una rivoluzione tecnologica inarrestabile in ogni campo della cultura dell'uomo. Anche il settore alimentare è stato invaso da questi stravolgimenti. E il *terroir*, come si pone in questo imponente vortice di nuove conoscenze? Sarà capace di adeguarsi e rinnovarsi come fino ad ora è stato? Vedremo prospettive ed eventuali rischi futuri nel capitolo terzo.

Riprendendo il discorso dei confini geografici, il *terroir*-umano può avere limiti diversi da quello naturale; si identificherà a seconda dell'estensione della comunità sociale in cui il sapere è condiviso e il cui prodotto è comune. Il ruolo del diritto sarà molto delicato nel trovare un equilibrio tra omogeneità territoriale e antropologica tale da contemperare esigenze di produttori e consumatori. Richiamando l'esempio precedentemente addotto, si potrebbe dire che “prosecco” rischierebbe seriamente di divenire, almeno nei fatti, un nome generico descrittivo di un prodotto che identifica spumanti rifermentati in autoclave, se non fosse per la diversa certificazione di qualità che incontra nelle sue zone di origine “classiche” e in quelle “allargate”.⁹⁹

Ancora, per il vino, riprendendo una considerazione proposta precedentemente, si potrebbe ipotizzare che il frutto della vite, l'uva, sia il prodotto di un terreno. E che il frutto di un *terroir* sia di conseguenza il vino. In realtà, come abbiamo visto, un “buon” vino nasce *in primis* da una buona uva e questo dipende in gran parte da specifiche dinamiche tecniche, oltre a quelle territoriali già viste: densità di impianto, scelta del vitigno in base al terreno, sistema di allevamento, esposizione, potature, resa per ceppo, lavorazione del terreno, periodo e modalità di vendemmia *etc.* Tutte scelte che l'uomo compie e di cui ha la responsabilità. Dunque quell'uva non è mero frutto di un terreno ma già di un *terroir*. Ora ci si chiede: ciò vale anche per gli altri prodotti della terra? Si tratta di una distinzione importante, che differenzia sensibilmente prodotti semplici e complessi, i quali godono, in definitiva, di percentuali differenti di contributo umano e naturale senza che ciò debba portare ad escludere ad alcuno la propria “*terroirialità*”. Sicuramente, l'evoluzione che porterà a trasformare il frutto della vite in bevanda alcolica differenzia i prodotti che richiedono una lavorazione ulteriore da quelli “freschi” (semplici). “Il vino è l'interpretazione umana dell'uva”, diceva Giacomo Tachis, celebre enologo da poco scomparso. Tale concetto spiega l'importanza dell'uomo e della sua cultura in questa nuova e diversa fase. Inoltre, “nell'interpretazione” possono entrare numerose idee, legate in modo maggiore o minore alla filosofia di *terroir*. Qui, la complessità della questione sfuma da un'interpretazione quanto più fedele al territorio, fino ad una standardizzazione del gusto “internazionale” per coinvolgere più segmenti di mercato. E, in mezzo, il *maremagnum* delle tecniche produttive: fatte di natura con o senza chimica; di invecchiamento con o senza trucioli; di biodinamico, biologico o convenzionale.

L'attività di trasformazione di una materia prima è, talvolta, mestiere più apprezzato della stessa origine geografica e del *know how* necessario alla fase di coltivazione. Sganciamo fittiziamente il *terroir*-umano da quello naturale e pensiamo pure ad altri settori agroalimentari: pasta, cacao, caffè, birra. Le diverse fasi che conducono al prodotto finale,

⁹⁹ L'eventualità che un nome tutelato con DOP o IGP diventi generico non è ammessa in diritto. Si veda a tal proposito l'art. 13, par. 2 del Reg. 1151/2012: “Le denominazioni di origine protette e le indicazioni geografiche protette non diventano generiche.” Tale fenomeno può considerarsi speculare a quello della volgarizzazione di un marchio a seguito della perdita della sua capacità distintiva. La disciplina dei marchi tende ad evitare tale situazione: si veda l'art. 13, co. 4 del codice della proprietà industriale.

quali la selezione della materia prima, il procedimento di tostatura, di miscelazione, le tecniche di impasto, di essiccazione, di macinazione *etc.* esprimono un valore aggiunto di primaria importanza. La rinomanza che nutrono il caffè e la pasta italiana o il cioccolato e la birra belga dipendono in buona parte da queste procedure, da questo saper fare dell'uomo, dal *know how*, anche se l'origine della materia, per ragioni commerciali o climatiche, non proviene dal luogo di trasformazione. Questo, che tecnicamente non potrebbe considerarsi come *terroir*, alla luce delle definizioni prodotte in precedenza, provoca alcuni interrogativi. Siamo stati abituati a pensare il *terroir* come un insieme inscindibile nei suoi elementi costitutivi. Gli esempi richiamati ci forniscono l'occasione di ragionare più apertamente sulla costruzione di un prodotto di qualità e di *terroir*. Quali sono e da cosa dipendono le migliori espressioni di pasta, caffè, cioccolato o birra? Dalla materia prima e dal suo luogo di coltivazione o dalla tecnica di produzione e lavorazione? Probabilmente dall'insieme di queste cose, ragion per cui, anche attraverso i segni distintivi che il diritto mette a disposizione si potrebbe distinguere una DOP quando una pasta viene fatta da una comunità che storicamente coltiva il grano locale, lo lavora e lo trasforma (magari godendo di una particolare brezza che favorisce la fase di essicamento); una IGP quando i chicchi di caffè o le fave di cacao provengono da una determinata e controllata zona vocata, ma lavorate e trasformate altrove ottenendo l'espresso italiano o il cioccolato piemontese o belga;¹⁰⁰ una STG per tutelare i particolari metodi tradizionali per produrre una determinata birra.

1.6. Implicazioni: filosofiche, etiche, sociali

Tra i due “luoghi” sopra studiati, emergono implicazioni, riflessioni, concetti declinabili organizzativamente sotto diversi “titoli”; emerge un bene che unisce elementi alienabili e non, patrimoniali e non, materiali e non, un bene che è spesso personificato, come un figlio che nasce dalle mani e dalla testa dell'uomo e dal grembo della terra: il prodotto.

1.6.1. L'unione fa la forza

Si può considerare *terroir* come la sintesi di un luogo d'origine “fisico” ed uno “antropologico”. Tale relazione costituisce la base della forza o debolezza di un distretto prima e di un prodotto poi. Ma questa, ancor prima, differenzia tali prodotti agroalimentari dalle grandi eccellenze artigianali. Queste ultime legano la loro rinomanza “solo” (o quasi) al secondo “luogo”, ossia al fattore umano e ad un prodotto frutto di una storia, di un'arte e di una cultura. Si pensi appena al Vetro soffiato a caldo di Murano, al sapone di Marsiglia,

¹⁰⁰ Qui la questione potrebbe diventare se l'IGP debba recare il nome geografico del luogo di origine della materia prima, del luogo in cui si trasforma o, inventandosi una nuova modalità, l'insieme dei due.

all'acqua di Colonia. Prodotti che si legano anch'essi al nome del luogo di produzione, ma che evidentemente non sono connotati da esso come avviene per i prodotti agroalimentari.¹⁰¹ A metà strada sta l'esempio richiamato poco sopra, dato cioè da eccellenze artigianali che trasformano un prodotto alimentare coltivato altrove, unendo la propria sapienza e abilità: nasce così il caffè e la pasta italiana o il cioccolato e la birra belga. L'evoluzione consequenziale della questione porta alla seguente riflessione: tale complessa, variegata origine antropologica è facilmente “separabile” dal luogo d'origine naturale, senza che i prodotti in questione vengano snaturati. Da sempre, infatti, l'uomo è portato a viaggiare, divulgando il proprio sapere e le proprie tecniche, il *know how*.

Si potrebbe pensare, quindi, che un prodotto definito “artigianale” possa essere replicato in modo identico ovunque. A maggior ragione, oggi, in un periodo storico in cui la delocalizzazione dell'azienda e la standardizzazione dei prodotti sembrano aver preso il sopravvento. L'antica abilità degli artigiani di Murano potrà benissimo espandersi con i soggetti competenti. La tecnica nel produrre auto, nel lavorare il pellame *etc.*, potrà tranquillamente essere spostata in luoghi più “convenienti”. La medesima situazione può verificarsi con le eccellenze artigiano-alimentari richiamate. Ora, attenzione, tale “fuga” di *know how* si potrà verificare con i produttori di eccellenze tipiche agroalimentari quali vino, olio, formaggio. E, azzardando, la stessa situazione si potrebbe verificare con produttori di eccellenze “semplici” come mela, pomodoro, pistacchio. Ma questa estremizzazione ci permette di capire che ciò che non può viaggiare con il *know how* è un determinato, vocato, territorio. Ciò che non può fare l'uomo è portare con sé la terra, con i suoi paesaggi, il suo clima, il suo terreno che contribuiscono a rendere particolare un frutto, la sua idea e costruzione. Non tutta l'Italia ha l'ambiente pedoclimatico e socioeconomico idoneo e peculiare per la mela come la Val di Non o l'Alto Adige; così per il pistacchio come le pendici dell'Etna, e Bronte in particolare; così per il pomodoro come le pendici del Vesuvio o Pachino. I produttori di queste zone non potrebbero replicare, seppur con le loro conoscenze secolari, il prodotto in questione in altre zone d'Italia o del mondo. Così, le conoscenze enologiche per fare un vino “fatto bene” ne permettono la produzione in tutto il mondo (o almeno, nella fascia di paralleli ove la natura lo consente), ma la storia, la comprensione del territorio e l'ambiente medesimo non possono essere esportati.¹⁰² Detto altrimenti, la tradizione storica di questi “produttori” non è un mero bagaglio di tradizioni, quanto piuttosto il risultato di una continuità di sperimentazioni empiriche e localizzate, condotte secondo modalità riconducibili a condizioni geografiche, sociali ed economiche

¹⁰¹ Si pensi agli effetti indotti sul consumatore dalle seguenti origini imprenditoriali o legate ad una trasformazione ad opera dell'uomo: auto “tedesche”, orologi “svizzeri”, pellame “toscano”, ceramiche “di Sassuolo” e così via.

¹⁰² Degne di nota in tal senso sono le vicende giurisprudenziali dell'Aceto balsamico di Modena, che hanno contribuito ad evolvere la materia e l'ambito di tutela. Anticipando ciò che sarà approfondito più avanti, si allude alla diversa interpretazione da parte del Tribunale e del Consiglio di Stato della modalità tecnica di produzione: strettamente legata ad un territorio contro un'esportazione astrattamente ovunque possibile di tecnica e quindi prodotto. Le seppur percettibili somiglianze gustative del prodotto non dovrebbero condurre ad un annullamento delle tradizioni e della reputazione consolidata nel tempo tra luoghi, produttore e consumatori.

determinate e irripetibili. L'unione fa la forza. Una storia di innovazione collettiva che risulta non trasferibile per la sua complessità evolutiva e che merita di essere tutelata.

Ecco perché, per evitare critiche e omologazione, si potrebbe puntare sull'espressione del territorio. Ecco che l'unicità e la diversità di tali prodotti rende impossibile una replica pedissequa attraverso l'insegnamento o il trasferimento di una cultura. Ed è qui che il toponimo esprime tutta la sua forza comunicativa, rilevando l'unicità e l'appartenenza del distretto, del *terroir*. Questi “segni” narrano la storia del prodotto, il suo valore, esprimendo la forza della comunità. Essi rappresentano “una cultura, la cui memoria, se non fosse raccontata, appunto, attraverso il toponimo si perderebbe con lo scorrere del tempo, mentre la sua estrinsecazione e “narrazione” attraverso il segno consentono di acquisire e mantenere una clientela attratta dalla reputazione del luogo e dalla fama della comunità produttrice che sono espressi nel nome. I toponimi diventano i segni dei prodotti tipici della tradizione alimentare e del prestigio di un Paese”.¹⁰³

Ma non è tutto. È possibile introdurre, a questo punto, altri luoghi, costitutivi o alternativi che dir si voglia, che l'evoluzione storica di *terroir* porta con sé e di cui si serve per provare a “vincere” nel mercato. Sono i luoghi degli altri attori sociali, di primaria importanza per la forza di un *terroir*. Abbiamo visto il luogo da dove viene il prodotto, quale sintesi di un'origine naturale e una umana. Ora ci stiamo riferendo al luogo di chi studia, promuove, comunica, esporta, acquista quel prodotto: dalle istituzioni governative, agli enti di sviluppo e ricerca, dai geologi ai sociologi, dai giuristi agli economisti, dai produttori ai consumatori, dai distributori ai venditori. Le figure che si interessano a questa dimensione contribuiscono a creare un sistema distintivo, tanto più forte quanto più vi è coesione e comunicazione efficace, plasmando un *terroir* sociale, uno economico, uno giuridico. Così la dimensione del *terroir* accentua la propria complessità evidenziando un sistema di relazioni tra attori, pratiche e spazio connotante un prodotto.

1.6.2. Identità

Il presente lavoro trae origine anche dall'interesse suscitato da una potente riflessione sviluppata in una giornata di studio svoltasi ormai più di 15 anni fa, ma i cui contenuti sono ancora attuali e significativi.¹⁰⁴

In apertura di giornata, Giuseppe De Rita, allora Presidente del CNEL si chiede quale sia la differenza tra produttori agricoli e industriali. La risposta sta nel processo circolare che lega l'uomo al prodotto e al territorio; un “fare territorio” che va necessariamente valorizzato per manifestare una propria ed unica identità attraverso il distretto e la filiera,

¹⁰³ A. Germanò, *La regolazione dell'origine e della provenienza nel mercato globale*, in M. Goldoni, E. Sirsi, (a cura di) *Il ruolo del diritto nella valorizzazione e nella promozione dei prodotti agro-alimentari*, *Atti del Convegno Pisa 1-2 luglio 2011*, Giuffrè, 2011, 77.

¹⁰⁴ Giornata di studio svoltasi a Firenze il 16/11/1999, *I segni del territorio. L'identità agricola come regola e come risorsa, nello spazio rurale e nel mercato globalizzato*, in *Quaderni dell'Accademia dei Georgofili*, 1999-III, Firenze, Studio Editoriale Fiorentino, 2000.

unitariamente. E tale identità, richiamando Heidegger, non è nel soggetto, ma nella relazione con gli altri, considerata come un'uscita dal sé per andare verso l'altro (detta ospitalità) e così poter manifestare le proprie diversità, tipiche dell'arcipelago.¹⁰⁵

Ferdinando Albinini, insigne giurista che formula qui il contributo più importante ai nostri fini, chiedendosi se il territorio possa farsi regola ed esprimere canoni regolatori, conferma l'impostazione di De Rita, aggiungendo: “l'agricoltura, da sempre, è attività che esprime il rapporto dell'uomo con l'ambiente naturale, attraverso un fare che è anzitutto un curare, dare forma e finalità unitarie e armoniose a un complesso insieme di elementi. Sicché il prodotto del lavoro in agricoltura non è il solo bene separato e individualizzato che percorre il proprio cammino dai campi alla tavola, ma è piuttosto il faticoso percorso attraverso il quale le risorse naturali assumono e mantengono peculiari caratteristiche produttive”.¹⁰⁶ In questo senso i “segni del territorio” esprimono sia il territorio così come creato dall'uomo, sia i prodotti caratterizzati da quel territorio. Ecco dunque chiaramente visibile quel processo circolare, in cui “il territorio esprime segno e identità dell'opera dell'agricoltore, ed a sua volta imprime segno ed identità nel singolo prodotto che – staccato dal fondo e immesso nel mercato – porta con sé una sorta di bandiera di appartenenza”.¹⁰⁷

Questa idilliaca riflessione rimanda al concetto di dignità già affrontato e ci fa capire come la distintività del prodotto finale non possa essere ridotta a mera qualità oggettiva, asettica e scientificamente provata, ma c'è di più, molto di più.¹⁰⁸ Ciò porta inevitabilmente a chiedersi (o a richiedersi), se il *terroir* e il sistema che vi sta attorno debba essere considerato un luogo di nicchia o possa essere valorizzata come luogo comune, principio ispiratore di un nuovo modo di relazionarsi con l'ambiente.

Infine, questo *terroir* esprime un luogo non solo fisico, quanto morale, un luogo dello spirito, dove chi viene a contatto possa identificarsi con quei valori. Il complesso tema di questa “identità distintiva” ha notevoli risvolti pratici nel mondo commerciale e giuridico. Nel primo basta accennare a come venga percepita quale *asset* di notevole valore economico e di immagine; nel secondo si rimanda alle indicazioni geografiche come strumento di protezione di tali identità.

1.7. Il *terroir* dal punto di vista giuridico: cenni introduttivi

Sarebbe stato tutto più semplice e sicuramente meno stimolante.

¹⁰⁵ Cfr. M. Cacciari, *L'arcipelago*, Adelphi, 1997. In particolare, il riferimento è alla metafora tra la tundra e l'arcipelago come espressione, rispettivamente, di una cultura piatta e uniforme ed una variegata e differente (area del Mediterraneo).

¹⁰⁶ Albinini, *op. cit.*, 18-19.

¹⁰⁷ Albinini, *op. cit.*, 19.

¹⁰⁸ Lo stesso Albinini porta alcuni esempi di cattiva legislazione in cui si è approcciato alle dinamiche territoriali senza la lettura unitaria che esso richiederebbe, ma con “netta separatezza”.

Non esiste una nozione prettamente giuridica che definisca il *terroir* né in Francia, né altrove. Probabilmente si era già capito e, forse, non c'è da meravigliarsi.

Compito primario del giurista è l'interpretazione del diritto e *in primis* dell'elaborazione normativa. Ove quest'ultima manchi, o pecchi di sistematicità e coerenza, sarà lo stesso interprete a ricucire le lacune attraverso idonei strumenti, come ad esempio quello fornito dal Codice civile, all'articolo 12 delle preleggi. È ciò che cerchiamo di fare con il presente lavoro: ricostruire una dimensione giuridica, quella del *terroir*, valorizzando *in primis* le norme che più o meno (in)direttamente ad esso rimandano. E non sono poche in un periodo di fermento politico, economico e sociale come quello attuale, in cui le dinamiche in materia alimentare ottengono attenzione e risonanza sempre maggiore. Il dato normativo non esaurisce, in ogni caso, la dimensione giuridica di un problema, posto che l'attività giurisprudenziale, sempre più variegata e creativa, ne impone una lettura critica.

Perché, quindi, il diritto si interessa o dovrebbe interessarsi al *terroir*?

Il crescente, diffuso interesse che la società nutre nei confronti del cibo (*lato sensu*), nelle sue dinamiche territoriali e ambientali deve spingere il giurista a comporre in una visione coerente e rispettosa le dinamiche che sottendono ad essi.

“Antropologi, sociologi, economisti, storici, con autorità e competenza da sempre si occupano di una compiuta lettura dei segni del territorio e tentano di comprenderne i messaggi. Per il diritto, invece, la dimensione territoriale dell'agricoltura è a lungo sembrata esaurirsi in una sorta di presupposto necessario ma irrilevante, semplice rinvio allo spazio fisico in cui è collocata l'impresa agricola. Questa serena indifferenza del giurista (almeno del giurista del dopoguerra) verso il territorio rurale è oggi incalzata da fenomeni, la globalizzazione del mercato anzitutto, che sembrerebbero muovere nel senso della delocalizzazione della produzione e della svalutazione della collocazione territoriale, e che in realtà sottolineano il peso delle regole e impongono una riflessione, con gli strumenti del diritto, sul modo di porsi, sui contenuti e sulle relazioni di queste regole”.¹⁰⁹

Il pensiero critico è rafforzato da alcuni chiari esempi (che lo stesso Autore riporta), di interventi politici basati su una logica di mera separatezza e non di relazione, unitaria, come auspicato. Dalle politiche agricole a quelle di mercato, dalle legislazioni del Codice civile alla Costituzione, l'attenzione al territorio e alla dimensione agricola si manifestava in termini materiali e fungibili, senza riconoscere identità ma solo qualche “eccezione straordinaria”.¹¹⁰

Questi presupposti portano infine Albisinni a riconsiderare la parola “territorio” sotto una veste più dignitosa, come “*territorium urbis*”, che già dai romani identificava il territorio annesso alla città, in una dimensione di appartenenza: due entità viventi che ricevono identità vicendevolmente. La città, da un lato, era luogo strategico dello scambio commerciale, dall'altro, era un'entità politico-amministrativa che governava e rappresentava un territorio, comunicando e pubblicizzando i propri beni e la propria cultura attraverso i quali riceveva pregio e profitto. Ciò dovrebbe valere anche oggi, senza che la potenziale

¹⁰⁹ *Ibidem*, 17.

¹¹⁰ *Ibidem*, 20-30.

“mancanza di luoghi” nel mercato globale possa vincere il valore del territorio e la sua comunicazione di identità.

Cominciamo, dunque, ad introdurre il legame giuridico che connota la relazione tra diritto e *terroir*, tenendo ferma la consapevolezza dell'importanza di quanto detto precedentemente. La legge e il diritto, infatti, per essere formulati e interpretati, studiati e analizzati necessitano anzitutto dell'inquadramento e della comprensione del problema.

Da notare, infine, che *terroir*, per la sua intrinseca complessità e difficoltà di definizione non viene quasi mai utilizzato nel lessico giuridico. Quando, però, ci si riferirà al *milieu (géographique)*, all'origine e alla provenienza, alle indicazioni geografiche e denominazioni di origine ci si avvicinerà ad esso, traendo indicazioni utili ad una sua “ricostruzione”.

1.7.1. Diritto alimentare e *terroir*

Proseguendo “per gradi”, giungiamo a confrontarci con la branca del diritto che si occupa da un punto di vista privilegiato di *terroir*, il diritto alimentare.

Partiamo da lontano e poniamoci la seguente domanda. Con riferimento a tale branca del diritto, relativamente nuova, possiamo parlare di autonomia? E di interdisciplinarietà? La risposta, affermativa per entrambe, richiede un breve commento. Se è vero, come da più parti sostenuto, che di autonomia di un ramo del diritto si possa parlare “qualora esso sia campo di creazione di norme ispirate da principi peculiari comuni e campo di interpretazione retto da tecniche diverse da quelle prevalenti nei settori contigui”,¹¹¹ non pare esserci dubbio che il nostro caso sostenga tali caratteristiche. Già solo la scelta dell'Unione europea di definire un livello di regolazione uniforme in materia, ha segnato il passaggio da una legislazione, frammentata, alimentare ad un diritto alimentare come sistema. E poi basti pensare alle specificità di regole, principi, approcci e contenuti adottati a partire dal regolamento CE 178/2002; fino ad arrivare oggi con un bagaglio normativo, dottrinale e giurisprudenziale di notevole corpo e complessità.

Accanto a tale autonomia, che di per sé non significa nulla più che una giustificazione, l'interdisciplinarietà.¹¹² Tornando a parlare per un attimo di disciplina, ricordiamo le parole spese in avvio per ribadire la bontà di un concetto che, ora più che mai, esprime le sue potenzialità: “disciplina che disciplina non è”. Infatti, il diritto alimentare tende ad uscire dai rigidi schemi disciplinari per relazionarsi con gli altri (per fare degli esempi concreti, incontra il diritto: commerciale, per quanto riguarda il tema dei segni distintivi e in particolare delle indicazioni geografiche;¹¹³ penale, in relazione alle fattispecie

¹¹¹ Cfr. G. Falsitta, *Corso istituzionale di diritto tributario*, Cedam, 2012, 6.

¹¹² Interdisciplinarietà qui intesa come concetto che valorizzare il rapporto aperto e dialogico tra diritto alimentare e le altre branche del diritto (interdisciplinarietà “interna”).

¹¹³ A titolo di esempio si veda il Codice della proprietà industriale introdotto in Italia con decreto legislativo 10 febbraio 2005, n. 30.

criminose che mettono in pericolo la salute pubblica¹¹⁴ o la correttezza dei rapporti commerciali;¹¹⁵ civile, dal punto di vista della responsabilità da prodotto difettoso¹¹⁶ e molto altro ancora) e conseguentemente ragionare “per problemi”.

Da queste considerazioni, autonomia e interdisciplinarietà, si può notare la intrinseca relazione tra diritto alimentare e *terroir*.

Se, in generale, il primo “tende a identificare la relazione che - nella più ampia delle accezioni possibili - s'instaura fra regole giuridiche e l'insieme dei processi produttivi e di consumo atti a soddisfare i bisogni dell'alimentazione umana”,¹¹⁷ nel caso specifico che a noi interessa, il secondo, trova qui la dimensione ideale. In particolare nel segmento dell'unicità-qualità, espressione delle politiche che puntano sul “luogo” quale fattore distintivo, coinvolgendo, da un lato, l'intera filiera produttiva (“*from farm to fork*”) e tutelando, dall'altro, una dimensione immateriale spontanea e fisiologica.

Diritto alimentare che, in definitiva, si occupa di comprendere e tradurre in fonti normative la complessa relazione sottesa al *terroir*, quella cioè che lega la cultura locale al proprio territorio e prodotto.

Quali, dunque, le norme oggetto di indagine? Esse coinvolgono la dimensione normativa nazionale, internazionale e soprattutto sovranazionale, perché un dato imprescindibile dell'odierna realtà giuridica è l'appartenere volontariamente ad una organizzazione sovranazionale il cui diritto si pone in posizione di preminenza rispetto alle fonti nazionali: da un lato, affiancando i dettami costituzionali (diritto c.d. primario) e, dall'altro, prevalendo sulla legge interna nella piramide gerarchica delle fonti (regolamenti su tutti).¹¹⁸

L'argomento in esame che, come abbiamo più volte ripetuto, incontra numerose “discipline”, trova un terreno privilegiato all'interno della politica agricola comune e nelle sue ramificazioni. La base “costituzionale”, *ex art. 38 TFUE e ss.*, vede un potere dell'Unione molto forte nella definizione e attuazione delle politiche agricole, in quanto rientra nelle competenze legislative “concorrenti” tra Ue e Stati membri.¹¹⁹ Regolamenti di

¹¹⁴ Si veda il Codice penale italiano in relazione agli artt. 439, 440, 442, 444 che trattano l'adulterazione, la contraffazione e la corruzione di sostanze alimentari.

¹¹⁵ Si veda ancora il Codice penale *ex artt.* 515 e ss.

¹¹⁶ Si veda infine il Codice del consumo agli artt. 114 e ss.

¹¹⁷ M. Ferrari, U. Izzo, *Diritto alimentare comparato. Regole del cibo e ruolo della tecnologia*, Bologna, Il mulino, 2012, 9.

¹¹⁸ Rimandiamo per una più ampia informazione sul rapporto tra fonti interne e sovranazionali a R. Adam, A. Tizzano, *Lineamenti di diritto dell'Unione Europea*, 2 ed. Torino, Giappichelli, 2010, 111 ss, e alle sentenze storiche della Corte Costituzionale (ad es. Granital, 1984) e della Corte di Giustizia (Simmenthal, 1978).

¹¹⁹ Cfr. Costato, *Il nuovo titolo dedicato all'agricoltura nel TFUE*, in *Rivista di diritto agrario*, 2011, 2, 119. Si ricorda che ai sensi dell'art. 2, co. 2, TFUE, nelle materie di competenza concorrente “gli Stati membri esercitano la loro competenza nella misura in cui l'Unione non ha esercitato la propria”. Inoltre “gli Stati membri esercitano nuovamente la loro competenza nella misura in cui l'Unione ha deciso di cessare di esercitare la propria”. Le ultime vicende giurisprudenziali fanno emergere le difficoltà di questo potere condiviso, non sempre lucidamente interpretabile.

primaria importanza saranno tanto quello sulla qualità e le certificazioni¹²⁰ quanto quello sull'organizzazione comune dei mercati (comprensivo di sostegno al tessuto sociale rurale);¹²¹ ma anche la normativa in materia di informazione sugli alimenti,¹²² piuttosto che quella sul *greening*.¹²³ Senza dimenticare che, in un mondo globalizzato, le norme valevoli in ambito europeo devono essere riviste e negoziate nel più ampio mondo internazionale, per evitare di vanificare quanto di buono “fatto in casa”.

Il cuore del nostro lavoro verterà quindi sull'analisi del fenomeno giuridico-economico-sociale che porta il nome di indicazioni geografiche (IG) e denominazioni di origine (DO). Anche da un punto di vista strutturale, su tre capitoli, quello centrale sarà ad esclusiva indagine di queste che, per molti, costituiscono la traduzione giuridica del *terroir*. La complessità, anche strutturale, della questione impone di partire da lontano.

1.7.2. “Giuridificazione” dell'immateriale¹²⁴

In questo paragrafo approfondiremo la considerazione dello spazio giuridico attuale e la direzione politica intrapresa negli ultimi anni.

Verranno variamente implicati il diritto alimentare, il diritto della proprietà intellettuale e il diritto commerciale, nella misura in cui esigenze di natura prevalentemente socio-economiche, hanno determinato conseguenze giuridiche di comune interesse. Sarà utile riflettere, in particolare, sull'inquadramento giuridico di DO e IG quali “nuovi” beni immateriali, valorizzandone distinzioni dalla “proprietà” tradizionalmente intesa e specificità dagli altri diritti su beni immateriali medesimi.

Innanzitutto vediamo brevemente che cosa significhi diritto della proprietà intellettuale ed il suo oggetto, i beni immateriali.

La locuzione “proprietà intellettuale” ha origini anglosassoni ed è, infatti, un'elementare e pericolosa traduzione di “*intellectual property*”.¹²⁵ Al di là di indubbe affinità terminologiche la formula è connotata da significati propri, più ampi, e talvolta nemmeno riconducibili alla traduzione letterale operata in diversi paesi di tradizione civilistica. Senza entrare nei meandri di *Real e Personal Property, Trust e Equity, Ownership e Estates*, il punto che va evidenziato è che l'uso del termine proprietà nell'area dell'immateriale appare fuori luogo se non correttamente specificato e non va assimilato acriticamente alla tradizionale proprietà *ex artt. 810 e ss del Codice civile*. Se, infatti, a livello teorico “proprietà” fa riferimento al “diritto di godere e disporre delle cose in modo pieno ed esclusivo” facente capo ad un soggetto, assai differente appare il punto di partenza che connota le due

¹²⁰ Reg. 1151/2012.

¹²¹ Reg. 1308/2013.

¹²² Reg. 1169/2011.

¹²³ Reg. 1307/2013.

¹²⁴ Espressione tratta da: G. Resta, *Nuovi beni immateriali e numerus clausus dei diritti esclusivi*, in G. Resta (a cura di), *Diritti esclusivi e nuovi beni immateriali*, Torino, Utet, 2010.

¹²⁵ Cfr. U. Izzo, *Alle origini del copyright e del diritto d'autore. Tecnologia, interessi e cambiamento giuridico*, Roma, Carocci, 2010.

situazioni in esame. Avendo richiamato l'oggetto del diritto di proprietà, le cose, proviamo a definire i beni immateriali quali “entità intangibili costruite dal sistema socio-economico come risorse atte a generare utilità (ed a soddisfare interessi di natura patrimoniale) e tuttavia connotate da un incerto regime di appartenenza”.¹²⁶ Il punto in comune, nonché critico, di tali “realtà intangibili” è l'essere idee, creazioni partorite dall'ingegno, dall'intelletto dell'uomo, suscettibili di utilizzazione diffusa e contemporanea, una volta che essa sia resa conoscibile. Se prendiamo come riferimento opposto il diritto di proprietà immobiliare, possiamo agevolmente comprendere come i due modelli siano profondamente differenti. Non solo si tratta di *res* diverse da un punto di vista corporale, ma soprattutto differenti sono le modalità di soddisfacimento dei bisogni: è costitutivo, detto altrimenti, il diverso rapporto con la scarsità.

Da un lato, con riferimento all'esempio appena citato, troviamo una scarsità esistente in assoluto per una porzione di realtà materiale intrinsecamente irriproducibile, che fa pensare ad un bene concorrenziale ed esclusivo. Dall'altro, la peculiare, astratta natura dei beni rende impossibile parlare di scarsità originaria e anzi ne fa, all'opposto, un bene inclusivo, non concorrenziale, indivisibile.

Questa premessa fondamentale conduce allora a osservare i modelli di allocazione e sfruttamento di tali forme di ricchezza. Se nel primo caso la scarsità oggettiva del dato materiale viene coniugata con la scarsità dei beneficiari così da configurare “siffatti beni in termini di beni a fruizione diretta esclusiva per i soli titolari: beni, come tali, considerati “rivali” nella misura in cui le utilità derivanti dal loro godimento sono limitate, per cui l'assegnazione a qualcuno comporta il sacrificio di tutti gli altri”,¹²⁷ nel secondo la questione è più problematica e interessante, sia per la particolare natura dei beni in oggetto, sia per la (relativamente) recente proposizione della questione.

Che la creatività fosse un'importante fonte di ricchezza e avesse a che fare con la politica, già in epoche antiche lo si sapeva (basti por mente al periodo di Roma Imperiale con la figura di Mecenate e all'attività da lui svolta, che ancora oggi prende il suo nome). Solo pochi secoli fa è iniziato un dibattito giuridico sui beni intellettuali che ha coinvolto menti eccelse e grandi giuristi.¹²⁸ Un dibattito che arriva ai giorni nostri, ma che nasce in epoca rinascimentale, in cui si tenta per la prima volta di regolare il processo creativo. I casi pratici che offrono il destro per un lavoro ragionato vedono inizialmente proporsi la problematica del brevetto, o meglio, dei suoi antecedenti quali i privilegi veneziani (sintetizzando, esclusive per lo svolgimento di attività commerciali in regime di monopolio);¹²⁹ passando poi per le dispute inglesi e francesi di metà XVI° secolo sulle

¹²⁶ G. Resta, *op. cit.*, 4.

¹²⁷ A. Jannarelli, “Proprietà”, “immateriale”, “atipicità”: i nuovi scenari di tutela, in G. Resta (a cura di), *Diritti esclusivi e nuovi beni immateriali*, Torino, Utet, 2010, 103.

¹²⁸ Solo per fare qualche nome, da Locke a Blackstone, da Thomas Jefferson a John Marshall, da Alfred de Vigny a Victor Hugo, da Kant a Fichte.

¹²⁹ Si pensi al privilegio concesso nel 1332 dal Maggior Consiglio della Repubblica di Venezia per la costruzione dei mulini a vento o a quello concesso nel 1469 a *Johann Speyer* per l'esercizio in esclusiva dell'attività di stampa nel territorio veneziano.

forme di tutela del diritto d'autore e del *copyright* (sempre sintetizzando, un'esclusiva, limitata temporalmente sulla forma espressiva di un'opera originale frutto dell'ingegno umano).

Diritto d'autore/*copyright* e brevetto rappresentarono un terreno fertile di accese dispute in cui l'elemento comune era costituito dalla battaglia di argomenti tra diritto di esclusiva e quello di accesso.

Tra questo bianco e nero, un'infinita scala di grigi, per trovare l'equilibrio migliore che potesse garantire, da un lato, un equo compenso al “creatore” e, dall'altro, la libera fruizione della cultura e conoscenza da parte del pubblico, valorizzando e incentivando, nel contempo, il flusso di quel processo creativo che sta alla base dell'innovazione.

Riprendendo il “secondo” caso lasciato in sospeso, abbiamo gli strumenti per capire come l'immaterialità di tali beni, una volta resi disponibili, crei infinite possibilità di utilizzo simultaneo, condiviso, non rivale, inesauribile, in modo diametralmente opposto all'esempio proposto della proprietà immobiliare. Come, dunque, il diritto ha risolto il problema? Lo scienziato, il musicista, lo scrittore e le opere del loro ingegno in che modo ricevono tutela? E dall'altra parte, i beneficiari, potenzialmente illimitati, secondo quali criteri possono fruire dell'opera? La risposta sta nel bilanciamento, lo rimarchiamo, tra un'utilizzazione della creazione intellettuale potenzialmente illimitata e l'incentivo al processo creativo. Tale incentivo si sostanzia in una privativa concessa alla persona che ha partorito quella specifica idea innovativa. L'intervento legislativo mira dunque a creare una scarsità artificiale a fronte della mancanza di tale caratteristica, come premio dell'opera e incentivo del processo creativo. A bilanciare tale diritto si affianca (spesso) un limite temporale e di ampiezza. Con il primo s'intende puramente la durata, in termini di anni, della privativa;¹³⁰ con il secondo il reale perimetro di tutela.¹³¹ L'esclusiva o privativa esprime un diritto importante, lo *jus excludendi alios*, ossia quel potere, in negativo, che permette al titolare del diritto di vietare a terzi determinati usi della *res incorporalis*.

Veniamo ora al modello di allocazione di tali risorse immateriali. Se fino a 50 anni fa le battaglie dottrinali e giurisprudenziali erano assidue nel limitare le privative, cercando un temperamento di interessi, per cui la libertà dell'uso delle risorse intangibili fosse comunque la regola a fronte dell'eccezione data dalle esclusive, negli ultimi anni il paradigma sembra essersi capovolto in modo preoccupante, tanto da far parlare alcuni autori di una “deriva protezionistica” della proprietà intellettuale.¹³² Lo stesso termine - proprietà - viene invocato come concetto avente particolare forza legittimante, al fine di ampliare e rafforzare le esclusive contro gli spazi, sempre più angusti, di libera utilizzazione. Questi e altri argomenti conducono i sostenitori delle privative ad additare tale politica come l'unica conforme ai canoni di efficienza e giustizia, introducendo nella realtà giuridica “una radicale discontinuità rispetto ad una storia normativa da sempre caratterizzata

¹³⁰ Ad esempio, 20 anni per il brevetto per invenzione; 70 anni per la tutela del diritto d'autore e così via.

¹³¹ Si pensi ad esempio alla differenza tra idea e forma espressiva nel diritto d'autore.

¹³² Cfr. Resta, *op. cit.*, 16 ss.

dall'attenta ricerca di un ragionevole equilibrio tra i diversi interessi in conflitto”.¹³³

Per arrivare al nostro fine, dobbiamo compiere un passo ulteriore, che consiste nel capire come mai da brevetti e diritto d'autore si possa arrivare a parlare di segni distintivi, marchi prima e DO e IG poi, sotto la lente comune della proprietà intellettuale.¹³⁴ Nel saggio citato, Matteo Ferrari offre tre chiavi di lettura per sottolinearne l'inclusione dei marchi; detto in altre parole, testimonia un ragionamento analogico fondato su tre argomenti: storico, socio-economico e pratico. Il ragionamento analogico sta nell'estensione delle regole previste per *patents*, *copyright* e *design* a tale segno distintivo. Gli argomenti preposti riguardano da un lato il “ritardo” con cui la questione dei marchi si è prospettata rispetto ai “tradizionali” diritti immateriali; dall'altro, il sistema socio-economico ottocentesco, in cui il modello proprietario era predominante; infine esigenze pratiche che portavano gli utilizzatori di marchi ad usare tale disciplina in assenza di tutela normativa *ad hoc*. Lo stesso ragionamento analogico porta poi ad estendere tale cornice normativa alle DO e IG.¹³⁵

Arrivati a questo punto, centrale, ci poniamo la seguente domanda: qual è l'oggetto di tali diritti di proprietà intellettuale? Dove sta l'immaterialità delle *res incorporales* e il relativo rapporto con la scarsità? Si potrebbe ravvisare, in un primo momento, un controsenso derivante dall'evidente fisicità di una persona fisica o di un luogo.

Se, per i marchi, l'imbarazzo può vincersi¹³⁶ richiamando la personalità/creatività dell'imprenditore che idea il segno,¹³⁷ più complicato appare per i toponimi legati ad un luogo reale che vuole comunicare un'appartenenza tra il luogo fisico e quello umano (collettivo).

Ora, se è vero che tali segni distintivi costituiscono la traduzione giuridica del *terroir*, è arrivato il momento per unire i concetti.¹³⁸ Vediamo emergere un *terroir* che, a dispetto del suo DNA di nascita e sviluppo, (che riunisce alcuni punti fermi oggettivi come la terra, il

¹³³ *Ibidem*, 19, nota 58.

¹³⁴ Per una disamina critica ed esaustiva si veda M. Ferrari, *La dimensione proprietaria delle indicazioni geografiche. Uno studio di diritto comparato*, in *Collana della Facoltà di giurisprudenza dell'Università degli Studi di Trento*, Napoli, Editoriale Scientifica, 2015. L'uso onnicomprensivo del termine proprietà intellettuale è divenuto problematico. Se i diritti ricompresi sotto tale termine sono sempre in maggior numero, allo stesso modo lo sono le specificità di ognuno. Disquisendo sui differenti scopi e funzioni tra brevetti o diritto d'autore e marchi, Jannarelli arriva alla “conclusione secondo la quale [...] l'intellectual property non costituisce una categoria omogenea”. (A. Jannarelli, *op.cit.*, 126, nota 80).

¹³⁵ Che le indicazioni geografiche costituiscano una forma di proprietà intellettuale è visibile dalla convergenza in tal senso dei formanti del diritto (legislazione, giurisprudenza e dottrina).

¹³⁶ È vero anche che “l'associazione tra marchi e proprietà è il frutto di un processo storico nel quale si è sempre data la presenza di resistenze o ricostruzioni alternative”. (M. Ferrari, *op. cit.*, 132 ss.).

¹³⁷ Cfr. B. Sherman, L. Bently, *The making of modern intellectual property law. The British experience 1760-1911*, Cambridge, 1999, 169 e ss., in cui richiamando J.J. Smith si equipara la firma propria e personale di ogni soggetto (autografo) al marchio individuale sottolineandone così l'unicità e la creatività.

¹³⁸ L'Inao sostiene che “ogni denominazione di origine è innanzitutto ed obbligatoriamente legata all'esistenza di dei *terroir*”. (E. Vaudour, *op. cit.*, 18).

suolo, il clima *etc.*) trova il suo “terreno” d'elezione in un bene immateriale. Quindi, in diritto, *rectius*, nel diritto della proprietà intellettuale, quando si discute di *terroir* non lo si fa in relazione alla tutela di un terreno specifico o della sua composizione chimico/geologica, ma attraverso un segno distintivo, un nome geografico che esprime un *terroir* complesso, fatto di elementi materiali e immateriali. Suggestisce Germanò che, per provare a capire questa immaterialità, bisogna ragionare sul motivo “dell'uso del toponimo nel commercio, cioè [sul] fatto che qualcuno lo abbia per primo usato per indicare i prodotti di una certa terra caratterizzata, per suolo, sottosuolo e clima, nella maniera più adatta per una specifica produzione, determinando nei consumatori il collegamento fra il nome della zona geografica e quel prodotto e suscitando in essi il giudizio di un prodotto di qualità. Sotto questo profilo, dunque, non è il toponimo in sé a costituire il “bene intellettuale” di cui si discute, ma è l'idea – sì appunto, l'*idea* – di utilizzare il nome geografico per designare i prodotti di quella determinata zona”.¹³⁹

Quel “per primo”, aggiungo, non va interpretato letteralmente, con riferimento ad un individuo (come per i marchi), ma in senso ampio e plurale alla comunità di appartenenza che attraverso il nome desidera esprimere un legame con il proprio territorio. Qui si lega anche la scarsità artificiale tutelata dal diritto: l'esclusiva non è appannaggio del singolo privato, ma della collettività che risiede in quel luogo e che rispetta, come vedremo, un disciplinare di produzione. Una “privativa diffusa”, si potrebbe dire.

L'Autore aggiunge “il fatto che l'indicazione geografica avente rilievo nel commercio non richiama solo ed esclusivamente un territorio, ma altresì le modalità con cui quel particolare prodotto è solito essere realizzato in quell'area, dato che i consumatori attribuiscono le qualità organolettiche del prodotto sia al fattore geografico che a quello umano: sicché, sotto questo profilo, potrebbe ben dirsi che anche qui ricorre una sorta di invenzione ad opera di una determinata gente, una invenzione collettiva, che si perde nella notte dei tempi, degli “elementi” e dei procedimenti necessari ed indispensabili per ottenere quel prodotto che, nel giudizio dei consumatori, è l'immagine di una terra e della sua gente. In sostanza, nella fantasia creativa di una gente nel dosare gli elementi e nell'individuare il procedimento per la protezione di determinati prodotti di una certa terra, ma soprattutto nell'idea di sfruttare, per il commercio, il nome di quell'area geografica la meglio vocata per quelle produzioni, sta l'originalità e la novità del nome, e dunque la meritevolezza della tutela esclusiva a favore di coloro che in quel territorio realizzano la produzione”.¹⁴⁰

Un'ultima distinzione va compiuta: i diritti rapidamente menzionati costituiscono i

¹³⁹ A. Germanò, *Le indicazioni geografiche nell'accordo Trips*, in *Rivista di diritto agrario*, 2000, 3, 413. È interessante richiamare la posizione, critica e contraria, di chi ha posto in dubbio la legittimità del diritto di esclusiva delle IG in quanto *prive*, alla base, di una qualsiasi attività inventiva o creativa. Tale diritto sarebbe “fondato [unicamente] su una contingenza storica, laddove, cioè, sia (accidentalmente) presente nel prodotto una connessione geografica”. Tale critica non può non provenire da un rappresentante del Nuovo Mondo, sulla scia delle contestazioni già richiamate. In questo caso è stata l'Australia, in seno al Consiglio TRIPs del 2002. Si veda TRIPs Council, “*Minutes of the Meeting on 25-27 e 29 November, and 20 December 2002*”, 5 febbraio 2003 [72] (IP/C/M/38).

¹⁴⁰ Germanò, *op. cit.*, 413, 414.

capisaldi della proprietà intellettuale; è stata valorizzata una matrice comune da cui si dipanano, tuttavia, differenti statuti giuridici. Diritto d'autore, brevetti e segni distintivi, così, da contenuti diventano a loro volta contenitori.

Prima di affrontare l'argomento, per noi centrale, relativo a quella branca dei segni distintivi che porta il nome di DOP e IGP (e dei suoi antecedenti storici nazionali delle DOC italiane e AOC francesi), alla dimensione proprietaria nonché al loro statuto giuridico “ibrido”, se rapportato agli altri diritti, è necessario dare conto delle problematiche terminologiche che l'inquadramento giuridico di tali segni ha comportato.

1.7.3. Problemi definitivi: origine, provenienza e ... *made in Italy*

Come viene definito in ambito giuridico il concetto di “origine” e i termini apparentemente simili di “provenienza”, “indicazione geografica”, “denominazione di origine”?

Avendo disquisito sull'origine in generale, distinguendone specialmente una “fisica” ed una “antropologica”, vediamo come il diritto approccia all'argomento con una perdurante incertezza figlia di una notevole complessità.¹⁴¹

Si è già detto che la collocazione sistematica dell'argomento è quello dei segni distintivi. In tale campo va preliminarmente valutato il rapporto di mezzo a fine dell'interesse nel comunicare un'origine. Il fine, ampiamente dichiarato, è quello di un mercato libero e concorrenziale che non può prescindere da un'idonea disciplina dei segni distintivi; perché, si dice, per svolgere il ruolo di giudice del mercato, il consumatore deve avere la possibilità (gli strumenti) di “premiare” i migliori e “rimandare” o “bocciare” i peggiori attraverso informazioni chiare e veritiere. Conseguentemente, tali strumenti riflettono le due funzioni principali ed intrinsecamente legate dei segni distintivi, cioè distinguere e rendere riconoscibile sul mercato un determinato prodotto, ed esprimere correttamente la sua provenienza, la sua origine. Funzione distintiva a parte, analizziamo questa seconda.

La provenienza, come già osservato, può essere di due tipi: imprenditoriale, e allora varrà l'agganciamento ad una persona fisica e/o alla sua azienda e/o prodotti;¹⁴² diversamente, ed è il caso che a noi più interessa, potrebbe essere geografica, legata cioè ad un luogo fisico. Qui si aprono un ventaglio di possibilità che spaziano dal comunicare una mera provenienza di un prodotto, ad una specifica provenienza della materia prima, ad un luogo particolare di trasformazione, fino a garantire delle qualità del prodotto che traggono specificità da quella zona geografica o, in modo più complesso, dall'insieme dell'areale di produzione, dalle competenze e dalle modalità di lavorazione.

¹⁴¹ Cfr., D. Sarti, *Le indicazioni di origine geografica: storia, questioni terminologiche e proposte interpretative*, in *Studi in onore di Paola A.E. Frassi*, Milano, Giuffrè, 2010, 619 e ss.; A. Vanzetti, V. Di Cataldo, *Manuale di diritto industriale*, Milano, 2012, 357 ss.; Albisinni, *L'origine dei prodotti alimentari*, cit.; Borghi, *L'origine dei prodotti alimentari nell'accordo Trips*, cit.

¹⁴² Il riferimento è ai marchi.

Rende più complessa la questione il fatto che, attraverso l'origine geografica, si può ben richiamare, più o meno implicitamente, una mera origine “imprenditoriale”, intesa come *know how*.

Introduciamo il tema, osservando uno dei pochi punti fermi dal punto di vista normativo. Si tratta di un'origine, tuttavia, diversa per natura e fini dalle due citate. La natura è doganale, per considerare una merce “economicamente” di un paese, mentre il fine è l'applicazione dei dazi.

Il “codice doganale dell'Unione”,¹⁴³ di recente introduzione, all'articolo 60 definisce il criterio dell'origine “non preferenziale” delle merci.¹⁴⁴ Sono due le modalità di determinazione dell'origine di un prodotto: al comma 1, si considera di un Paese la merce lì “interamente” ottenuta; al comma 2, per le merci “alla cui produzione hanno contribuito più paesi” vale il principio dell'ultima trasformazione (o lavorazione sostanziale) economicamente giustificata.¹⁴⁵

Senonché, secondo un pensiero diffuso e condivisibile, il generico riferimento alle merci e alle finalità delle regole doganali non tiene conto a sufficienza delle peculiarità del settore agroalimentare. “Perché? Perché lo stabilire l'origine geografica di un prodotto alimentare sarebbe operazione dotata di ben altre funzioni, e da radicare su ben altri elementi, rispetto alla mera attribuzione di una “appartenenza” economica di un prodotto ad un paese”.¹⁴⁶

Dunque, a fronte di tale esperienza, deve essere affiancata un'analisi più dettagliata sulla normativa specifica. Si vedrà che il concetto di “origine” viene molto spesso dato per presupposto invece che specificato e articolato, come se il suo significato fosse già codificato e conosciuto, richiamando in definitiva il concetto di origine “doganale”.

Il tema dell'origine dei prodotti, in particolare alimentari, si è imposto con crescente rilievo negli ultimi anni, complice una situazione di mercato in rapida espansione che necessitava di risposte chiare e rapide.

Se ci poniamo, su una scala globale, dal lato del consumatore e della sua domanda di certezza sull'origine di un alimento, possiamo vedere come sia tuttora una prerogativa dell'Europa meridionale e di quei paesi che si stanno innamorando di un'idea “mediterranea” di nutrizione, per la quale, appunto, l'origine geografica è informazione ritenuta fondamentale. Ciò si riflette necessariamente sul versante delle regole. Non deve disturbare la visione di una normativa via via più dettagliata e garantista quanto più ci si avvicini al vecchio continente e viceversa.

La dimensione globale impone riferimenti normativi multiformi, cogliendo tali

¹⁴³ Reg. Ue 952/2013 che ha sostituito il Reg. CE 450/2008.

¹⁴⁴ Le merci dei Paesi che beneficiano dell'origine “preferenziale” prevedono che nel Paese di origine sia svolta l'intera produzione o una fase “sufficiente” della stessa.

¹⁴⁵ Bisogna dire che tali criteri, in realtà, non sono per nulla nuovi ed anzi erano già presenti nell'Accordo sull'origine delle merci stipulato nel contesto del WTO. Un esempio banale potrebbe essere quello per cui è considerato “*made in*” un formaggio fatto in quel paese con il latte proveniente da un paese differente.

¹⁴⁶ Borghi, *op. cit.*, 32.

differenze e procedendo dal più ampio al più ristretto, dall'internazionale al nazionale. Ripercorriamo in questo caso una storia normativa che nasce dapprima come indicazione di provenienza, espressione di una corretta e leale informazione e potenziale simbolo di identità e, successivamente, come denominazione geografica, garanzia di un intrinseco rapporto tra territori e uomini che beneficiano vicendevolmente gli uni degli altri, conferendo infine un'originalità.

A livello internazionale, il sistema delle convenzioni in materia appare connotato da incertezze terminologiche e da scelte assai differenziate in ordine a presupposti ed ambiti di tutela. Parigi, Madrid, Lisbona sono le sedi di tre importanti Accordi che regolano per la prima volta i termini in questione. Cronologicamente, ma non solo,¹⁴⁷ rileva in primo luogo la *Convenzione d'Unione di Parigi per la tutela della proprietà industriale* del 1883 che, sebbene all'art. 1, co. 2 introduca tra gli oggetti di proprietà industriale le indicazioni di provenienza e le denominazioni di origine, definisce implicitamente solo le prime, dimenticandosi delle seconde per tutto il restante testo.¹⁴⁸ Rilevano in particolare gli artt. 10, 10 *bis* e 10 *ter*. Il primo estende le sanzioni previste dal precedente articolo (9), “in caso di utilizzazione diretta o indiretta di una indicazione falsa relativa alla provenienza del prodotto”, aggiungendo che oltre al pubblico ministero e all'autorità competente è legittimato a chiedere il sequestro anche “ogni produttore, fabbricante o commerciante del prodotto [...] che sia stabilito nel luogo falsamente indicato [...] o nel Paese in cui è adoperata la falsa indicazione di provenienza”. L'articolo successivo, che vieta tutti i comportamenti di concorrenza sleale induce a ritenere che l'indicazione falsa di cui all'art. 10 sia tale solo in caso di rischio (induzione) in errore circa la reale provenienza. Questo, si osserva, non potrebbe essere altrimenti ove non vi sia alcun riferimento alle caratteristiche dei prodotti e alla loro specificità geografica. In altri termini non sarebbero false o fallaci le indicazioni di nomi geografici non corrispondenti alla reale origine del prodotto se queste contengano anche la vera origine.¹⁴⁹ Tutto ciò si riflette in una protezione per le indicazioni di provenienza decisamente limitata.

L'*Arrangement* di Madrid sulla repressione delle indicazioni di provenienza dei prodotti false o fallaci del 1891, sfortunatamente, non aggiunge molto alla precedente Convenzione. Anche qui l'illiceità della falsa indicazione non è condizionata dalla natura del prodotto, né dall'influsso su di esso della sua provenienza. Anche qui non si dà una definizione chiara dei termini in questione, anzi, vengono utilizzate le espressioni “indicazione di

¹⁴⁷ A differenza, infatti, di Madrid e Lisbona, un numero assai ampio ha, negli anni, ratificato la Convenzione. Attualmente il numero è di 173 paesi aderenti.

¹⁴⁸ Questa rappresenta la criticità più importante della Convenzione. L'art. 1 co. 2 recita: “*La protection de la propriété industrielle a pour objet les brevets d'invention, les modèles d'utilité, les dessins ou modèles industriels, les marques de fabrique ou de commerce, les marques de service, le nom commercial et les indications de provenance ou appellations d'origine, ainsi que la répression de la concurrence déloyale*”.

¹⁴⁹ Sarebbero dunque lecite indicazioni quali “*Californian Champagne*” per spumanti metodo classico prodotti in California o “*San Daniele ham from Beijing*” per il prosciutto prodotto nella capitale cinese o ancora “*Formaggio italiano tipo Feta*”.

provenienza” e “denominazione (*appellation*) di origine”, senza specificarne similitudine o differenze. Degno di nota appare l'art. 3 *bis*, che sancisce il divieto di tutte le indicazioni suscettibili di ingannare il pubblico circa la provenienza dei prodotti corroborando l'argomento di un'estensione dell'indicazione nell'aurea della concorrenza sleale. Infine, va segnalato che la scarsa adesione, sia in termini numerici che di importanza, ha fatto perdere rilevanza all'Accordo.

Ben più importante a livello sia di forma che di contenuti, appare l'*Accordo di Lisbona sulla protezione delle denominazioni d'origine e sulla loro registrazione internazionale* del 1958. Sono tre le novità di maggior rilievo che vanno sottolineate ai nostri fini.

In primo luogo si istituisce l'obbligo di registrazione di una denominazione presso l'OMPI,¹⁵⁰ atto costitutivo ai fini della possibilità di ricevere tutela.

In secondo luogo, si introduce una definizione abbastanza chiara su che cosa si deve intendere per denominazione. In particolare, una denominazione d'origine consiste nel nome geografico di un paese, di una regione o di una località, utilizzato per designare un prodotto che ne è originario, le cui qualità o caratteri principali sono dovuti, esclusivamente o essenzialmente, all'ambiente geografico, compresi i fattori naturali ed umani tipici.¹⁵¹

Tali denominazioni possono godere di una tutela ampia, in quanto sono protette contro qualsiasi usurpazione o imitazione, anche se il nome protetto è tradotto o accompagnato da espressioni quali “genere”, “tipo”, “imitazione” o simili, compresi i casi in cui l'origine vera del bene è indicata.¹⁵² In questo senso sarebbero dunque illeciti gli esempi portati alla nota 152.

Unica, evidente nota “stonata” appare, similmente a Madrid, l'esiguo numero di Paesi firmatari, oltre al fatto che la maggior parte di essi sono Paesi emergenti e, quindi, non protagonisti del commercio internazionale di prodotti agroalimentari.

I tre Accordi richiamati costituiscono in definitiva la base concettuale della tutela dell'origine dei prodotti agroalimentari su cui si innesteranno, con diversi adattamenti, da un lato l'*Accordo Trips* e dall'altro la normativa europea su DOP e IGP.¹⁵³ Questi due poli rappresentano al momento attuale la cornice entro cui muoversi per l'interpretazione della disciplina in materia. La differenza sostanziale tra i due poli non riguarda solo i contenuti, ma anche le modalità di negoziazione delle regole. Una struttura sovranazionale con un

¹⁵⁰ Organizzazione Mondiale della Proprietà Intellettuale.

¹⁵¹ L'articolo 2 dell'Accordo recita: “*On entend par appellation d'origine, au sens du présent Arrangement, la dénomination géographique d'un pays, d'une région ou d'une localité servant à désigner un produit qui en est originaire et dont la qualité ou les caractères sont dus exclusivement ou essentiellement au milieu géographique, comprenant les facteurs naturels et les facteurs humains*”.

¹⁵² Così l'articolo 3: “*La protection sera assurée contre toute usurpation ou imitation, même si l'origine véritable du produit est indiquée ou si l'appellation est employée en traduction ou accompagnée d'expressions telles que “genre”, “type”, “façon”, “imitation” ou similaires*”.

¹⁵³ Va rilevato, fatto non banale, che i prodotti tutelati dagli Accordi internazionali citati non vengono limitati al settore alimentare come nel Regolamento europeo sulle denominazioni di origine. Emerge una peculiare lettura del *terroir* giuridico potenzialmente aperto a tutti i prodotti che uniscono peculiarità umane e naturali siano essi vini, formaggi o ceramiche, marmi, cristalli.

sistema normativo impostato su un modello politico complesso da un lato, una organizzazione internazionale pattizia fondata sulla libera contrattazione (*free trade agreements*) e valida solo fra i contraenti dall'altro (WTO). Regolamento europeo richiamato e Accordo *Trips*, nati a distanza di due anni l'uno dall'altro (rispettivamente 1992 e 1994), hanno visto in particolare il primo evolversi e adattarsi all'interno di politiche comuni.¹⁵⁴ Per il secondo, data la rilevanza globale e la delicatezza, sono in atto lente e difficili negoziazioni (si pensi all'esempio più recente del *TTIP*).

Ci limitiamo ora ad osservare solo un articolo del *Trips*, il 22, per completare il quadro dell'origine a livello internazionale, osservando come vengano presi in considerazione gli Accordi precedenti.¹⁵⁵ “*The Agreement on Trade Related Aspects of Intellectual Property*”, innanzitutto, menziona per la prima volta tra i diritti di proprietà intellettuale le *geographical indications*, termine totalmente nuovo a livello internazionale fino a quel momento, definendole come quelle “indicazioni che identificano un prodotto come originario del territorio di un Membro, o di una regione o località di detto territorio, quando una determinata qualità, la notorietà o altre caratteristiche del prodotto siano essenzialmente attribuibili alla sua origine geografica”.

Il secondo comma circoscrive l'ambito di tutela, da un lato, demandando agli Stati il compito di prevedere i mezzi legali per impedire l'uso di ogni elemento che possa indurre in inganno il pubblico sul vero luogo d'origine del prodotto, dall'altro, richiamando la disciplina della concorrenza sleale *ex art. 10 bis CUP*.

Alla luce di ciò, possiamo ora provare a valorizzare questi concetti sotto la lente giuridica del *terroir* o, come viene testualmente citato, del “*milieu géographique*” e della rilevanza ad esso assegnata.¹⁵⁶ Un'analisi meramente lessicale mostra come la differenza fondamentale stia nell'evoluzione progressiva del legame tra prodotto e luogo di origine. In particolare, tre sono i legami identificabili dai segni individuati:

a) L'indicazione di provenienza, *ex* Accordo di Parigi e Madrid, attribuisce al prodotto la relazione più debole con il territorio, un semplice richiamo al luogo (ampio) di origine, senza riconoscerne specifiche caratteristiche che possano incidere sulla qualità del prodotto stesso.¹⁵⁷

b) L'indicazione geografica, *ex* accordo TRIPs e Reg. CEE 2081/92, irrobustisce il legame prodotto-luogo, prevedendo un contatto imprescindibile e significativo con un territorio che dà il nome al prodotto (sebbene possa essere tanto il luogo di origine della materia prima quanto un differente luogo di trasformazione).

c) Denominazione di origine, *ex* accordo di Lisbona e Reg. CEE 2081/92, è il luogo in cui si forma il prodotto e in cui la qualità di esso è intrinsecamente dovuta all'insieme di peculiarità ambientali e fattori umani. Il legame prodotto-luogo d'origine appare qui tanto

¹⁵⁴ Due, in particolare, i Regolamenti che hanno comportato modifiche rilevanti, il 510/2006 e il 1151/2012.

¹⁵⁵ Consapevoli della tutela assai maggiore apprestata dal successivo art. 23 “solo” per vini e alcolici.

¹⁵⁶ Si veda l'art. 2 del già citato Accordo di Lisbona. Per diversi autori è questo il testo che introduce a livello internazionale la nozione di *terroir*.

¹⁵⁷ L'esempio classico che si riporta è quello del “*made in*”, che tratteremo successivamente.

forte quanto “naturale” e fisiologico.

Tuttavia, è solo attraverso la comprensione del pubblico rilevante e la determinazione delle situazioni tutelabili che l'indagine appena sviluppata potrà svelare la chiave del modello di proprietà intellettuale offerto e delle garanzie sottese. In altri termini, l'individuazione di *terroirs* giuridici necessita di un approfondimento sulle modalità di protezione e tutela, rimanendo altrimenti fine a sé stessa.

Possiamo, quindi, suddividere astrattamente tre modelli.

Il primo, estremamente debole, è quello che emerge dal sistema della CUP e dell'Accordo TRIPs.¹⁵⁸

In primis, perché una mera caratteristica del prodotto, tra cui la notorietà, se essenzialmente riferibile al suo *milieu* rende tutelabile un'indicazione geografica.

In secondo luogo, decisamente limitata appare la protezione, vincolata ad un errore del pubblico in ordine alla provenienza geografica, purché rilevante per le caratteristiche del prodotto. *Disclaimers* che così accompagnassero la vera origine del prodotto renderebbero perfettamente lecita l'informazione. Da qui potrebbe nascere il “*Gorgonzola Californian style*” o “*Parma ham made in Canada*”, per fare degli esempi.

Infine, il pubblico rilevante sembra quello del luogo di utilizzazione dell'indicazione geografica e non il luogo di origine, mancando in tal caso il concreto rischio di inganno. Quale lombardo, per non dire italiano, sarebbe ingannato dalla provenienza californiana del rinomato erborinato? A ciò si aggiunge ulteriormente che ai fini della protezione, l'IG deve essere percepita effettivamente dal pubblico del luogo d'uso in funzione identificativa di prodotti dotati di caratteristiche qualitative legate al territorio, altrimenti mancando un pericolo di errore.

In definitiva, relativamente a tale modello si può dire che la sensazione (avvertita da gran parte della dottrina) è che, da un lato, si sia voluto allargare la platea dei beneficiari e dall'altro esaltare la natura dell'IG come segno distintivo, piuttosto che come garanzia di una qualità. In altre parole, la cosa importante sembra essere la mera garanzia sulla provenienza del prodotto da una certa zona.

Modello “intermedio” di protezione può considerarsi quello proposto dall'Accordo di Lisbona.

Il combinato disposto degli artt. 2 e 3 tutela un *terroir* (“comprensivo di fattori naturali e umani”) al di là del rischio di errore, estendendola ai *disclaimers* prima legittimanti. Dunque, come anticipato, espressioni quali “tipo”, “genere”, “stile” ed altri, compresa la traduzione, rendono illecita l'indicazione anche se il vero luogo fosse indicato. È, forse, la forma più insidiosa di sfruttamento abusivo di queste denominazioni, non determinando tanto l'inganno sulla provenienza, quanto un agganciamento “parassitario” alla reputazione del prodotto e della sua origine. Ad ogni modo non siamo ancora in presenza di una tutela estesa a qualunque prodotto, ma limitata a quelli identici o fortemente simili. Da notare

¹⁵⁸ È da segnalare il risvolto politico di una tale protezione del *terroir*. Il negoziato in questione vede da un lato vincere il *terroir* vitivinicolo *ex art. 23*, mentre dall'altro soccombere o “rimanere a galla” il *terroir* artigianale degli altri prodotti *ex art. 22*.

anche, in linea con quanto espresso, che la protezione qui sembra prescindere dall'effettiva conoscenza della denominazione da parte del pubblico del luogo di utilizzazione, ampliando considerevolmente la possibilità di tutela.

Infine, rileva una concezione di *milieu* più limitante ed esigente rispetto a quello precedente. Non solo la denominazione deve essere registrata per usufruire della tutela, ma questa può essere rifiutata o invalidata proprio in assenza del “*milieu*”.¹⁵⁹

Modello di tutela “forte” è quello predisposto per le DOP e IGP a livello comunitario, che affronteremo nel prossimo capitolo.

Concludendo la “rassegna internazionale”, si pongono alcune considerazioni. Abbiamo visto che il diritto IP considera il *terroir*, primariamente, come bene immateriale. In particolare, viene tradotto nel linguaggio giuridico mediante un nome geografico, e definito per mezzo dei segni distintivi DO e IG. Il passo successivo sarà analizzare come tali nomi geografici vengano “sistematizzati” nell'ordinamento europeo, il quale, per importanza, costituisce il nostro punto di riferimento. In altri termini, come già accennato, solo con l'analisi della disciplina che completa la definizione si potrà prendere visione di come il *terroir* venga concretamente protetto e tutelato.

Prima di ciò, diamo un rapido sguardo al nostro Paese. In particolare, ad un argomento “caldo” da alcuni anni a questa parte, strettamente correlato all'oggetto (“origine”) del paragrafo: la provenienza italiana, o meglio conosciuta come *made in Italy*.¹⁶⁰

La premessa necessaria da farsi in questo caso attiene all'ampiezza del tema. Non si tratta, infatti, di disciplina sulla tutela di una ipotetica qualità agroalimentare italiana, ma abbraccia diversi settori artigianali e industriali (si pensi al tessile, per citarne uno tra i più attivi) che puntano sull'origine italiana come *surplus* da spendere nel mercato. Una sorta di rivendicazione di qualità di un sistema-paese? Una bandiera di appartenenza per comunicare il “*terroir-Italia*”? L'idea sembrerebbe entusiasmante ed una conferma parrebbe arrivare dalla *ratio* della normativa, che è quella di valorizzare l'immagine dell'industria italiana e il patrimonio di qualità e stile, che gli artigiani e gli industriali italiani si sono costruiti nei secoli. A tal fine, si vogliono apprestare strumenti efficaci per combattere le contraffazioni e gli abusi che vanno a scapito, soprattutto, delle piccole e medie imprese.

In realtà, però, questa aspirazione incontra numerosi ostacoli, primo fra tutti il fatto che il “*made in*”, nasce come classico esempio di indicazione di mera provenienza ed espressione di un mercato libero e concorrenziale.¹⁶¹ In questo senso potremmo dire che l'indicazione di un paese apposta su un prodotto identifica l'origine ai fini di una mera,

¹⁵⁹ Art. 5 dell'Accordo. Si veda la sentenza della Cassazione 10 settembre 2002, n. 13168, sulla possibilità anche per i giudici di verificare la presenza del “*milieu*”.

¹⁶⁰ Cfr. G. Floridia, *La disciplina del “made in Italy”: analisi e prospettive*, in *Diritto Industriale*, 2010, 4, 338; I. Trapè, *I segni del territorio. Profili giuridici delle indicazioni di origine dei prodotti agroalimentari tra competitività, interessi dei consumatori e sviluppo rurale*, Milano, Giuffrè, 2012, 90-116; V. Franceschelli, “*Made in Italy*”: *much ado about nothing*, in *Studi in memoria di Paola A.E. Frassi*, cit. 337; G. Capuzzi, *Indicazioni geografiche e tutela della qualità agro-alimentare: le novità del 2009*, *op. cit.*, 87

¹⁶¹ Così come regolato a Parigi nel 1883 e a Madrid 1891.

corretta informazione.

Questo doppio binario si riflette sulla sfuggevole collocazione sistematica di una dicitura che, nei formanti del diritto, appare talvolta come “stampigliatura”, altre come marchio (semplice o collettivo), altre ancora come indicazione di provenienza o di origine.

Ciò rende peculiare stabilire quali parametri vadano, ancora una volta, ad identificare un'origine, in questo caso, “italiana”. Se, da un lato, si potrebbe pensare che essa valga semplicemente ad identificare un prodotto “fatto in Italia” senza alcuna ulteriore garanzia, dall'altro, l'associazione che prodotto e Italia evocano, rimanda ad un'idea di qualità, anche fosse solo reputazione o notorietà. Ibrida appare dunque la natura di un segno geografico, nei fatti comunque distintivo, incastrata nel limbo del descrivere qualitativamente il prodotto (indicazione geografica “qualificata”) e comunicare semplicemente in etichetta il luogo di origine (indicazione geografica “semplice”).

L'ampiezza merceologica, come si diceva complica il tutto, in due sensi: in primo luogo, il fatto che la locuzione in esame non rimanda solo all'idea di un luogo fisico ma anche, a competenze, tradizioni, abilità delle persone che vi operano. Il gusto e lo stile italiano sono rinomati in tutto il mondo. Quindi al doppio binario, si affianca una rotaia costituita dall'origine imprenditoriale, (che a sua volta richiama la disciplina dei marchi, complicando la ricerca della più idonea collocazione sistematica, stante la differenza di natura e scopi tra i segni richiamati).

In secondo luogo e in senso più ampio, riflette le dinamiche socio-economiche dell'attuale situazione di mercato delle imprese, *in primis* il dato di fatto della delocalizzazione della produzione.

“In un mercato tendenzialmente omologante, il vantaggio competitivo poggia sulla rimozione sia dell'anonimato dei produttori, sia dell'omogeneità dei prodotti, dipendendo la scelta di acquisto da un confronto tra beni, seguito da un giudizio di preferenza”.¹⁶² Il fenomeno della delocalizzazione sembrerebbe andare in senso diametralmente opposto alla logica identitaria e di appartenenza dei prodotti agroalimentari e del loro luogo d'origine.

Se i prodotti non sono vincolati ad un luogo specifico, è legittimo discriminare aziende che pensano, decidono, ideano un prodotto in Italia e lo assemblano fuori dalla nazione? Se le ultime vicende normative, come si vedrà, sembrano rispondere in modo positivo alla domanda, per altri “L'idea di collegare – nell'era della globalizzazione – un prodotto o un servizio ad un “segno” che garantisca una produzione “integralmente nazionale” è compito arduo, e sembra contraddire qualsiasi criterio di logica e di buon senso e configgere con qualsiasi principio economico”.¹⁶³

Quindi la domanda diventa: come è possibile conciliare l'anima agroalimentare del *made in Italy* con un *terroir* che trova la massima espressione nelle DOCG vitivinicole, con quella industriale in cui un imprenditore pensa in Italia e realizza all'estero un prodotto? La difficoltà, detto altrimenti, sta nel convogliare l'anima di un'indicazione geografica con quella di un marchio. Si deve rendere coerente un principio sull'origine, che medi tra quella

¹⁶² I. Trapè, *I segni del territorio*, Milano, Giuffrè, 2012, 92.

¹⁶³ Franceschelli, *op. cit.*, 340.

geografica, quella doganale e quella commerciale. Un esempio scolastico chiarirà meglio la questione: prendiamo un marchio di un imprenditore italiano di caffè; poniamo che acquisti la materia prima in Brasile, la faccia trasformare, sotto il suo controllo e direttive, in uno stabilimento di un altro Paese per poi importarlo in Italia, dove verrà marchiato e collocato sul mercato. In un caso del genere potremmo avere tre differenti origini: italiana dal lato imprenditoriale, brasiliana da quello geografico, del paese innominato per quello doganale. Dall'altro lato si potrebbe portare l'esempio di un imprenditore cinese che produca passata di pomodoro. Egli acquista in Cina pomodori per poi trasformarli nello stabilimento localizzato in Italia. Se il criterio di determinazione dell'origine è quello doganale, cioè quella del luogo in cui è avvenuta l'ultima trasformazione (o lavorazione sostanziale) ed economicamente giustificata, sarà passata di pomodoro *made in Italy*?

Cerchiamo di ricostruire la situazione normativa e, soprattutto, l'interpretazione che di essa dà la Suprema Corte.

Che cos'è *made in Italy* per la normativa italiana? Sono tre, in particolare le leggi intervenute a regolare la materia.¹⁶⁴ Ai nostri fini la questione ruota intorno all'interpretazione che la giurisprudenza ha dato dell'articolo 4, co. 49 della legge del 2003 (finanziaria 2004) e dal successivo “*bis*” introdotto nel novembre 2009.

Rileva preliminarmente considerare che, prima dell'introduzione dell'articolo in esame, la questione del *made in Italy* veniva contestualizzata richiamando l'Accordo di Madrid e collegandone la rilevanza penale all'articolo 517 c.p. In sostanza, si voleva impedire l'ingresso nel mercato italiano di prodotti recanti *false* o *fallaci* indicazioni di provenienza, attraverso la contestazione del reato di “vendita di prodotti industriali con segni mendaci”. Giurisprudenza e dottrina interpretavano tale provenienza come origine imprenditoriale. Questa presa di posizione condusse a diverse sentenze che escludevano la rilevanza penale della condotta di un imprenditore responsabile del processo produttivo delocalizzato che avesse apposto sul proprio prodotto (fabbricato all'estero) ulteriori indicazioni geografiche, come l'indirizzo, la città o lo stato ove l'impresa era collocata. Il principio, analogo a quello valevole per i marchi, prevede che l'effettuazione materiale di operazioni in tutto o in parte necessarie alla fabbricazione di un prodotto è altra cosa dall'imputazione giuridica della provenienza del medesimo prodotto, ossia quella da un determinato imprenditore. Non erano penalmente rilevanti, dunque, le indicazioni geografiche che non coincidevano con il luogo di effettiva fabbricazione quando il prodotto era frutto del *know how* dell'imprenditore che garantiva il rispetto del processo produttivo.¹⁶⁵

Dall'altra parte, però, in mancanza di norme *ad hoc*, nel 1995 fu emanata una circolare del Ministero delle Finanze ai fini dell'applicazione dell'Accordo di Madrid. Si stabilì che, per determinare se la locuzione “*made in Italy*” fosse stata apposta sul prodotto in modo falso o fallace, dovesse considerarsi il Codice Doganale Comunitario. Per essere così

¹⁶⁴ L. 24 dicembre 2003 n. 350; l. 23 luglio 2009 n. 99; l. 20 novembre 2009 n. 166 che converte il decreto legge 25 settembre 2009 n. 135.

¹⁶⁵ Si veda in particolare Cassazione 7 luglio 1999 n. 2500.

“etichettabili”, i prodotti dovevano allora ricevere in Italia quantomeno l'ultima trasformazione o lavorazione sostanziale.

Le situazioni verificabili erano in buona sostanza di due tipi; la prima, in cui in Italia si fosse realizzato interamente o fosse avvenuta l'ultima trasformazione; la seconda, in cui l'imprenditore italiano avesse delocalizzato la produzione seguendone il processo produttivo e garantendo la provenienza. Marchio individuale e possibilità di “*Made in Italy*” nel primo caso; marchio con possibile evocazione dell'Italia (indirizzo, città, bandiera *etc.*) nel secondo.

Con l'entrata in vigore dell'articolo 4 co. 49 della legge 350 del 2003 l'indirizzo giurisprudenziale non sembra mutare.¹⁶⁶ Sebbene la lettera della legge appaia chiara nel richiamare l'origine doganale, con la sentenza 2 febbraio 2005 n. 3352, la Suprema Corte ribadisce che nel caso di un prodotto con indicazione dell'impresa seguita da città e Stato (“Verona-Italy”), “l'indicazione sul prodotto del nome e del marchio del vero produttore è veritiera e non è idonea ad ingannare il consumatore sulla provenienza e sulla qualità del prodotto, essendo del tutto irrilevante che non sia stato indicato anche il luogo di fabbricazione materiale dato che questo è indifferente in ordine alla qualità ed alla tutela del consumatore e dato che l'indicazione del luogo non può ritenersi imposta dal comma 49, art. 4, legge n. 350/2003”.¹⁶⁷

Al di là della poca considerazione dell'origine doganale come richiamata dal comma in questione, solo due mesi dopo la Corte ritorna sull'argomento confermando l'indirizzo precedente e fornendo due indicazioni ulteriori.¹⁶⁸ Da un lato afferma che l'articolo in questione introduce una nuova fattispecie di reato che riguarderebbe anche i prodotti agricoli; dall'altro distingue l'origine rilevante a seconda della natura del prodotto. Se si tratta di prodotto industriale rileva l'origine imprenditoriale; nel caso di prodotto agro-alimentare rileva l'origine geografica. Questo perché “in genere, relativamente ai prodotti industriali, la cui qualità dipende dalla affidabilità tecnica del produttore, per origine del prodotto deve intendersi la sua origine imprenditoriale, cioè la sua fabbricazione da parte di un imprenditore che assume la responsabilità giuridica, economica e tecnica del processo produttivo; invece, relativamente ai prodotti agricoli o alimentari che sono identificabili in relazione all'origine geografica, la cui qualità essenzialmente dipende dall'ambiente naturale e umano in cui sono coltivati, trasformati e prodotti, per origine del prodotto deve

¹⁶⁶ In breve tale norma “sanziona”, richiamando il 517 c.p., le condotte di “importazione ed esportazione ovvero commercializzazione di prodotti recanti false e fallaci indicazioni di provenienza” statuendo che : a) “costituisce falsa indicazione la stampigliatura “made in Italy” su prodotti e merci non originari dell'Italia ai sensi della normativa europea sull'origine”; b) “costituisce fallace indicazione, anche qualora sia indicata l'origine o la provenienza estera dei prodotti o delle merci, l'uso di segni, figure, o quant'altro possa indurre il consumatore a ritenere che il prodotto o la merce sia di origine italiana”; c) “le fattispecie sono commesse sin dalla presentazione dei prodotti o dalle merci in dogana per l'immissione in commercio o in libera pratica e sino alla vendita al dettaglio”.

¹⁶⁷ Il caso di specie vedeva il sequestro da parte dell'Agenzia delle Dogane di merce proveniente “geograficamente” dalla Romania, senza riferimenti a tale origine.

¹⁶⁸ Sentenza del 14 aprile 2005, n. 13712.

intendersi propriamente la sua origine geografica o territoriale”.¹⁶⁹ Il ragionamento porta la Corte a rigettare il ricorso del PM contro l'ordinanza di dissequestro in quanto “destituito di fondamento giuridico”. La vicenda, analogamente alla precedente, riguardava una società italiana che aveva delocalizzato in Cina la produzione di capi di abbigliamento sportivo indicando poi in etichetta il nome della società seguito da “*Italy*” e dai colori della bandiera italiana. Non sussiste in questo caso il reato di cui al comma 49 dell'art. 4, in quanto, per i prodotti non alimentari conta l'origine imprenditoriale, a nulla rilevando che non fosse indicato il luogo di provenienza geografica dal momento che la loro qualità è assicurata dalla materia prima usata e dalla tecnica produttiva e non certo dall'ambiente territoriale dove il processo si svolge.

A questo panorama, deve infine aggiungersi la modifica operata con decreto-legge 25 settembre 2009 n. 135 convertito con legge 20 novembre 2009 n. 166. Due sono gli effetti più importanti. Da un lato l'art. 16 che introduce il “*full o 100%*” *made in Italy*; dall'altro l'art. 49 *bis* introdotto nella 350/2003.¹⁷⁰ Con riferimento a quest'ultima, la novità sembra essere l'obbligo di indicazione anche della provenienza geografica estera. Parrebbero, dunque, diventati illeciti i comportamenti precedentemente citati, in quanto, non informavano del fatto che la merce era “importata”.¹⁷¹ Va notato, d'altra parte, come un'interpretazione della norma nel senso di imporre un obbligo di indicazione del paese di fabbricazione, potrebbe portare ad un'illegittimità costituzionale per contrarietà agli artt. 3, 41 Cost. e, soprattutto, al diritto europeo ove possa risultare indirettamente leso il principio di libera circolazione e il divieto di misure di effetto equivalente alle restrizioni quantitative. Solo un Regolamento europeo, auspicabile, potrebbe imporre un tal obbligo al fine di tutelare in modo onnicomprensivo leale concorrenza del mercato e consumatore. Ecco perché la giurisprudenza ha fornito un'interpretazione “costituzionalmente orientata” dichiarando che “un obbligo di indicazione della origine estera del prodotto sussiste soltanto nell'ipotesi di uso del marchio con modalità tali da indurre il consumatore a ritenere che il prodotto sia di origine italiana. Peraltro, anche in questo caso, non è indispensabile l'indicazione del paese di fabbricazione, essendo sufficienti altre indicazioni che evitino fraintendimenti del consumatore sull'effettiva origine del prodotto ovvero una attestazione sulle informazioni

¹⁶⁹ Cass. pen. Sez. III, 14/04/05, n. 13712. La ricostruzione in questi termini, per quanto riguarda i prodotti alimentari, appare eccessivamente semplicistica, dato che non tutti sono qualitativamente dipendenti dall'ambiente naturale e umano.

¹⁷⁰ “Costituisce fallace indicazione l'uso del marchio, da parte del titolare o del licenziatario, con modalità tali da indurre il consumatore a ritenere che il prodotto o la merce sia di origine italiana ai sensi della normativa europea sull'origine, senza che gli stessi siano accompagnati da indicazioni precise ed evidenti sull'origine o provenienza estera o comunque sufficienti ad evitare qualsiasi fraintendimento del consumatore sull'effettiva origine del prodotto, ovvero senza essere accompagnati da attestazione, resa da parte del titolare o del licenziatario del marchio, circa le informazioni che, a sua cura, verranno rese in fase di commercializzazione sulla effettiva origine estera del prodotto. Per i prodotti alimentari, per effettiva origine si intende il luogo di coltivazione o di allevamento della materia prima agricola utilizzata nella produzione e nella preparazione dei prodotti e il luogo in cui è avvenuta la trasformazione sostanziale”.

¹⁷¹ Illiceità non penale ma amministrativa ex art. 4 co. 49 bis e non ex art. 517 c.p. Si veda a tal fine Cass. pen. Sez. III, 15/12/2014, n. 52029.

che verranno in seguito rese in fase di commercializzazione sulla effettiva origine estera del prodotto.¹⁷²

Per quanto riguarda, invece, l'indicazione della “totale” provenienza italiana, lasciata in sospeso durante l'analisi sull'inquadramento giuridico del “*made in Italy*”, questa merita una considerazione più ampia. Diciamo subito che tale segno non può essere un marchio privato (art. 13 co.1 lett. b, cpi), semplicemente perché un marchio non può consistere in denominazioni generiche o indicazioni descrittive oltre al fatto che “*Italy*” non può appartenere solo a qualcuno; non può essere un marchio collettivo nazionale di garanzia, in quanto, sarebbe palesemente contrario al diritto Ue e ai principi di libero mercato già richiamati; non potrebbe ancora essere un'indicazione geografica o denominazione di origine “titolata” in quanto specifica solo per i prodotti agro-alimentari.¹⁷³

Per fornire una proposta su cosa, invece, potrebbe essere, dobbiamo considerare che allo stato attuale la legge prevede un doppio *made in Italy*.

In uno spazio normativo così angusto, l'introduzione del “*full*” potrebbe apparire positiva se non comportasse pericolosi rischi di non conformità alle regole in vigore. Con il nuovo segno, in altri termini, si crea una classifica che potrebbe porsi seriamente in contraddizione con i principi di libero mercato.¹⁷⁴ Non solo, perché il più forte tra i due, pare aver perso la connotazione “neutra” che rende lecito tale “stampigliatura” in favore di una fisionomia di “marchio collettivo di qualità”. Infine, tale segno potrebbe essere visto come “premio” per chi non delocalizzasse la produzione.

La situazione, in ultima analisi, sarebbe la seguente:

a) Possibilità di utilizzo dell'indicazione “*Full made in Italy*” per chi svolge tutte le operazioni di produzione interamente in Italia.

b) “*Made in Italy*” per chi delocalizza, ma effettua in Italia l'ultima lavorazione sostanziale.

c) Indicazione dell'origine geografica estera o dell'importazione/produzione fuori dall'Italia per chi delocalizza utilizzando, tuttavia, il proprio “marchio con modalità tali da indurre il consumatore a ritenere che il prodotto sia di origine italiana”.¹⁷⁵

Numerose criticità potrebbero indurre il legislatore europeo ad intervenire, per normare “dall'alto” e orizzontalmente la questione.

In definitiva, l'attuale vicenda dimostra quanto sia complesso, da un lato, tutelare la qualità dei prodotti nazionali sul mercato globale, rispettando le numerose e differenziate

¹⁷² Si veda la sentenza della Cassazione penale 25 maggio 2010 n. 19746.

¹⁷³ Si veda l'articolo 2 del codice della proprietà industriale.

¹⁷⁴ Si veda come esempio la sentenza della Corte Costituzionale del 19 luglio 2012, n. 191 in cui si dichiara illegittima per contrarietà all'art. 117 co. 1 Cost., per violazione del vincolo derivante dall'ordinamento comunitario, della legge regionale del Lazio 5 agosto 2011, n. 9 “*Made in Lazio*”, che aveva il fine di individuare un elenco di prodotti realizzati nel territorio e di materie prime provenienti dalla Regione, con lo scopo dichiarato di tutelare il consumatore e di assicurare un'informazione adeguata e trasparente. Per un commento cfr. F. Albisinni, *Continuiamo a farci del male: la Corte Costituzionale e il Made in Lazio*, in *Diritto e giurisprudenza agraria, alimentare e dell'ambiente*, 9, 2012.

¹⁷⁵ Cassazione penale 25 maggio 2010 n. 19746.

norme coinvolte e, dall'altro, comporre una cornice disciplinare alla questione. La logica pervasiva sembra essere quella del mercato, per cui la disciplina delle indicazioni geografiche viene chiamata ad introdurre regole volte a presiedere alla circolazione globale, governando la competizione commerciale e garantendo il posizionamento dei prodotti sul mercato, nel rispetto dei principi di libera concorrenza.

Che cosa possiamo ricavare da queste considerazioni? L'opportunità di pensare al *Made in Italy* nell'ottica più lecita di una mera indicazione geografica “semplice”,¹⁷⁶ basata su un doppio criterio di determinazione dell'origine in relazione al prodotto, in attesa di un auspicato intervento.

¹⁷⁶ Si veda la sentenza 7 novembre 2000, nota anche come “Warsteiner”, emessa dalla Corte di Giustizia nel procedimento C-312/98. La domanda di pronuncia pregiudiziale sottoposta dalla Cassazione tedesca chiedeva se la normativa europea su DOP e IGP fosse di impedimento ad una legge nazionale che proibiva l'uso ingannevole di un'indicazione che non implicava nessun rapporto fra le caratteristiche del prodotto e la sua origine geografica (indicazione geografica semplice).

CAPITOLO 2.

IL *TERROIR* NEL DIRITTO DELLA PROPRIETÀ INTELLETTUALE: LA TUTELA DEL NOME GEOGRAFICO

Dopo aver collocato dogmaticamente il tema in esame lasciamo le “sicure” sponde della tutela contro l'inganno, per addentrarci nelle politiche sulla qualità. Parliamo di quei segni distintivi che si spingono oltre la comunicazione della mera origine per garantire qualcosa di più, mostrando la scelta di far evolvere la produzione e il mercato agricolo da un'ottica di quantità ad una di qualità. Tali garanzie, richieste da una società sempre più globale e delocalizzata, come bilanciamento alle stesse, giustificano (o dovrebbero giustificare) un *surplus* di prezzo.¹⁷⁷

Abbiamo visto le differenti, implicite, traduzioni giuridiche di *terroir* così come enunciate nelle convenzioni internazionali. Proseguiamo, arricchendole, con i segni accolti in ambito europeo.

2.1. I regolamenti europei: DOP e IGP

La legislazione europea sui segni distintivi di prodotti agroalimentari di qualità è riassumibile in tre tappe normative:

- a) regolamento (CEE) n. 2081/1992 “relativo alla protezione delle indicazioni geografiche e delle denominazioni d'origine dei prodotti agricoli ed alimentari”;
- b) regolamento (CE) n. 510/2006 ugualmente “relativo alla protezione delle indicazioni geografiche e delle denominazioni d'origine dei prodotti agricoli ed alimentari”;
- c) regolamento (UE) n. 1151/2012 “sui regimi di qualità dei prodotti agricoli e alimentari”.

Senza entrare nel merito di eventuali differenze nello sviluppo cronologico dei regolamenti, soffermiamoci sui contenuti della norma in vigore, rilevando un'evoluzione desumibile fin da subito dal titolo. Il respiro più ampio e il riferimento generale alla qualità danno il senso dell'approccio politico di questi ultimi anni.¹⁷⁸ Il testo in questione è, infatti,

¹⁷⁷ Vedremo nel prossimo capitolo come sia il mercato a dover riconoscere quell'autenticità che permette di pagare un *surplus*. E attraverso questo *surplus* tutti i protagonisti che avevano creato quel prodotto vengono “remunerati” e possono continuare a fornire quel prodotto e migliorarsi.

¹⁷⁸ Non è un caso che il regolamento si inserisca, insieme ad altri documenti, nel c.d. “*pacchetto qualità*”.

il risultato di una lunga consultazione tra le parti,¹⁷⁹ con l'obiettivo di individuare e affinare idonei strumenti in grado di sfruttare le potenzialità dell'agricoltura europea e tradurle in benessere socio-economico.

La qualità agro-alimentare e i regolamenti citati costituiscono una delle ramificazioni della più ampia e generale Politica Agricola Comune, prevista dal Trattato originario di Roma.¹⁸⁰

Va ribadito a tal proposito che DOP e IGP sono il portato dell'evoluzione giuridica del settore vitivinicolo, storicamente precursore di importanti innovazioni. La regolamentazione in Europa di tale settore, comincia nel 1962 con l'istituzione della prima OCM vino e dei suoi regolamenti applicativi.¹⁸¹ In particolare, con regolamento (CEE) n. 817/70 del Consiglio del 28 aprile 1970 si stabilivano “disposizioni particolari relative ai vini di qualità prodotti in regioni determinate” (c.d. *v.q.p.r.d.*) introducendo una categoria antesignana rispetto a quella attuale.¹⁸² Il percorso sulla qualità, incentrato sul binomio prodotto-territorio, era iniziato.

Parallelamente all'evoluzione dell'organizzazione del mercato vitivinicolo si pensò, in linea con le prescrizioni dei Trattati, di semplificare il quadro che vedeva 21 singole OCM, ed armonizzare orizzontalmente le disposizioni comuni in un'unica OCM. Fu così adottato il regolamento n. 1234/2007, oggi sostituito dal regolamento n. 1308/2013, che rileva anche per l'applicazione della disciplina sulle DOP e IGP ai vini, in sostituzione dei *v.q.p.r.d.*

Dal momento che, allo stato attuale, non vi sono differenze di disciplina tali da giustificare un'analisi congiunta e separata, prendiamo come punto di riferimento il regolamento sui prodotti agricoli e alimentari, richiamando le specificità del vino ove necessario. Questo è un dato essenziale per il presente lavoro in quanto mostra la possibilità di offrire una cornice legislativa comune, rispettando, tuttavia, le particolarità intrinseche di taluni prodotti e talune filiere.

Un rapido sguardo ai considerando del regolamento aiuta a comprendere le molteplici ragioni che sostengono DOP e IGP.

In primo luogo tale sistema determina un funzionamento del mercato più idoneo,

¹⁷⁹ Si pensi ad esempio al Libro verde sulla qualità dei prodotti agricoli del 15 ottobre 2008.

¹⁸⁰ Già nel Trattato che istituiva la Comunità Economica Europea vi era un titolo dedicato all'Agricoltura. In particolare, l'art. 39 (tale e quale ancora oggi) elencava le finalità della Politica Agricola Comune. Per raggiungere tali obiettivi “sarà” (oggi “è”) creata una organizzazione comune dei mercati agricoli. Oggi, organizzazione comune dei mercati (Reg. UE n. 1308/2013), sostegno rurale (Reg. UE n. 1305/2013) e pagamenti diretti (Reg. UE n. 1307/2013) costituiscono le braccia operative della PAC.

¹⁸¹ Reg. del Consiglio (CEE) n. 24 del 4 aprile 1962, relativo alla graduale attuazione di un'organizzazione comune del mercato vitivinicolo, poi completato dai reg. n. 816 (disposizioni complementari su OCM vino) e 817 (sui *v.q.p.r.d.*) del 1970.

¹⁸² Regolamento più volte modificato.

attraverso il miglioramento dell'equilibrio tra domanda e offerta e la garanzia di una competizione leale tra produttori, mediante la tutela dell'investimento e la promozione dei prodotti.¹⁸³

In secondo luogo si occupa di assicurare ai produttori un'equa ricompensa per i prodotti forniti, legati ad un metodo di produzione tradizionale e ad un ambiente specifico.¹⁸⁴

In terzo luogo si rivolge ai consumatori, soddisfacendo la richiesta di un certo tipo di prodotto e tutelando il diritto ad un'informazione chiara ed esaustiva circa l'origine dello stesso.¹⁸⁵

Infine, ha un occhio di riguardo per l'economia rurale, comportando un beneficio sociale consistente nel mantenimento della popolazione in aree svantaggiate (zone montane o ultraperiferiche).¹⁸⁶

Analizziamo più nel dettaglio DOP e IGP.

È bene chiarire inizialmente che il *terroir* espresso dai due segni in questione è assai differente. Complice la natura cangiante dell'oggetto, esso varia a seconda del rapporto tra uomo e territorio. Quanto più il rapporto è stringente e fecondo e tanto più il *terroir* sarà esaltato dal segno più importante. Viceversa, quando tale rapporto sarà frutto di un “mero incontro”, sebbene significativo, varrà il secondo segno. Ciò non è sempre vero in assoluto, dovendosi analizzare di volta in volta le specifiche combinazioni naturali e umane che conducono al prodotto. Conseguente che, da questo punto di vista, il *terroir* espresso da DOP e IGP concerne non tanto un ambiente quanto un prodotto. Tali segni non classificherebbero così un territorio,¹⁸⁷ bensì la modalità di ottenimento di un prodotto e la sua disciplina via via più restrittiva.¹⁸⁸ Detto altrimenti, i nomi geografici indicherebbero i prodotti di un *terroir* più che rappresentare direttamente un *terroir*, da cui derivano certi prodotti. Questa differenza sottile, ma rilevante, parrebbe essere visibile anche dal testo

¹⁸³ Si vedano i considerando n. 3, 5, 19, 20, 29.

¹⁸⁴ Si veda il considerando n. 3.

¹⁸⁵ Si vedano i considerando n. 2 e 18.

¹⁸⁶ Si vedano i considerando 4 e 5.

¹⁸⁷ Ciò è dimostrato dal fatto che su un medesimo territorio possono insistere diversi prodotti con diversi segni di qualità. Altro esempio, riferito, questo, alla normativa italiana, è quello per cui un vino, partendo da zero, può aspirare nel tempo ad ottenere la più alta attestazione di qualità. Si veda l'articolo 8, d. lgs. 8 aprile 2010, n. 61.

¹⁸⁸ Questo dato è estremamente importante visto che la distinzione rispetto all'intensità del legame con il territorio tra prodotti DOP e IGP non appare sempre così chiara. L'esempio tipico riguarda i prodotti IGP “freschi”, che presentano spesso un legame con la componente agricola non inferiore a quello delle produzioni DOP. Altro esempio emblematico è quello di alcune DOP in cui il bacino di approvvigionamento ammesso per il reperimento della materia prima è notevolmente più ampio rispetto alla zona ammessa per le fasi di trasformazione e realizzazione finale del prodotto. Cfr. F. Arfini, G. Belletti, A. Marescotti, *Prodotti tipici e indicazioni geografiche. Strumenti di tutela e valorizzazione*, Gruppo 2013, Roma, Tellus, 2010, 51, 72, 114.

della legge.¹⁸⁹

Tecnicamente, è l'articolo 5 del regolamento citato che reca le definizioni di DOP e IGP.

“Denominazione di origine” è un nome che identifica un prodotto:
originario di un luogo, regione, o in casi eccezionali, di un paese determinati;
le cui qualità o le cui caratteristiche sono dovute essenzialmente o esclusivamente ad un particolare ambiente geografico ed ai suoi intrinseci fattori naturali e umani; e
le cui fasi di produzione si svolgono nella zona geografica delimitata.

“Indicazione geografica” è un nome che identifica un prodotto:
originario di un determinato luogo, regione o paese;
alla cui origine geografica sono essenzialmente attribuibili una data qualità; la reputazione o altre caratteristiche; e
la cui produzione si svolge per almeno una delle sue fasi nella zona geografica delimitata”.

Se indubbie somiglianze sono riscontrabili tra tali due definizioni e, rispettivamente, quella fornita dall'Accordo di Lisbona e dal TRIPs, altrettanto evidenti sono alcune specificità. Ciò che cambia sensibilmente è la cornice di contorno che, da un lato, investe risorse per aiutare i produttori “a comunicare” caratteristiche e peculiarità del prodotto; dall'altro, annovera specifiche garanzie al fine di tutelare l'investimento dei produttori, l'informazione del consumatore, il rispetto dei diritti di proprietà intellettuale e l'integrità del mercato: tutto per rendere il nome geografico, espressione di un prodotto di *terroir*, un soggetto competitivo.

Dopo tale confronto normativo, è necessario motivare il diverso grado di attaccamento al territorio. Innanzitutto, nelle DOP si richiede che le qualità o le caratteristiche del prodotto dipendano *essenzialmente* o *esclusivamente* dal loro territorio d'origine, quando invece nelle IGP è sufficiente che la reputazione o altre caratteristiche siano essenzialmente legate all'origine geografica.¹⁹⁰ È evidente che la perdita di essenzialità e l'aggiunta della mera reputazione rendono più ampia la possibilità di accedere ad una IGP e abbassano le pretese di collegamento ambiente-qualità-prodotto.

Successivamente va notato l'uso di terminologie differenti per quanto riguarda l'origine. Mera *origine geografica* contro *un particolare ambiente geografico e i suoi intrinseci fattori*

¹⁸⁹ In parte diversa la dizione utilizzata per il settore vitivinicolo dove *il nome esprime un territorio da cui deriva un prodotto*. Si veda, da un lato, l'art. 1, d. lgs. 8 aprile 2010, n. 61; dall'altro, l'art. 93 del regolamento OCM 1308/2013. Parte della dottrina rileva come sia stata una modifica voluta per ammettere quelle denominazioni che non contengono il nome di un luogo, quali ad esempio “Feta”, “Ciauscolo”, “Finocchiona”.

¹⁹⁰ Reputazione che, comunque, risulta “maggiore” della notorietà richiesta *ex art. 22 TRIPs* nonché *ex art. 93 reg. 1308/2013* per le IGP vitivinicole.

naturali e umani. Si scopre gradualmente un'esigenza e una complessità assai diversa tra due potenziali *terroir*, come fossero distinti da una conclamata peculiarità qualitativa in un caso (“antidemocratico” per riprendere un'espressione già utilizzata), da elementi più sfumati ed evocativi nell'altro (che potrebbe giustificare il riferimento alla “dignità” come citata nel precedente capitolo).

A riprova di ciò, il fatto che solo nelle DOP, tutte le fasi di produzione del prodotto devono essere svolte entro la zona geografica delimitata,¹⁹¹ mentre per le IGP è sufficiente che almeno una vi trovi luogo.¹⁹² Non va dimenticato che questa importante distinzione sfuma nello specifico caso del prodotto semplice dove la fase di produzione risulta verosimilmente una.

In ultimo, l'eccezionalità e la normalità che, rispettivamente, legano il nome di un Paese ad una DOP e ad una IGP rappresentano un ulteriore spunto a conferma del differente legame prodotto-ambiente di origine.¹⁹³

Definiti i segni europei della qualità, compiamo un passo ulteriore a partire dalla seguente considerazione.

A fronte di differenti “*milieu*” (considerati da alcuni come di primo e secondo livello) non corrisponde, come ci si potrebbe aspettare, una differenza di disciplina.¹⁹⁴ Per quale motivo, per un modello di protezione che abbiamo definito “forte”, non si è adottato un unico concetto di *milieu*, verosimilmente quello meno stringente, che avrebbe consentito la registrazione e la tutela di quello di primo livello? Il motivo, politico, sta nella possibilità di far valere sul mercato diversi livelli di qualità (l'acronimo DOP ha, infatti, un valore superiore dell'IGP), espressione di un legame più o meno forte con l'elemento fisico, territoriale. In questo caso, si rileva, la comunicazione costituisce uno *step* fondamentale sia

¹⁹¹ Analizzando alcuni disciplinari di produzione di prodotti DOP potrebbe apparire poco chiaro cosa si debba intendere per “*fasi di produzione*” ex art. 5. Per alcuni prodotti, infatti, è possibile rinvenire una scissione tra luogo di provenienza della materia prima e luogo di trasformazione e/o elaborazione. In realtà, il par. 3 dell'art. 5, legittima una DOP “anche se le materie prime dei relativi prodotti provengono da una zona geografica più ampia della zona geografica delimitata, o diversa da essa”, alle seguenti condizioni: delimitazione della zona di produzione delle materie prime; presenza di condizioni particolari per la produzione delle materie prime e relativo controllo; registrazione come denominazione di origine nel paese di origine anteriormente al 1° maggio 2004. Si specifica, infine, che possono essere considerate materie prime ai fini di questa deroga solo gli animali vivi, le carni e il latte.

¹⁹² La differenza, sensibile, con la disciplina vitivinicola, consiste nel fatto che i vini DOP e IGP devono essere prodotti interamente nella zona d'origine con la materia prima dello stesso luogo. In riferimento alle IGP è ammessa la possibilità che l'uva provenga da una zona diversa nei limiti del 15%.

¹⁹³ Paese inteso qui come nazione.

¹⁹⁴ Ad esempio, A. Vanzetti, V. Di Cataldo, *op. cit.*, 363 ss. utilizzano l'espressione con riferimento al *milieu* dell'Accordo di Lisbona e al Trips in relazione alla qualità e notorietà che fonderebbero rispettivamente la denominazione e l'indicazione. Analogicamente il ragionamento viene esteso a DOP e IGP sebbene in quest'ultima sia la reputazione (che rappresenta qualcosa di più della mera notorietà) a legittimare l'indicazione.

per quanto riguarda la coerenza nella definizione dei segni, sia l'investimento in termini di pubblicità e di informazione nei confronti del consumatore.

Vediamo, dunque, la fisionomia di questa disciplina indifferenziata.

2.1.1. Registrazione

Il primo punto che merita di essere riportato riguarda il procedimento di registrazione, disciplinato dagli artt. 48 e ss., capo IV del titolo V. Esso prevede, innanzitutto, un doppio passaggio che opera dapprima a livello nazionale, successivamente ed eventualmente, in sede comunitaria. A seguito della domanda presentata da un “gruppo”,¹⁹⁵ lo Stato membro esamina la richiesta “con i mezzi appropriati per stabilire se sia giustificata”¹⁹⁶ e allo stesso tempo “avvia una procedura nazionale di opposizione che garantisce l'adeguata pubblicazione della domanda e prevede 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”.¹⁹⁷ Completato questo passaggio, lo Stato membro decide se esprimere un giudizio negativo (rigettando così la domanda) o favorevole, trasmettendo il fascicolo alla Commissione e dando il via alla fase comunitaria.¹⁹⁸

La fase comunitaria, analogamente, prevede un riesame da parte della Commissione della documentazione ricevuta, per la valutazione della sussistenza dei requisiti richiesti. L'eventuale esito positivo comporta la pubblicazione del documento nella *Gazzetta ufficiale dell'Unione europea*.¹⁹⁹ A questo punto, si apre il termine per la procedura comunitaria di opposizione. Si tratta di un periodo di tempo di tre mesi in cui “le autorità di uno Stato membro o di un paese terzo oppure ogni persona fisica o giuridica avente un interesse legittimo e stabilita in un paese terzo possono presentare alla Commissione una *notifica* di opposizione”.²⁰⁰ È previsto che, a pena di nullità, essa debba contenere “una dichiarazione secondo la quale la domanda potrebbe non essere conforme alle condizioni stabilite nel presente regolamento”.²⁰¹ Entro due mesi da tale atto deve seguire una *dichiarazione* di opposizione debitamente motivata. Se la Commissione ritiene ricevibile l'istanza avvia le

¹⁹⁵ Per “gruppo” s'intende ai sensi dell'art. 3 lett. 2), “qualsiasi associazione, a prescindere dalla sua forma giuridica, costituita principalmente da produttori o trasformatori che trattano il medesimo prodotto”. Si veda anche l'art. 49 co. 1.

¹⁹⁶ Art. 49 co. 2 par. 2.

¹⁹⁷ Art. 49 co. 3.

¹⁹⁸ L'art. 9 prevede che in questa fase dell'*iter*, gli Stati membri possano concedere una protezione provvisoria al nome oggetto di registrazione che scadrà con l'adozione della decisione da parte della Commissione.

¹⁹⁹ Se, invece, la Commissione ritiene non siano soddisfatte le condizioni per la registrazione, adotta “atti di esecuzione” che respingono la domanda. Si veda l'art. 52, par. 1 e l'art 57.

²⁰⁰ Art. 51 par. 1 co. 1.

²⁰¹ Art. 51 par. 1 co. 3.

consultazioni tra parte opponente e resistente affinché giungano ad un accordo.²⁰² Nel caso di intesa raggiunta entro tre mesi (prorogabile di altri tre se espressamente richiesto), che non abbia comportato modifiche rilevanti al documento unico o al disciplinare, la Commissione registra direttamente la denominazione nel “Registro delle denominazioni di origine protette e delle indicazioni geografiche”.²⁰³ Da notare che tali procedure di opposizione e registrazione non precludono l'esperimento di azioni giurisdizionali e sarà curioso analizzare casi specifici sulla problematica in esame: dalla delimitazione dell'area di produzione, alla definizione delle tecniche di produzione o della zona di condizionamento del prodotto.

In relazione al procedimento, va puntualizzato che esso prevede dei divieti impeditivi alla registrazione per alcuni nomi.²⁰⁴ Così, l'art. 6 sancisce espressamente una serie di preclusioni dovute alla genericità dei nomi;²⁰⁵ alla sovrapposizione con il nome di una varietà vegetale o di una razza animale, quando possa indurre in errore il consumatore sulla vera origine del prodotto; nel caso di omonimia con una DOP o IGP già registrata, anche qui ove vi sia potenziale induzione in errore del consumatore; al conflitto con un marchio già registrato “qualora, tenuto conto della notorietà e della reputazione di un marchio e della durata di utilizzazione dello stesso, la registrazione del nome proposto come denominazione di origine o indicazione geografica sarebbe tale da indurre in errore il consumatore quanto alla vera identità del prodotto”.²⁰⁶

2.1.2. Protezione e controlli

Anche in materia di protezione e controlli il regolamento in questione si differenzia notevolmente dalle normative già passate rapidamente in rassegna. Protezione e controlli rappresentano due lati della stessa medaglia: la prima è ben garantita in caso di corretta applicazione della seconda.

I nomi che superano con successo la procedura di registrazione sono protetti dal diritto dell'Unione europea. L'articolo 13 delinea l'ambito di applicazione della tutela, elencando le pratiche illecite in quanto lesive dei diritti connessi alle DOP e IGP:

“qualsiasi impiego commerciale diretto o indiretto di un nome registrato per prodotti

²⁰² Nel caso non si arrivi ad un accordo sarà la Commissione a decidere direttamente la questione, consultando il Comitato per la politica di qualità dei prodotti agricoli.

²⁰³ Il Registro (DOOR, ossia *Database of Origin and Registration*) è pubblico e consultabile al seguente indirizzo: <http://ec.europa.eu/agriculture/quality/door/list.html>

²⁰⁴ Divieti tipici riscontrabili da un punto di vista generale nelle discipline sui segni distintivi, atte a tutelare la correttezza del mercato e l'affidamento dei consumatori.

²⁰⁵ Genericità così definita dall'art. 3, punto 6): “i nomi di prodotti che, pur riferendosi al luogo, alla regione o al paese in cui il prodotto era originariamente ottenuto o commercializzato, sono diventati il nome comune di un prodotto nell'Unione”.

²⁰⁶ Art. 6, punto 4.

che non sono oggetto di registrazione, qualora questi ultimi siano comparabili ai prodotti registrati con tale nome o l'uso di tale nome consenta di sfruttare la notorietà del nome protetto, anche nel caso in cui tali prodotti siano utilizzati come ingrediente;

qualsiasi usurpazione, imitazione o evocazione, anche se l'origine vera dei prodotti o servizi è indicata o se il nome protetto è una traduzione o è accompagnato da espressioni quali "stile", "tipo", "metodo", "alla maniera", "imitazione" o simili, anche nel caso in cui tali prodotti siano utilizzati come ingrediente;

qualsiasi altra indicazione falsa o ingannevole relativa alla provenienza, all'origine, alla natura o alle qualità essenziali del prodotto usata sulla confezione o sull'imballaggio, nel materiale pubblicitario o sui documenti relativi al prodotto considerato nonché l'impiego, per il confezionamento, di recipienti che possano indurre in errore sulla sua origine;

qualsiasi altra pratica che possa indurre in errore il consumatore sulla vera origine del prodotto”.

Sebbene parte della dottrina abbia evidenziato “luci e ombre”²⁰⁷ in riferimento alle novità introdotte, questo elenco mostra chiaramente la forza della tutela che il legislatore concede ai nomi geografici. La registrazione di un prodotto come DOP o IGP comporta significativi vantaggi per i produttori che si avvalgono di tali segni, tuttavia gli strumenti attraverso cui è possibile dare attuazione a tali disposizioni sono demandate alla determinazione dei singoli Stati membri.

Ci si soffermi, ora, su un problema applicativo risolto solo di recente, costituente una delle “luci”.

Fino al 2012 mancava una norma fondamentale capace di rendere piena e operativa, a livello di Unione, la protezione accordata. Il problema verteva sull'obbligo o sulla mera facoltà per gli Stati membri di agire nei confronti degli usi, dei nomi registrati, contrari alla disciplina dell'articolo 13. La presenza di un vero e proprio dovere sarebbe stato fondamentale per garantire una protezione uniforme e coerente al sistema creato. In mancanza di ciò, vi sarebbe stato un fondato rischio di banalizzare una delle politiche più importanti a livello comunitario nonché di ledere alcuni tra i principi fondanti l'Unione europea, su tutti la libera circolazione dei prodotti.²⁰⁸

Ad evidenziare le lacune del sistema fu, come spesso accade, un caso specifico. La Commissione europea, dopo aver ripetutamente chiesto alla Repubblica federale di Germania di adottare misure per porre fine alla commercializzazione nel territorio tedesco

²⁰⁷ Cfr. F. Capelli, *Il regolamento (UE) n. 1151/2012 sui regimi di qualità dei prodotti agro-alimentari: luci ed ombre*, in *Rivista di diritto alimentare*, 2014, 1, 52; V. Rubino, *La protezione delle denominazioni geografiche dei prodotti alimentari nell'Unione europea dopo il regolamento 1151/2012 UE*, in *Rivista di diritto alimentare*, 2013, 4, 4.

²⁰⁸ È chiaro che in mancanza di una garanzia di tutela, il produttore non avrebbe incentivi ad esportare il proprio prodotto, considerato il rischio di imitazione e usurpazione del segno; il consumatore sarebbe meno incline ad acquistare tali prodotti in quanto insicuro sull'autenticità; il mercato unico sarebbe esso stesso pregiudicato.

di prodotti denominati “Parmesan” (contrari alla normativa su DOP e IGP),²⁰⁹ decise di adire la Corte di Giustizia per chiedere l'accertamento dell'inadempienza della Germania in quanto rifiutatasi di perseguire un illecito avvenuto sul suo territorio.

Gli orientamenti delle parti in causa dibattevano sull'interpretazione del combinato disposto degli articoli 10 e 13 del regolamento 2081/1992.²¹⁰ Da un lato la Commissione sosteneva il dovere per gli Stati di prendere d'ufficio le misure necessarie per reprimere i comportamenti lesivi delle DOP e IGP. Ciò, attraverso una forzatura della normativa, dettata da un argomento sistematico, onde evitare un pregiudizio al raggiungimento degli scopi della Comunità. Dall'altro la Germania negava tale obbligo, eccependo ulteriormente l'adozione di misure coerenti con l'art. 10 co. 1,²¹¹ che assicuravano la tutela effettiva dei diritti.²¹²

Gli sforzi argomentativi della Commissione non sortirono l'effetto sperato tanto che la Corte di Giustizia, con sentenza del 26 febbraio 2008, respinse il ricorso rilevando la mancanza di un tal obbligo.²¹³

Il dibattito che si generò, non potendo essere altrimenti, fu estremamente acceso. La dottrina maggioritaria si schierò contro tale pronuncia, non perché sbagliata, ma per gli effetti che avrebbe potuto comportare.²¹⁴ Chi ne criticò l'eccessivo formalismo, chi un'interpretazione rigidamente letterale, chi l'inadeguatezza per il regime delle DOP e IGP, chi, più ad ampio spettro, il rischio di un affievolimento del carattere fondante dei segni,

²⁰⁹ Va sottolineato che le peculiarità giuridiche emerse dal caso in questione non si esauriscono nel tema che qui affrontiamo, ma coinvolgono argomenti quale la genericità dei nomi e la tutela delle denominazioni composite. Si veda a titolo di esempio: I. Canfora, *Il caso “Parmigiano Reggiano”: denominazioni di origine composte e strumenti di tutela tra competenze nazionali e diritto comunitario*, in *Rivista dir. agr.*, II, 2008, p. 16; F. Capelli, *La sentenza Parmesan della Corte di giustizia: una decisione sbagliata (Nota a sentenza del 26 febbraio 2008 in causa n. C-132/05)*, in *Dir. com. e degli scambi internazionali*, 2008, 329.

²¹⁰ La norma cardine in oggetto è il co. 4 dell'art. 10 che riportiamo: “Qualora constatino che un prodotto agricolo o alimentare recante una denominazione protetta originaria del suo Stato membro non risponde ai requisiti del disciplinare, le autorità di controllo designate e/o gli organismi privati di uno Stato membro prendono i necessari provvedimenti per assicurare il rispetto del presente regolamento. Essi informano lo Stato membro delle misure adottate nell'esercizio dei controlli. Le decisioni prese devono essere notificate agli interessati”.

²¹¹ “Gli Stati membri provvedono a che entro sei mesi dell'entrata in vigore del presente regolamento vi siano strutture di controllo aventi il compito di garantire che i prodotti agricoli e alimentari recanti una denominazione protetta rispondano ai requisiti del disciplinare”.

²¹² Le autorità tedesche, a sostegno della propria tesi, fecero valere l'adozione di numerose norme atte a contrastare l'uso illecito di DOP e IGP, su tutte, quelle che permettevano anche a soggetti diversi dal titolare del diritto di impugnare ogni comportamento lesivo della denominazione tutelata dinanzi all'autorità competente.

²¹³ Causa c-132/05.

²¹⁴ Cfr. F. Gencarelli, *Il caso “parmesan”: la responsabilità degli Stati nella tutela delle Dop e Igp tra interventi legislativi e giurisprudenziali*, in *Dir. Dell'Unione europea*, 2008, 830 e ss.; A. Germanò, *Gli Stati membri hanno l'obbligo di difendere di ufficio le denominazioni geografiche protette?*, in *Dir. giur. agr. alim. amb.*, 2008, 478 e ss; I. Trapè, *op. cit.*, 230.

quella natura pubblicistica che avrebbe ceduto il passo alla dimensione privatistica con effetti deleteri anche in sede internazionale.²¹⁵

Al di là di ciò, risultava evidente e unanime, come ben dimostrato dalla sentenza, una lacuna normativa. Un vuoto che rimase tale, addirittura dopo le novità del 2006. Solo con il regolamento attuale, il 1151, il legislatore intervenne espressamente,²¹⁶ introducendo l'obbligatorietà della protezione *ex officio* delle DOP e IGP.²¹⁷ Il dovere per gli Stati di verificare e reprimere le pratiche non autorizzate, a prescindere dalla provenienza geografica delle denominazioni, è il solo modo che consente il realizzarsi di una protezione uniforme su tutto il territorio dell'Unione, garantendo i diritti di produttori e consumatori.

La problematica appena considerata ci permette di affrontare in modo migliore il tema dei controlli. Il regolamento prevede un sistema orientato a garantire a produttori e consumatori l'autenticità dei prodotti designati con i segni DOP e IGP. Le norme di riferimento si trovano agli articoli 35 e seguenti del capo I, titolo V sui "controlli ufficiali".²¹⁸ In primo luogo va rilevato il doppio oggetto dei controlli. Questi, infatti, riguardano da un lato la verifica della conformità di un prodotto alle indicazioni contenute nel disciplinare²¹⁹ e, dall'altro, il monitoraggio dell'uso sul mercato dei nomi protetti.²²⁰ Per entrambi sono responsabili gli Stati membri che devono predisporre idonee misure al fine di assicurarne lo svolgimento, designando una o più autorità competenti.²²¹ È ammessa espressamente la facoltà, per tali autorità, di delegare una o più funzioni ad organismi privati di controllo e/o certificazione *ad hoc* che assicurino allo stesso modo terzietà, indipendenza e professionalità.²²² L'uso della delega è strumento che nella prassi viene utilizzato spesso, soprattutto in relazioni ai controlli *ex art. 37*. Come rilevato da parte della dottrina, questa situazione "pone in luce due elementi parzialmente in contraddizione l'uno con l'altro".²²³ Se appare chiara la dimensione pubblicistica del sistema dei controlli ufficiali demandati agli stati membri, la tendenza a delegare una parte di questi a soggetti privati ne fa emergere una natura ibrida. La stessa giurisprudenza italiana ha interpretato il fenomeno

²¹⁵ Si pensi ai negoziati in sede di OMC e alla posizione antitetica Ue/Usa.

²¹⁶ Cfr. G. Castelli, *La protezione ex officio delle DOP e IGP dei prodotti agricoli ed alimentari*, in *Rivista di diritto agrario*, 2013, 1, in cui pare interessante, tra le diverse conclusioni prospettate, quella sul nuovo potere esercitato dal Parlamento europeo *ex art. 43 par. 2, TFUE*. L'autore pone l'accento sulla possibilità che l'introduzione della norma in questione sia stata "imposta" proprio da tale istituzione.

²¹⁷ Ai sensi dell'articolo 13 co. 3, "Gli Stati membri adottano le misure amministrative e giudiziarie adeguate per prevenire o far cessare l'uso illecito delle denominazioni di origine protette e delle indicazioni geografiche protette ai sensi del paragrafo 1, prodotte o commercializzate in tale Stato membro".

²¹⁸ Oltre a DOP e IGP è contemplato anche il segno STG, di cui non ci occuperemo stante la mancanza di un necessario ambiente naturale di supporto alla tradizione.

²¹⁹ Analisi da effettuarsi *ex ante* rispetto all'immissione del prodotto sul mercato.

²²⁰ Si veda l'art. 38.

²²¹ Si veda l'art. 36.

²²² Necessariamente accreditati secondo la procedura *ex art. 39 co. 3*.

²²³ Ferrari, *op. cit.*, 77.

delle certificazioni, caso emblematico in tale contesto, come “esercizio privato di pubbliche funzioni”, alla luce del fatto che si tratta “non di compiti accordati nell'interesse particolare dei produttori dello specifico [prodotto], ma di attribuzioni aventi di mira la protezione di interessi pubblici alla genuinità e lealtà del mercato alimentare”.²²⁴

Avendo analizzato, da un lato, il procedimento di registrazione e i suoi impedimenti *ex ante*, dall'altro, il modello di protezione e relativi controlli, rimane da approfondire l'aspetto più importante per il tema in oggetto. Si è ritenuto utile posticipare questa riflessione per non frammentare eccessivamente l'argomento. Quali sono, dunque, i requisiti necessari affinché la domanda di registrazione possa essere accolta e accedere così alla protezione? L'articolo 8 (“Contenuto della domanda”) richiede, in particolare, due condizioni: gruppo e disciplinare.²²⁵

2.1.3. Il ruolo del disciplinare di produzione

Il cuore del presente capitolo è il cuore di ogni denominazione o indicazione protetta: il disciplinare. Rappresenta la carta d'identità di ogni prodotto DOP/IGP, ne permette l'esistenza e ne regola la vita quotidiana. Oltre ad essere il documento che propone al mondo il prodotto, è anche un veicolo fondamentale di garanzia. Alla funzione “normativa” e di tutela contro produttori sleali si affianca anche quella “comunicativa” nei confronti dei consumatori, in termini di informazione e riconoscibilità. A differenza del prodotto industriale, qui la ricetta ed il metodo di produzione vengono espressi ed estesi, “per ridurre l'asimmetria informativa nelle transazioni lungo la filiera in tema di caratteristiche qualitative del prodotto favorendo la crescita della denominazione nel tempo”.²²⁶

Da un altro punto di vista, “La centralità del disciplinare può essere colta sotto un duplice profilo. Da un canto, esso deve racchiudere una serie di elementi che definiscono in modo puntuale il prodotto che reca la denominazione o indicazione protetta. Il disciplinare deve così contenere, oltre al nome di cui si chiede la registrazione, anche: la descrizione del prodotto, incluse “le principali caratteristiche fisiche, chimiche, microbiologiche ed organolettiche”; la determinazione dei confini della zona geografica di riferimento; gli elementi che dimostrano sia che il prodotto è originario di quella zona, sia che esiste un legame tra le sue qualità e la sua origine; “la descrizione” del metodo di ottenimento del

²²⁴ Cass. 10 gennaio 2008, n. 355, in *Foro italiano*, 2008, I, 739, con commento di A. Palmieri, in Ferrari, *op. cit.*, 77.

²²⁵ Il terzo requisito, implicito nel disciplinare, ma richiesto espressamente, è il documento unico. Esso è importante in quanto pone ancor più in esponente l'elemento principe del disciplinare: la descrizione del legame prodotto-ambiente.

²²⁶ F. Arfini, G. Belletti, A. Marescotti, *op. cit.*, 56.

prodotto”; il nome delle autorità incaricate di verificare il rispetto del disciplinare; le regole specifiche in materia di etichettatura. Dall'altro, il disciplinare è un documento che nasce da un'iniziativa spesso privata, ma che necessariamente riceve una validazione pubblica. In altri termini, e a differenza di quanto prevista per il regolamento d'uso nei marchi a matrice collettiva, il contenuto del disciplinare viene individuato anche grazie all'apporto dei soggetti pubblici, nazionali in prima battuta, comunitari in sede di approvazione finale, competenti ad accogliere o respingere la domanda di registrazione della DOP o IGP”.²²⁷

L'accento, in entrambi i contributi, sulla dimensione pubblicistica, eleva quest'ultima a caratteristica fondamentale dei segni in questione. In altri termini DOP e IGP sono permeati da un'area pubblica in quanto, da un lato, da essa ricevono validazione e ottengono tutela; dall'altro, a loro volta si rendono pubblici, facendosi conoscere in ogni dettaglio.

Ma come si crea un disciplinare? L'analisi conduce a richiamare un concetto che era stato lasciato inespresso precedentemente e che porta il nome di tipicità.²²⁸ Il prodotto tipico, (accettando la traslazione come prodotto “*du terroir*”), è stato felicemente definito come “l'esito di un processo storico collettivo e localizzato di accumulazione di conoscenza contestuale che si fonda su di una combinazione di risorse territoriali specifiche sia di natura fisica che antropica che dà luogo a un legame forte, unico e irripetibile col territorio di origine”.²²⁹

Ebbene, la traduzione, per iscritto, della tipicità del prodotto dà luogo al disciplinare: “un processo di costruzione sociale dell'identità di un prodotto tipico, che affonda le proprie radici nella storia e nella tradizione collettiva del luogo di produzione, e che in un dato momento storico porta una comunità di attori alla necessità di fissare una serie di regole di produzione formalizzate e approvate da un'autorità superiore”.²³⁰

Queste regole altro non sono che l'esito di procedure di definizione di *standards* volontari di qualità del prodotto, dapprima, definite tramite una negoziazione a livello

²²⁷ Ferrari, *op. cit.*, 71.

²²⁸ Da non confondere con gli aggettivi “tradizionale” e “locale” entrambi dotati di significato proprio. Se tipicità fa rima con *terroir*, il prodotto tradizionale “sottolinea un collegamento con il passato, con una tradizione produttiva storica che non ha voluto o potuto adeguarsi alle tecniche moderne e standardizzate, almeno per un qualche aspetto rilevante che conferisce loro una qualche specificità, mentre il legame con il territorio risulta più sfumato” (Arfini, Belletti, Marescotti, *op. cit.*, 15.). Così, se i prodotti tipici sono anche tradizionali, non è sempre vero il contrario. Il prodotto locale, invece, esprime una vicinanza fisica tra produttore e consumatore, riferendosi alla sola provenienza geografica del prodotto senza far necessariamente riferimento ad un collegamento tra luogo e particolarità del prodotto.

²²⁹ G. Belletti, G. Brunori, A. Marescotti, A. Paciani, A. Rossi, *Il processo di valorizzazione delle produzioni agroalimentari tipiche*, in B. Rocchi, D. Romano (a cura di), *Tipicamente buono. Concezioni di qualità lungo la filiera dei prodotti agro-alimentari in Toscana*, Milano, Franco Angeli, 2006, cit. in Arfini, Belletti, Marescotti, *op. cit.*, 15. Definizione che, da un lato, rispecchia le riflessioni svolte nel primo capitolo sul concetto di *terroir*, dall'altro, si “sovrappone” alla definizione accolta dall'OIV.

²³⁰ Arfini, Belletti, Marescotti, *op. cit.*, 129.

locale e, successivamente, approvate da un'autorità superiore. È, questa, una delle particolarità della normativa comunitaria sulle indicazioni geografiche, cioè fornire la cornice giuridica entro cui elaborare questo doppio passaggio consequenziale: “*bottom up*” e autorità.

Appare interessante spendere qualche parola sulla contrattazione che avviene in sede locale, che ha l'obiettivo di giungere ad una comunione d'intenti su ciò che dovrebbe rappresentare la qualità di quel prodotto. È una fase altamente stimolante che comporta, tuttavia, alcuni rischi. Quello più evidente è rappresentato dallo snaturare la tipicità stessa del prodotto, attraverso scelte orientate maggiormente al profitto di mercato nel breve periodo. La definizione di *standards*, infatti, comporta per definizione standardizzazione che, comprensibilmente, contrasta con l'espressione del prodotto tipico, per sua natura originale, vario, diverso, unico. Se, da un lato, standardizzare costituisce una base di partenza, un ausilio fondamentale per le imprese (in termini di coordinamento e costruzione del bene, relazione con altre imprese, comunicazione con il mercato, ...), e per i consumatori (in termini di consapevolezza e quindi di informazioni di acquisto, ...), dall'altro non deve essere sinonimo di omologazione e, soprattutto, uniformazione verso il basso. In altre parole se il prodotto deve essere riconoscibile, ciò non significa che debba essere uguale ed identico.

Si comprende come il tavolo di discussione sul disciplinare di produzione rappresenti un momento fondamentale per la vita presente e futura del prodotto, in cui il bilanciamento di interessi, estremamente delicato, deve mediare tra opinioni differenti (di attori differenti) circa la qualità da assegnare al prodotto.

A tal proposito, l'approccio della teoria delle convenzioni permette di leggere questo processo “come uno spazio di contrattazione tra diverse convenzioni di qualità relative allo stesso prodotto, ed è particolarmente fecondo allorché si cerchi di analizzare ed interpretare i punti di conflitto e di cooperazione tra diverse categorie di attori, ciascuna delle quali è portatrice di una particolare “visione” sulla qualità del prodotto [...] e, di conseguenza, le modalità attraverso le quali è possibile ottenerla”.²³¹

Il compromesso raggiunto sarà il risultato di un intreccio di convenzioni di qualità differenti per origine e natura (industriale, domestica e civica su tutte).²³² “Per molti

²³¹ Arfini, Belletti, Marescotti, *op. cit.*, 129-130.

²³² A. Marescotti, *Prodotti tipici e sviluppo rurale alla luce della teoria economica delle convenzioni*, in E. Basile, D. Romano (Eds.), *Sviluppo Rurale: società, territorio, impresa, (atti del Congresso SIDEA, Firenze, 5 maggio 2000)*, Milano, Franco Angeli, 2001. Se convenzione “è una regola comune cui gli agenti si attengono per risolvere collettivamente una situazione non decisibile mediante il solo calcolo individuale” (5) e convenzione di qualità dei prodotti “è il risultato di un processo di costruzione sociale, frutto cioè dell'interazione e dell'accordo tra individui, continuamente “messo alla prova” e soggetto a rinegoziazione nel tempo e nello spazio” (8), il disciplinare può essere letto come una convenzione che medi tra le differenti qualità percepite dai diversi attori partecipanti al progetto. Nella convenzione industriale la qualità del prodotto viene valutata in base alla capacità di adeguamento a precisi *standards* di processo al fine di realizzare prodotti rispondenti a

prodotti tipici, la traiettoria seguita da questo processo sembra oggi funzione dell'evoluzione dell'instabile compromesso tra una convenzione di qualificazione industriale ed una domestica-civica, il cui esito non [è] privo di conseguenze nell'orientare le trasformazioni del prodotto, la struttura e l'organizzazione delle imprese e del processo produttivo, le scelte del consumatore e l'azione degli agenti istituzionali pubblici e privati coinvolti”.

Alcuni esempi pratici permettono di comprendere meglio la questione.²³³

Nella stesura del disciplinare di produzione della DOP *Jambon sec de corse – Prisuttu*, un aspetto assai controverso sulla qualità del prodotto riguardava la quantità di sale da utilizzare per la stagionatura della materia prima. Se, da un lato, nella tradizione locale la caratteristica preminente del prosciutto crudo era l'elevato contenuto di sale, al fine di garantire un'idonea conservazione soprattutto nei periodi più caldi, dall'altro, il mercato e il gusto del consumatore medio attuale prediligono un prodotto più dolce. A questo punto ci si chiede: se una tecnica innovativa, quale la conservazione a freddo, consentisse di ridurre la quantità di sale utilizzata esaltando ulteriormente il corredo aromatico del prodotto, sarebbe legittimo introdurla o attenuerebbe la tipicità del *Prisuttu*, piegandosi alle logiche del mercato?

Ancora in Francia, nel disciplinare di produzione del *Camembert de Normandie* DOP, il punto di partenza per l'elaborazione del prodotto era costituito dal latte crudo. Alcuni grandi produttori, nel 2007, chiesero una modifica del disciplinare onde permettere l'uso di una materia prima meno pregiata, ma più “sicura”, il latte pastorizzato. La richiesta non fu accolta.

In un caso italiano che vedeva fronteggiarsi produttori artigianali e industriali, invece, si optò per la soluzione opposta. I primi consideravano fondamentale per il Culatello di Zibello DOP, un lungo periodo di stagionatura con metodo tradizionale, contro il periodo più breve e l'uso della refrigerazione e di locali climatizzati dei secondi. La negoziazione condusse ad ammettere tali tecniche moderne.

La dinamicità del disciplinare e delle scelte compiute, tuttavia, necessitano di monitorare costantemente l'accordo sulla tipicità. Ecco perché, una volta raggiunta l'intesa ed aver operato tale codificazione, va considerato un ulteriore aspetto rilevante: la non immutabilità del disciplinare. L'articolo 53, rubricato “modifica di un disciplinare”, stabilisce procedure differenziate che permettono di ritoccare il contenuto, distinguendo tra modifiche minori e non, a seconda che cadano su elementi secondari o principali.²³⁴

regole codificabili e quantificabili; in quella domestica, qualità richiama la tradizione produttiva ed i legami di fiducia che si instaurano tra i partecipanti allo scambio; in quella civica, la qualità si definisce in base alla capacità di soddisfare obiettivi collettivi e/o rispettare principi di ordine superiore. Cfr. 8-9.

²³³ Cfr. Arfini, Belletti, Marescotti, *op. cit.*, 134.

²³⁴ Affinché una modifica sia considerata minore essa non deve riferirsi alle caratteristiche essenziali

Il concetto di modifica potrebbe essere letto come una possibilità di contrasto ad una “ossificazione” del prodotto tipico. “Il legame tra prodotto e territorio non può essere considerato come una regola scritta una volta per tutte [...], ma deve essere continuamente re-interpretato alla luce dei cambiamenti del contesto locale e globale. La tradizione deve [...] essere oggetto di interpretazione all'interno della comunità dei produttori e della società locale, dopo aver identificato un “nocciolo duro” della tipicità che non può essere che il frutto della riflessione, talvolta anche del conflitto e della negoziazione, tra gli attori locali”.²³⁵

In conclusione, se, come si è visto, il documento analizzato rappresenta un mezzo per comunicare la qualità del prodotto, diviene importante esplicitare meglio tale concetto; analizzare come viene accolto, specialmente in ambito europeo, in relazione ai segni distintivi che si pongono in stretto contatto con il *terroir*.

2.1.3.1. I problemi della qualità in generale e nella specifica relazione con il *terroir*: rassegna giurisprudenziale

Qualità. Questa parola divenuta di uso quotidiano, assume una valenza fondamentale nel settore alimentare. Cosa significa, per il diritto, alimento di qualità?

Può voler dire semplicemente buono? Ed eventualmente, per chi? Oppure sicuro da un punto di vista igienico-sanitario? Ancora, confezionato in modo originale? Proveniente da un luogo rinomato o vocato? Rispettoso dell'ambiente? Equo e solidale? Certificato? Realizzato da un produttore affermato? Pubblicizzato? Creato con tecnologie all'avanguardia? O con antiche pratiche?

Ebbene, già questi semplici interrogativi danno il senso della difficoltà di fornire una nozione generale di qualità alimentare, in quanto ogni locuzione presa distintamente potrebbe astrattamente fondarla: dipende, sempre, dal fine perseguito.

Nel Libro Verde sulla qualità dei prodotti agricoli la Commissione europea dice testualmente che l'arma più potente di cui gli agricoltori dell'UE dispongono per affrontare la competizione globale è la qualità.²³⁶ Ma tale arma in cosa consiste? In un punto di forza “grazie all'altissimo livello di sicurezza garantito dalla normativa UE”.²³⁷ E proseguendo,

del prodotto; non deve alterare il legame ex lettera f), punto i) o ii), dell'articolo 7; non deve includere una modifica del nome del prodotto; non deve riguardare la zona geografica delimitata; non deve rappresentare un aumento delle restrizioni relative alla commercializzazione del prodotto o delle sue materie prime.

²³⁵ Arfini, Belletti, Marescotti, *op. cit.*, 14.

²³⁶ Cfr. A. Germanò, *La qualità dei prodotti agro-alimentari secondo la Comunità europea*, in *Rivista di diritto agrario*, I, 2009, 361 e ss, per una lettura critica delle ambiguità emerse nell'approccio della Commissione.

²³⁷ Libro Verde sulla qualità dei prodotti agricoli: norme di prodotto, requisiti di produzione e

“Nondimeno, vi sono anche altri aspetti che possono contribuire a migliorare la qualità in senso lato”.²³⁸ Dunque sicurezza *in primis* e altri aspetti in secondo luogo. Su questi “altri aspetti” sarà concentrata l'attenzione.²³⁹ Il documento in questione si riferisce alla capacità del prodotto di soddisfare le aspettative dei consumatori e in particolare, con riferimento ai prodotti agricoli, rilevano il luogo e il metodo di produzione.

L'importanza attribuita al consumatore (quindi più sul soggetto a valle, che sull'oggetto - bene - e i soggetti - uomo e natura - a monte), risalta anche dall'*Impact Assessment Report* (IAR), predisposto dalla Commissione stessa l'8 aprile del 2009 a seguito delle risposte dei vari gruppi di *stakeholders* all'inchiesta pubblica operata attraverso il Libro Verde. La qualità si esprime qui, in quel giudizio che il consumatore dell'alimento soggettivamente gli attribuisce, per la presenza di fattori che determinano in lui una sensazione di gradimento. In questo ampio insieme di sensazioni personali, indotte da innumerevoli fattori, che vanno dal gusto in sé, sfumando via via a quelli più immateriali ed emotivi, definire oggettivamente la qualità pare non essere più il problema.

Se lo stato attuale della questione sembra manifestarsi in questi termini, si deve compiere un passo indietro.

Tra Bruxelles e Lussemburgo, quella che da molti anni riguarda il tema della qualità è una lunga ed intricata vicenda. Quasi una “battaglia”, tra Commissione europea e Corte di Giustizia. Al centro, sempre, una questione di approccio. Materiale e oggettivo da un lato; immateriale e soggettivo dall'altro. Gli anni '80, ma soprattutto '90 e 2000 hanno riservato casi giurisprudenziali che, a livello europeo, hanno decretato vincitore il secondo approccio. Le sentenze sul Vino Sekt, sul Vino Rioja, sul Torrone di Alicante, sulla Birra Warsteiner e Budweiser e tante altre sono emblematiche in tal senso.

Quale ruolo hanno avuto le Istituzioni europee in tale contesto? L'approccio iniziale, di tipo materiale e oggettivo, era figlio di una particolare considerazione del *terroir*. “La Commissione [UE], a chiare lettere ha più volte negato all'origine territoriale dei prodotti agroalimentari una connotazione spendibile nel senso della qualità in sé”.²⁴⁰ Da un lato, solo i prodotti “a denominazione” potevano beneficiare del nome geografico, dall'altro, la denominazione era ottenibile solo se i parametri analitico-descrittivi di natura chimico-fisica del prodotto evidenziavano una obiettiva ed inconfutabile particolarità. “A quality

sistemi di qualità, Commissione delle Comunità europee, 15 ottobre 2008, COM (2008) 641 def., 4.

²³⁸ *Ibidem*, 4

²³⁹ Come argomenta correttamente Germanò, i requisiti di igiene e sicurezza sono pre-requisiti di ogni alimento immesso nel mercato alimentare europeo e non possono costituire requisiti di qualità. Questi ultimi, invece, dovrebbero essere requisiti ulteriori, determinanti per vincere la gara nel mercato. Allo stesso modo, andrebbero esclusi dalla nozione di qualità gli elementi identitari (intesi come quelli che identificano la categoria merceologica) e quelli estetici.

²⁴⁰ Albisinni, *Nomi geografici e marchi commerciali: regole del mercato e sistemi locali*, in *Economia e Diritto Agroalimentare*, 2007, 12, 2, 34.

description or quality label should not be reserved for products from a particular geographical entity but should be based exclusively on the intrinsic characteristics of the products”.²⁴¹ Come se il prodotto fosse un essere a sé stante rispetto alla sua origine. Questa logica di eccezione non solo mortificava gli esclusi, ma comportava voli pindarici sulla presunta specificità di certi inclusi. Il territorio, come sintesi complessa della vita stratificata in un luogo, come geografia irripetibile, come memoria storica condivisa, scompare. Al territorio si sostituisce uno spazio artificiale privo di complessità e qualità, di identità e appartenenza.²⁴²

La stessa Corte di Giustizia sembra partire dalle medesime premesse, ma muta più rapidamente il proprio orientamento. Appare interessante osservare l'evoluzione delle posizioni sostenute, alla luce di alcuni, esemplari, casi pratici.

Cronologicamente, il primo caso rilevante che la Corte si trova ad affrontare, riguarda una controversia tra due imprenditori francesi e lo Stato del Belgio.²⁴³ Il punto di diritto dibattuto atteneva alla differente normativa imposta nei due Stati: quale il corretto adempimento degli oneri per la vendita di prodotti con certificazione d'origine? Da un lato, la legge belga del 18 aprile 1927 considerava denominazioni d'origine solo quelle notificate al governo belga dai governi interessati, come ufficiali e definitive; dall'altro, il regio decreto 2 dicembre 1934, n. 57, all'articolo 1 stabiliva, sanzionandolo penalmente, il divieto d'importare, vendere, trasportare acquaviti recanti una denominazione d'origine regolarmente approvata, qualora le merci non fossero accompagnate da un documento attestante ufficialmente il diritto alla suddetta denominazione. Il prodotto in questione, lo *Scotch whisky*, era denominazione regolarmente omologata. I Dassonville (padre e figlio), titolari di un'impresa con sede in Francia e una succursale in Belgio, acquistavano in Francia e importavano in Belgio del Whisky scozzese secondo la normativa francese. Il problema risiedeva nel fatto che ai fini di tale normativa, il documento ufficiale che doveva accompagnare i prodotti a denominazione d'origine era la semplice ricevuta che attestava l'acquisto e il versamento della cauzione all'amministrazione francese, non essendo richiesto, diversamente dal Belgio, un certificato di origine del prodotto. I Dassonville, a parere dell'autorità belga, avrebbero dovuto importare direttamente dall'Inghilterra ovvero imporre ai loro fornitori francesi (o alle stesse autorità britanniche) di rendere i documenti ufficiali. Nel successivo procedimento penale i Dassonville si difendevano, tra le altre cose, invocando la presunta violazione, da parte della normativa belga, dei principi del diritto

²⁴¹ Commissione europea, XVII *Annual Report on monitoring the application of Community law, Bruxelles*, COM (1999) 301 final, punto 2.13, *Agriculture*, 2.13.1, *Free movement of agricultural products*, cit. in *Ibidem*, 33.

²⁴² Cfr. Albinetti, *Nomi geografici*, *op.cit.*, 35 ss. È riscontrabile una dottrina orientata ad evidenziare l'affermarsi di una “globalizzazione omogeneizzante” che annulli le specificità territoriali. In particolare si vedano le note 37-41.

²⁴³ Sentenza della Corte di Giustizia 11 luglio 1974, causa n. C-8/74, nota come sentenza “Dassonville”.

comunitario e in particolare degli articoli 30 e ss. del trattato CEE che vietavano di applicare, negli scambi tra Stati membri, restrizioni quantitative e misure di effetto equivalente. Il Tribunale di primo grado di Bruxelles, con rinvio pregiudiziale, sottopose alla Corte di Giustizia la seguente questione pregiudiziale: “Se gli artt. 30, 31, 32, 33, e 36 vadano interpretati nel senso che una norma interna, la quale vieti fra l'altro l'importazione d'acquavite con denominazione d'origine regolarmente omologata dal governo nazionale, qualora la merce non sia accompagnata dall'apposito certificato rilasciato dal governo del paese esportatore, costituisce una restrizione quantitativa o una misura di effetto equivalente”.²⁴⁴

Tralasciando le arringhe degli avvocati delle parti in causa, riportiamo il punto 6 della sentenza della Corte: “Finché non sarà istituito un regime comunitario che garantisca ai consumatori l'autenticità della denominazione di origine d'un prodotto, gli Stati membri che intendano adottare provvedimenti contro comportamenti sleali in tale settore possono farlo soltanto a condizione che tali provvedimenti siano ragionevoli e che i mezzi di prova richiesti non abbiano per effetto di ostacolare il commercio fra gli Stati membri, ma siano accessibili a tutti i cittadini comunitari”. Seppur non entrando nel merito delle denominazioni geografiche, la Corte esprime la considerazione di una generale liceità nei confronti di misure nazionali intese a prevenire comportamenti sleali. Entro certi limiti. Ebbene, i due limiti espressamente indicati, ragionevolezza e accessibilità paiono decisamente ampi e discrezionali, rimessi ad un bilanciamento di interesse orientato più al politico che al giuridico. Negli anni '70 l'interesse preminente del mercato libero e comune prevaleva decisamente sulla tutela delle denominazioni di origine, impedita oltretutto dalla mancanza di una normativa europea e dalla frammentarietà e discordanza delle normative degli Stati membri.

La decisione finale conferma quanto espresso: “Lo Stato membro che richieda un certificato d'origine più facilmente ottenibile dall'importatore diretto d'un prodotto che non da chi abbia acquistato regolarmente il medesimo prodotto in un altro Stato membro (diverso dal paese d'origine) dov'esso si trovava in libera pratica, pone in essere una misura d'effetto equivalente ad una restrizione quantitativa incompatibile col trattato”.

Pochi mesi dopo, la Corte si trova nuovamente ad affrontare un caso di indicazioni geografiche, entrando questa volta nel merito e abbozzando una definizione.²⁴⁵ Il ricorso proposto dalla Commissione delle Comunità europee contro la Repubblica federale di Germania mirava a far accertare la violazione di quest'ultima degli obblighi *ex* articoli 30 e ss. del trattato CEE relativi al divieto di misure d'effetto equivalente a restrizioni quantitative all'importazione. La violazione di tali obblighi sarebbe stata causata dalla legge

²⁴⁴ Le questioni sottoposte al vaglio della Corte sono, in realtà, due.

²⁴⁵ Sentenza della Corte di Giustizia del 20 febbraio 1975, in causa n. C-12/74, nota come sentenza “Sekt”.

tedesca sui vini “*Weingesetz*” del 14 luglio 1971 e del suo regolamento attuativo, che riservavano ai soli paesi di lingua tedesca (ufficiale in tutto il territorio) la produzione di vini con denominazione “*Sekt*” e acquaviti “*Weinbrand*”. La Commissione sosteneva che il governo tedesco avesse tentato di trasformare tali denominazioni generiche in indicazioni di provenienza tramite legge, violando così il diritto della Comunità. In effetti, non v'è alcun richiamo nei nomi ad un preciso *terroir*, bensì, (secondo la legge), ai paesi di lingua tedesca e ad un metodo di produzione particolare, da cui deriverebbe un prodotto unico (“*bouquet* tedesco”). L'argomento più forte che la Germania pone a sua difesa è la notorietà di questi due aspetti agli occhi del consumatore: “*Sekt*” è uno spumante proveniente da un Paese ben preciso e prodotto con tecniche determinate.

Esaminando il ragionamento della Corte, rileva soffermarsi sull'approccio utilizzato nei confronti delle indicazioni di provenienza e delle denominazioni d'origine. Pur non chiarendo quale fosse la differenza tra le une e le altre, ne evidenziò il requisito minimo comune: “esse devono mettere in rilievo la provenienza del prodotto da una determinata zona geografica. [...] La loro ragione d'essere consiste precisamente nel designare un prodotto che possiede in effetti *qualità e caratteristiche intimamente connesse* alla zona di provenienza. Per quanto riguarda più specificamente le indicazioni di provenienza, il collegamento con la zona geografica d'origine deve poter evocare una *qualità e caratteristiche tali da consentire una precisa individuazione del prodotto*. [...] Una zona di provenienza definita in rapporto all'intero territorio nazionale oppure in funzione d'un criterio linguistico non costituisce un ambito geografico (nel senso in precedenza considerato) cui si possa ricollegare un'indicazione di provenienza. Ciò è tanto più vero se si osserva che i prodotti in esame possono essere ottenuti partendo da uve di provenienza non specificata. Nella fattispecie, è pacifico che la zona di provenienza determinata dalla legislazione vinicola non presenta caratteristiche naturali omogenee atte a distinguerla dalle zone limitrofe; non si può infatti affermare che le materie prime utilizzate nella fabbricazione dei prodotti controversi presentino necessariamente proprietà naturali diverse a seconda che siano ottenute al di qua oppure al di là della frontiera nazionale”.²⁴⁶

Questa citazione ci fa comprendere chiaramente l'orientamento della Corte. L'approccio alle indicazioni geografiche (*latu sensu*) e al *terroir* appare meramente obiettivo e materiale. La relazione tra territorio e prodotto e il conseguente risultato qualitativo veniva letto in senso puramente deterministico. In modo congruente con quanto argomentato, ma con qualche dubbio di ragionamento, la sentenza dichiarò contraria all'articolo 30 del Trattato CEE la legge tedesca.

²⁴⁶ Punti 7 e 8 della sentenza in esame. È sufficiente riportare l'articolo 2 co. 2 del regolamento n. 817/70 per capire il vincolo territoriale: “Ciascuna regione determinata è oggetto di una delimitazione precisa, per quanto possibile in base alla parcella o all'appezzamento vitato. Tale delimitazione [...] tiene conto in particolare della natura del terreno e del sottosuolo, del clima e della situazione delle parcelle o degli appezzamenti vitati”. [Corsivo mio].

Quasi vent'anni dopo, la Corte, in occasione della sentenza *Exportur*, tornò ad occuparsi di indicazioni di provenienza e di denominazioni d'origine.²⁴⁷

La controversia originava dalla supposta violazione da parte di due società francesi di una convenzione bilaterale franco-spagnola sulla tutela delle denominazioni e delle indicazioni di provenienza, che aveva riservato la denominazione “Torrone di Alicante” ai soli prodotti spagnoli. Invocando tale convenzione, un produttore spagnolo chiedeva al Tribunale di Perpignan (sede delle società francesi) di vietare l'uso della denominazione ai fabbricanti francesi. Mentre il tribunale respingeva la domanda, la Corte d'Appello di Montpellier rimetteva alla Corte di Giustizia le seguenti questioni: “1) Se gli articoli 30 e 34 del Trattato CEE debbano essere interpretati nel senso che vietano la tutela delle denominazioni d'origine o di provenienza disposta dalla convenzione [...]; 2) in caso di soluzione affermativa della questione precedente, se l'articolo 36 del Trattato debba essere interpretato nel senso che autorizza la tutela delle stesse denominazioni”. Nel giudizio era intervenuta anche la Commissione europea, assumendo l'illegittimità della convenzione in questione, per violazione delle norme in tema di libera circolazione dei prodotti *ex* articoli 30 e 36.²⁴⁸ “Il divieto di usare le denominazioni di cui trattasi potrebbe essere giustificato unicamente nell'ipotesi in cui i torroni prodotti in queste regioni possiedano delle qualità o una reputazione dovute a fattori naturali od umani specifici dell'ambiente geografico. Ciò avverrebbe, ad esempio, se questi torroni fossero fabbricati con prodotti aventi qualità proprie della zona di produzione o secondo ricette tradizionali che esigessero del personale in possesso di qualifiche o di esperienze particolari”.²⁴⁹ Si manifesta così, in tutta la sua chiarezza, l'immagine di un *terroir* coerente con quella di vent'anni prima, in occasione della sentenza “*Sekel*”.

Passando ad analizzare il ragionamento della Corte, si scopre un primo, vero *overruling* dei principi in esame. I giudici di Lussemburgo, dopo un attento esame della propria precedente giurisprudenza decidono di respingere la posizione della Commissione (nonché precedentemente propria) concludendo per la legittimità di accordi che riservino ai produttori situati in una certa zona geografica l'uso di talune denominazioni. In primo

²⁴⁷ Sentenza della Corte di Giustizia del 10 novembre 1992, in causa n. C-3/91.

²⁴⁸ Art. 30: “Senza pregiudizio delle disposizioni che seguono, sono vietate fra gli Stati membri le restrizioni quantitative all'importazione nonché qualsiasi misura di effetto equivalente.” Art. 36: “Le disposizioni degli articoli da 30 a 34 inclusi lasciano impregiudicati i divieti o restrizioni all'importazione, all'esportazione e al transito giustificati da motivi di moralità pubblica, di ordine pubblico, di pubblica sicurezza, di tutela della salute e della vita delle persone e degli animali o di preservazione dei vegetali, di protezione del patrimonio artistico, storico o archeologico nazionale, o di tutela della proprietà industriale e commerciale. Tuttavia, tali divieti o restrizioni non devono costituire un mezzo di discriminazione arbitraria, né una restrizione dissimulata al commercio tra gli Stati membri”.

²⁴⁹ Punto 79 delle osservazioni della Commissione proposte nella relazione d'udienza presentata nel procedimento C-3/91.

luogo, secondo i giudici comunitari, esiste una differenza tra le indicazioni di provenienza e le denominazioni di origine.²⁵⁰ Se entrambe identificano la provenienza geografica del prodotto, differiscono sensibilmente nell'intensità del rapporto che lega quest'ultimo al territorio d'origine. Mentre le prime possono fondare tale legame sulla reputazione, per le seconde valgono le caratteristiche precise e riscontrabili del prodotto. Operata questa distinzione, è gioco facile per la Corte affossare la tesi della Commissione nella parte in cui “sostiene che la funzione specifica della denominazione sussiste [...] unicamente se il prodotto designato dalla denominazione tutelata possiede delle qualità e delle caratteristiche dovute all'ubicazione geografica della sua provenienza e tali da contraddistinguerlo. Essa [Commissione] precisa che nel caso in cui il prodotto non tragga un sapore particolare da un determinato terreno, l'etichettatura che indichi il luogo d'origine o di provenienza [...] basterebbe per tutelare il consumatore dal rischio di errore”.²⁵¹ Tale considerazione tuttavia, “si risolverebbe nel privare di qualsiasi tutela le denominazioni geografiche che siano usate per dei prodotti per i quali non si può dimostrare che debbano un sapore particolare ad un determinato terreno [...], denominazioni comunemente chiamate indicazioni di provenienza. Queste denominazioni possono ciò nondimeno godere di una grande reputazione presso i consumatori e costituire per i produttori, stabiliti nei luoghi che esse designano, un mezzo essenziale per costituirsi una clientela. Esse devono quindi essere tutelate”.²⁵²

Orbene, tale sentenza segna una svolta epocale nello sviluppo del diritto dell'Unione europea in materia alimentare (e non solo), ponendosi come *leading case* per la giurisprudenza successiva.

Da evidenziare l'evoluzione nella definizione di indicazione di provenienza: dal richiedere, quale requisito oggettivo di tutela, la necessaria esistenza di un legame tra qualità e territorio nella sentenza *Sekt*, ad accontentarsi nell'*Exportur*, di un nesso soltanto possibile, o anche solo creduto, fondato sulla reputazione.

Per la prima volta, inoltre, il riconoscimento delle indicazioni geografiche come diritto di proprietà industriale diventa interesse dotato di un peso maggiore rispetto alla libera circolazione delle merci, inaugurando una nuova stagione giuridica. “In proposito va rilevato che lo scopo della convenzione è quello di impedire che i produttori di uno Stato contraente usino le denominazioni geografiche di un altro Stato, sfruttando così la

²⁵⁰ Il punto 11 della sentenza in oggetto recita: “[...] le indicazioni di provenienza sono destinate ad informare il consumatore del fatto che il prodotto che le reca proviene da un luogo, da una regione o da un paese determinato. A questa provenienza geografica può essere connessa una reputazione più o meno grande. La denominazione d'origine, dal canto suo, garantisce, oltre alla provenienza geografica del prodotto, il fatto che la merce è stata prodotta secondo i requisiti di qualità o le norme di produzione disposti da un atto delle pubbliche autorità e controllati dalle stesse e quindi la presenza di talune caratteristiche specifiche”.

²⁵¹ Punto 27 della sentenza.

²⁵² Punto 28 della sentenza.

reputazione propria dei prodotti delle imprese stabilite nelle regioni o nei luoghi indicati da tali denominazioni. Uno scopo siffatto, che mira a garantire la lealtà della concorrenza, può essere considerato compreso nella salvaguardia della proprietà industriale e commerciale ai sensi dell'art. 36, purché le denominazioni non abbiano acquistato, al momento dell'entrata in vigore della convenzione o in un momento successivo, natura generica nello Stato d'origine".²⁵³

Non solo. L'anno 1992, come accennato, risulta molto importante per l'adozione del regolamento sulle indicazioni geografiche e denominazioni di origine dei prodotti agricoli e alimentari, quelle, ossia, che dispongono un "nesso fra le caratteristiche del prodotto e la sua origine geografica".²⁵⁴ Giova ribadire che il confine tracciato dalla Corte, tra indicazioni di provenienza e denominazioni di origine, pare essere riversato in quello tra IGP e DOP. La normativa infatti, seppur interpretata in un primo momento secondo una logica materiale e di eccezione, richiede una potenzialità di reputazione come mero requisito per accedere all'indicazione geografica non troppo difficile da ottenere.

Proseguendo nella disamina giurisprudenziale si dovrà tenere in debita considerazione l'innovazione normativa.

L'originale disegno regolatore, inteso alla valorizzazione degli elementi immateriali e simbolici del prodotto alimentare, emerso nella sentenza sul rinomato dolciume, ha trovato conferma in una successiva pronuncia relativa al prodotto "industriale" per eccellenza, la birra.²⁵⁵

A 40 chilometri da un luogo specifico è possibile produrre un alimento con il medesimo nome geografico? La vicenda è legata alla birreria *Warsteiner Brauerei*, sita fin dal 1753 a *Warstein* (cittadina della Renania-Nord Westfalia) e titolare di un marchio registrato "*Warsteiner*". Nel 1990 la società acquistava uno stabilimento a Paderborn, dove produceva diverse tipologie di birra, applicandovi poi il proprio marchio. La legge tedesca sui marchi precisa, tuttavia, che è proibito l'uso di indicazioni geografiche, ove ciò comporti un rischio di equivoci sulla provenienza geografica, anche quando si tratti di indicazioni c.d. "semplici" e manchi un legame fra le caratteristiche del prodotto e la sua provenienza geografica.²⁵⁶ Citata in giudizio, (dove la società perse in primo grado e vinse in Appello), il caso arrivò in Cassazione, che decise di rivolgere ai giudici di Lussemburgo la seguente questione pregiudiziale: "Se il regolamento (CEE) del Consiglio 14 luglio 1992, n. 2081, relativo alla protezione delle indicazioni geografiche e delle denominazioni d'origine dei prodotti agricoli ed alimentari, osti ad una normativa nazionale che proibisca l'uso ingannevole di una denominazione di origine geografica semplice, vale a dire di

²⁵³ Punto 37 della sentenza.

²⁵⁴ Considerando n. 9 del regolamento.

²⁵⁵ Sentenza della Corte di Giustizia del 7 novembre 2000, in causa n. C-312/98, conosciuta come sentenza "*Warsteiner*". L'appellativo "industriale" non tragga in inganno sulla natura astrattamente (e, per alcuni, concretamente) artigianale del prodotto.

²⁵⁶ Legge tedesca sulla protezione dei marchi e altri contrassegni (*Markengesetz*) del 25 ottobre 1994.

un'indicazione che non implica nessun rapporto fra le caratteristiche del prodotto e la sua origine geografica”.

Pur senza richiamare la sentenza *Exportur*, la Corte riafferma la compatibilità con il diritto comunitario di norme nazionali che assicurano la protezione delle indicazioni geografiche al di fuori dello schema disciplinato dal regolamento n. 2081/92 e, soprattutto, anche in assenza di qualunque legame fra caratteristiche materiali del prodotto e provenienza geografica oltre che di qualunque apprezzabile differenza obiettiva tra prodotti ottenuti in località diverse. Si conferma così l'ammissibilità di indicazioni geografiche “semplici” tutelate dal diritto nazionale.²⁵⁷

Inoltre la pronuncia, come sostenuto da Albinini, “si connota per quello che non dice non meno che per quello che dice. L'elemento di maggior rilievo della motivazione, infatti, accanto ad una lettura del regolamento n. 2081/92 che ne circoscrive l'area applicativa, è nel totale silenzio serbato sugli artt. 30 e 36 del Trattato in tema di divieto delle misure di effetto equivalente alle restrizioni alle importazioni”.²⁵⁸ Ciò viene interpretato dall'autore come una novità importante del processo di integrazione europea e del commercio alimentare, sia per la forma (“legislazione giudiziale”) che per i contenuti (si pensa ai numerosi precedenti che, su tali articoli, si basavano).

L'importanza della proprietà industriale, non solo come interesse giuridicamente derogante i divieti di misure restrittive agli scambi, ma soprattutto come cornice disciplinare delle indicazioni geografiche tutelabili in sé, viene ribadita con forza nella storica pronuncia “Rioja II”.²⁵⁹ La relazione doverosa va operata con la precedente sentenza “Delhaize” e mostra ancora una volta la diversa impostazione della Corte prima e dopo il caso sul torrone. Fino a pochi mesi prima di quest'ultimo, infatti, si ribadiva il concetto di qualità materiale, declinandolo in diverse direzioni. Nel caso specifico in esame, si dichiarava contraria al diritto europeo la normativa spagnola in quanto non era “dimostrato che l'imbottigliamento del vino di cui trattasi nella regione di produzione fosse un'operazione che gli conferiva caratteristiche particolari, ovvero un'operazione indispensabile al mantenimento delle caratteristiche specifiche da esso acquisite”,²⁶⁰ rendendo dunque illegittimo imporre l'obbligo di imbottigliamento all'interno della zona di

²⁵⁷ Cfr. P. Borghi, *I requisiti di tutela dei prodotti di qualità*, in *Rivista di diritto alimentare*, 2009, 2, 3, nota 8.

²⁵⁸ Albinini, *L'aceto balsamico di Modena, il torrone di Alicante e la birra di Warstein (Denominazioni geografiche e regole del commercio alimentare)*, in *Rivista di diritto agrario*, 2001, 113-114.

²⁵⁹ Sentenza della Corte di Giustizia del 16 maggio 2000, in causa n. C-388/95, nota come “Rioja II”. Si veda anche l'esito opposto dichiarato nella precedente sentenza “Rioja I”, nota anche come sentenza “Delhaize”, del 9 giugno 1992, in causa n. C-47/90. Cfr. M. Borraccetti, *La tutela del vino di qualità può ammettere una deroga al divieto di misure di effetto equivalente: il caso Rioja*, in *Rivista di diritto agrario*, 2000, II, 306 e ss.

²⁶⁰ Punto 19 della sentenza “Delhaize”.

produzione.²⁶¹ La dimostrazione empirica delle specificità, (di cui godrebbe il prodotto finale), dovute all'imbottigliamento nel medesimo luogo in cui le uve sono coltivate e vinificate costituisce una *probatio diabolica* figlia della considerazione per cui la qualità doveva essere oggettivamente misurabile.²⁶² Per beneficiare della giustificazione per motivi di tutela della proprietà industriale ex articolo 36 del Trattato, le condizioni espresse dalla legge dovevano essere “necessarie a garantire che la denominazione di origine rispondesse al suo specifico scopo”, che non significa altro che “garantire che il prodotto cui è attribuita provenga da una zona geografica determinata e possieda talune caratteristiche particolari”.²⁶³ Di conseguenza, prosegue la Corte, “l'obbligo di imbottigliare il vino nella regione di produzione [...] è giustificato [...] qualora imprima al vino originario di detta regione caratteristiche particolari atte ad individuarlo, ovvero qualora [...] sia indispensabile al mantenimento delle caratteristiche specifiche acquisite dal vino”.²⁶⁴ La conclusione, in questi termini, non poteva che portare ad una violazione dell'articolo 34, che puntualmente costituì il dispositivo della sentenza.

Tale normativa, tuttavia, fu la causa del ricorso nella sentenza “Rioja II”, con interpretazione ed esito opposti. Il Regno del Belgio agì dinanzi alla Corte di Giustizia lamentando l'infrazione spagnola per non aver operato alcuna modifica alla legge “incriminata”.²⁶⁵ Ciò si rifletteva, a detta dell'attore, in una violazione dell'articolo 5 del Trattato CEE per inottemperanza agli obblighi comunitari, oltre a confermare l'illegittimità della normativa in base all'articolo 34 e al regolamento che in quel periodo regolava i vini di qualità prodotti in regioni determinate.²⁶⁶ Il convenuto, d'altro canto, basava la sua difesa

²⁶¹ Regio decreto 22 febbraio 1988 n. 157/1988, relativo alle norme che disciplinano le denominazioni di origine e ai rispettivi regolamenti. In particolare l'art. 19, n. 1, lett. b) subordina l'attribuzione della denominazione di origine “*calificada*”, tra l'altro, all'obbligo di imbottigliamento nelle cantine di origine, vale a dire nelle cantine situate all'interno della regione di produzione.

²⁶² Se quest'ultimo dovesse essere il criterio definitivamente accolto, dovremo forse sviscerare tutto ciò che è correlato, ma non obiettivamente determinante per la specificità del prodotto? Un percorso a ritroso che dal prodotto finito risalga alla materia prima potrebbe comportare il rischio di non giustificare alcunché materialmente, escludendo lo stesso luogo dal “rilevante”. Il caso in esame rientra nell'affascinante tema del “condizionamento” nel luogo di origine. Per una disamina critica cfr. P. Borghi, *L'insostenibile leggerezza delle versioni linguistiche: condizionamento e confezionamento dei prodotti DOP e IGP nel recente regolamento UE n. 1151/2012*, in *Rivista di diritto alimentare*, 2013, 3, 29, che analizza le criticità di una modifica (o svista) terminologica: da condizionamento a confezionamento. Si veda a tal proposito l'articolo 4, co. 2, lett. e) del regolamento 510/06 e l'art. 7, co.1, lett. e) del regolamento 1151/2012; S. Masini, *Sull'imbottigliamento in zona d'origine: conflitto di filiera e modello di sviluppo territoriale*, in *Rivista di diritto alimentare*, 2012, 2, 55

²⁶³ Punti 16 e 17 della sentenza “Delhaize”.

²⁶⁴ Punto 18 della sentenza “Delhaize”.

²⁶⁵ Ricorso peraltro giudicato “inopportuno” dalla stessa Commissione europea sulla base di un contraddittorio preventivo tra le parti in causa.

²⁶⁶ Regolamento CEE n. 823/87 del 16 marzo 1987. Oggetto di interpretazione, in particolare, era l'art. 18 che autorizzava gli Stati membri a definire condizioni di produzione e circolazione più

nel ritenere l'imbottigliamento in una determinata zona il solo modo per considerare il vino come effettivamente originario di un luogo e per tutelare in modo pieno il prodotto, la sua reputazione, notorietà e qualità. L'obbligo in esame, condizione controversa, “malgrado i suoi effetti restrittivi sugli scambi, deve essere considerata conforme al diritto comunitario, se è dimostrato che costituisce un mezzo necessario e proporzionato idoneo a preservare la notevole reputazione di cui gode incontestabilmente la «denominación de origen calificada» Rioja”.²⁶⁷ Questo punto mostra una differenza importante che discosta le due sentenze. La dimostrazione qui richiesta non verte più sulle qualità intrinseche del prodotto di natura chimico-fisica, ma si sposta su un piano socio-economico con onere probatorio più agevole, il quale viene soddisfatto e motivato con la mancanza di misure alternative, meno restrittive, idonee a conseguirlo.

Trasporto e imbottigliamento al di fuori della regione di produzione metterebbero in pericolo il sistema del vino Rioja e la sua qualità? La Corte non risponde in termini positivi o negativi, bensì afferma come “il rischio per la qualità del prodotto offerto al consumatore è maggiore quando il vino è stato trasportato e imbottigliato al di fuori della regione di produzione che non nel caso in cui esso sia stato trasportato e imbottigliato all'interno della detta regione”.²⁶⁸ Rischio dovuto, in particolare, al diverso grado e qualità di controllo ed esperienza nelle due situazioni, riconoscendo un ruolo fondamentale alla comunità dei produttori e degli altri attori locali.²⁶⁹

Potrebbe apparire curioso che la medesima legge sia stata oggetto di interpretazioni opposte, anche perché gli elementi normativi intervenuti nel frattempo non spostavano di molto gli assetti.²⁷⁰ Lo spunto che qui si propone sta nel leggere tale giurisprudenza come un'evoluzione nell'interpretazione dei principi e nella sensibilità di un tema rilevante.

Principio analogo è quello espresso dalla Corte relativamente a due prodotti italiani: il Grana Padano e il Prosciutto di Parma. Chiedere, tramite rinvio pregiudiziale alla Corte di Giustizia, «se l'art. 29 CE debba intendersi nel senso che esso si oppone ad una normativa nazionale che riserva la denominazione d'origine “Grana Padano” al solo formaggio grattugiato nella zona di produzione, ove un siffatto obbligo non sia indispensabile al mantenimento delle caratteristiche specifiche acquisite da tale prodotto» o «se dal punto di vista del diritto delle Comunità europee, il regolamento (CEE) del Consiglio n. 2081/92

rigorose.

²⁶⁷ Punto 59 della sentenza “Rioja II”. Si veda la condizione controversa affrontata dalla Corte nei punti 47-78.

²⁶⁸ Punto 74.

²⁶⁹ Per onere di completezza bisogna testimoniare le criticità argomentative della Corte. In tal senso: cfr. Borraccetti, *op. cit.*, 309-310, soprattutto in relazione al punto 78 della sentenza.

²⁷⁰ Unica eccezione di rilievo, forse, l'ottavo considerando del Regolamento 2081/92 che precisa che quest'ultimo si applica nel rispetto della legislazione vigente relativa ai vini e alle bevande spiritose “la quale mira a stabilire un grado di protezione più elevato”.

[...] attribuisca un diritto comunitario valido [...] alla limitazione della vendita al dettaglio come “prosciutto di Parma” di prosciutto affettato e confezionato, derivato da prosciutti debitamente esportati da Parma in conformità ai requisiti posti dalla DOP, ma che non sono stati poi affettati, confezionati ed etichettati conformemente al disciplinare», significa porre una domanda equivalente a quella se l'obbligo d'imbottigliamento in zona d'origine sia legittimo o meno.²⁷¹ La decisione finale, comune, ritiene che la normativa comunitaria, *rectius*, il regolamento 2081/92, “dev'essere interpretato nel senso che non si oppone a che l'uso di una denominazione di origine protetta sia subordinato a una condizione di realizzazione, nella zona di produzione, di operazioni quali grattugiatura/affettamento e il confezionamento, qualora una tale condizione sia prevista nel disciplinare”.²⁷²

Questo nuovo tipo di qualità pone in esponente il ruolo propulsore della comunità locale come elemento di unicità e valore aggiunto. In particolare, la comunità di produttori, attraverso il disciplinare, potrà decidere le regole migliori per produrre e proporre il proprio prodotto. “La Corte sottolinea come la responsabilità della buona reputazione di una denominazione appartenga, pienamente e collettivamente, alla comunità dei produttori della zona, in quanto tali maggiormente idonei a garantire un sistema di controlli della qualità”.²⁷³

Da notare, inoltre, che il motivo dell'entusiasmo di Albisinni per il tacito esito argomentativo della sentenza “*Warsteiner beer*”, si ritrova, *mutatis mutandis*, nelle tre pronunce appena analizzate. Ad emergere, una forte tensione in una fase cruciale di cambiamento.

I processi logico-interpretativi che mostrano lacune in linearità, infatti, affermano, dapprima, un'ovvia illegittimità delle misure adottate a tutela dei prodotti in quanto

²⁷¹ Curiosamente, i due casi differiscono per l'andamento del processo nella fase nazionale. Il giudice francese nel caso “Grana Padano” conclude per la tutela della denominazione sia in primo che in secondo grado; la giurisprudenza inglese, all'opposto, respinge ricorso e appello del Consorzio Prosciutto di Parma.

²⁷² P.Q.M. della Corte. Anche più di recente è stata riconosciuta la legittimità di previsioni che impongono alcune fasi del condizionamento nella zona d'origine: T.A.R. Lazio, Sez. II ter, 8 gennaio 2003, n. 1670, relativamente alla denominazione “Soave” e T.A.R. Sardegna, Sez I, 8 marzo 2012, n. 268, sulla denominazione “Vermentino”.

Alla luce della giurisprudenza analizzata e del reg. 1151/2012 (art. 7, par.1, lett. e)), le restrizioni in base alla zona d'origine possono essere imposte, oggi, solo se necessarie, proporzionate e atte a salvaguardare la reputazione dell'indicazione geografica o denominazione d'origine. Da notare che, nel settore vitivinicolo, ex art. 6, co. 1, reg. 607/2009, “per «*produzione*» si intendono tutte le operazioni eseguite, dalla vendemmia dell'uva fino al completamento del processo di vinificazione, esclusi i processi successivi alla produzione”. Richiedendo, ex art. 93, par. 1, reg. 1308/2013, che la *produzione* di un vino a denominazione debba avvenire nella zona geografica d'origine implicitamente si legittimano operazioni di condizionamento (che non rientrano nelle fasi di produzione) al di fuori di essa, su tutte l'imbottigliamento. Non solo, in quanto il medesimo art. 6, reg. 607/2009, al comma 4, legittima che il processo stesso di vinificazione possa essere effettuato “in una zona nelle immediate vicinanze della zona geografica delimitata, oppure in una zona situata nella stessa unità amministrativa o in un'unità amministrativa limitrofa, in conformità alle disposizioni nazionali”. [Corsivo mio].

²⁷³ Albisinni, *op. cit.*, 107, nota 15.

manifestamente restrittive del commercio (a livello *in, ex art. 34*, o *out, ex art. 30*), richiamando la proprietà industriale come àncora di salvataggio, ma tuttavia finiscono con il legittimarle senza bisogno di invocare il (famoso) articolo 36.²⁷⁴ A tal proposito, va rammentato che Grana e Prosciutto avevano ottenuto il segno DOP nel 1996. Ci troviamo dunque di fronte a due istituti diversi con norme diverse: indicazioni di provenienza “semplici”, come nel caso della birra e denominazioni qualificate, quelle per vino, formaggio e prosciutto, invocate nel nome della politica della qualità. Due istituti facenti parte della medesima cornice disciplinare della proprietà intellettuale, ma tutelate e tutelabili con strumenti e intensità differenti. Da un lato, la riconosciuta ammissibilità di indicazioni semplici basate sulla corretta informazione e sulla notorietà del nome pone quesiti sul valore da assegnarvi in ambito europeo; dall'altro, il regolamento 2081 crea una categoria che non necessita di essere derogata *ex 36*, in quanto portatrice di interessi di pari livello (se non superiore) alla libera circolazione.

Un altro esempio che ben certifica e chiarisce questo scontro è emerso nel nostro Paese ad inizio secolo, in relazione all'aceto balsamico di Modena. Il Tar del Lazio e il Consiglio di Stato assumono le vesti, rispettivamente, della Corte di Giustizia e della Commissione.

Il ricorso al Tar fu intentato da una impresa napoletana contro il decreto ministeriale del 15/11/89 che riconosceva l'Aceto balsamico di Modena come denominazione di origine e *ne delimitava l'area di produzione*. Il motivo del ricorso? Dal 1965 per produrre tale Aceto era necessario solo una “particolare e tradizionale tecnologia” e una nota del Ministero dell'Agricoltura datata 17.04.89, prot. 3185, specificava ulteriormente che la produzione non era sottoposta a particolari vincoli territoriali.²⁷⁵

La sentenza di primo grado, sorprendentemente, spezzò la linea teorica tracciata in precedenza dallo stesso Tar, inaugurando una visione nuova, che considera l'irriproducibilità del prodotto solo l'ultimo tassello di un processo di filiera che nasce dal luogo e dalla tradizione storica, sociale e culturale lì presente, sottolineando il peso di valori immateriali o comunque non misurabili analiticamente.²⁷⁶

La pronuncia in questione, infatti, giustifica e legittima la delimitazione della zona di produzione dell'Aceto balsamico di Modena, introdotta con il D.M. del 1989, ai soli territori di Modena e di Reggio Emilia sulla base della seguente considerazione: “Non può escludersi che anche da altri preparati, benché in zone diverse da quelle sopraindicate e

²⁷⁴ Si vedano i dispositivi delle sentenze e il punto 78 della sentenza “Warstein”.

²⁷⁵ Cfr. D.P.R. 12.2.1965 n. 162 e D.M. 3.12.1965.

²⁷⁶ Tar Lazio, Sez. II *Ter*, 28 gennaio 2000, n. 467. “Sorprendentemente” perché, solo pochi mesi prima, due sentenze del medesimo Organo richiedevano espressamente, per alcuni vini, presupposti oggettivi e misurabili per legittimare l'obbligo di imbottigliamento e affinamento nella zona d'origine. Cfr. Tar Lazio, Sez. II *Ter*, 5 novembre 1998, n. 1818 (in materia di Chianti e Chianti classico) e Tar Lazio, Sez. II *Ter*, 1 marzo 1999, n. 7 (in materia di Frascati).

messi in commercio da altri fabbricanti, possano ricavarsi aceti che, con riferimento ad ognuna delle caratteristiche singolarmente misurate e verificate, presentino qualità chimico-fisiche pressoché analoghe alle caratteristiche dell'«Aceto balsamico di Modena», ma anche tale eventuale similarità delle singole caratteristiche dei diversi preparati non può considerarsi rilevante in quanto la loro presenza nel prodotto non è sufficiente ad esprimere quei particolari valori tipici della preparazione dell'«Aceto balsamico di Modena» con i processi o ritrovati di fabbricazione tradizionalmente usati nelle zone originarie di produzione, che identificano essi soli il prodotto in questione”.²⁷⁷

Il giudice d'appello, tuttavia, riformò la decisione ed annullò il D.M. contestato, con argomenti che richiamavano una filosofia di qualità materiale. Partendo dal concetto che il sapere tecnico dell'uomo è esportabile, si ammette la possibilità che esso viaggi e si accasi ovunque.²⁷⁸ Il punto critico sta nel collegare questo aspetto al toponimo, come fosse il nome delle istruzioni per fare quel prodotto. Aceto balsamico di Modena diverrebbe così un mero metodo di fabbricazione ovunque riproducibile, svilendo produttori e confondendo i consumatori. Rompendo, infine, quel legame tipico e naturale tra prodotto e luogo d'origine.

A ben vedere, il caso analizzato riassume la dicotomia insita nel concetto stesso di *terroir*. Lo scontro degli argomenti si concretizza, in buona sostanza, nel ruolo da assegnare all'elemento umano e a quello naturale all'interno del prodotto a denominazione. Le “particolari e tradizionali tecnologie” (elemento umano), richieste per il balsamico di Modena, servono al giudice di primo e di secondo grado come argomento determinante a sostegno delle proprie, antitetiche posizioni. In un caso volte ad annullare l'elemento naturale, nell'altro ad elevarlo contemporaneamente agli elementi umani e immateriali.

In generale, si può dire che la rassegna qui proposta mostra la tensione sul canone di qualità da adottare e contemporaneamente il trionfo in sede comunitaria di una qualità che premia “un rapporto di appartenenza fra soggetti, luoghi del produrre e nomi geografici, che estende e dichiara la filiera sino al momento dello scambio. In altre parole: si riconosce che i prodotti alimentari, oltre che un insieme di proteine, grassi o carboidrati, con certe caratteristiche nutritive, di gusto o di digeribilità (individuali e comparabili per via analitica), sono – ciascuno di essi – il momento conclusivo di un processo di produzione e trasformazione. La denominazione geografica di un alimento diventa il suo patronimico, una formulazione sintetica di appartenenza, con conseguente logica esclusione da qualsivoglia diritto di utilizzazione del nome da parte di soggetto che non appartenga al territorio (meglio: alla comunità che è stabilita ed opera sul territorio dal quale proviene l'alimento)”.²⁷⁹

²⁷⁷ Cfr. Sentenza del Tar Lazio sopra citata.

²⁷⁸ Consiglio di Stato, Sez. VI, 30 ottobre 2000, n. 5798.

²⁷⁹ Albisinni, *op.cit.*, 119.

Rompere questo processo significa svalutare l'opera dell'uomo, nonché banalizzare l'elemento della verità nella comunicazione con i consumatori. “Come è pacificamente riconosciuto da più parti, gli elementi immateriali ed evocativi della comunicazione hanno un peso non secondario nelle scelte e nelle decisioni di acquisto degli alimenti; sicché, svincolare il nome geografico dall'area da esso evocata, priva il consumatore di informazioni che egli ritiene rilevanti, e lo confina in una condizione di confusa minorità, paternalisticamente gestita da soggetti che pretendono di sostituire i propri valori e le proprie priorità a quelle del consumatore medesimo”.²⁸⁰

La riflessione operata sul ruolo della qualità in generale e in correlazione al disciplinare offre lo spunto per ragionare su alcune specifiche declinazioni *terroir*-qualità. Il ruolo del disciplinare come veicolo di costruzione e di conoscenza della qualità induce a riflettere sui caratteri costitutivi del *terroir* all'interno del disciplinare stesso, che ritroviamo puntualmente richiesti *ex art* 7, comma 1, lett. c), e) ed f) del regolamento 1151. Quale testimonianza dell'elemento umano e di quello naturale per la qualità che si vuole esprimere attraverso il prodotto?

2.1.3.1.1. *Terroir, qualità e ambiente: la definizione dei confini geografici*

Si è scelto di analizzare nel dettaglio, in quanto rilevante, una precisa specificazione, direttamente correlata all'influenza dell'ambiente sul prodotto: il problema giuridico relativo alla definizione dei confini geografici dell'area di produzione.

Con le sentenze “Rioja”, “Grana Padano”, “Prosciutto di Parma”, “Aceto Balsamico di Modena”, si è accennato all'ampio tema del condizionamento.²⁸¹ Contestualmente al decidere se e quali operazioni vadano effettuate nella zona d'origine, va individuata la zona d'origine stessa. Chi decide e soprattutto con quali criteri?

Il settore che fa scuola è, ancora una volta, quello vitivinicolo. L'evoluzione storica delle procedure di delimitazione mostra, tuttavia, una difficoltà teorica e pratica nell'addivenire a criteri condivisi, sicuri e verificabili. “La crescita e la strutturazione di una dottrina delle denominazioni sono iniziate da una doppia ambizione politica e culturale, quella di proteggere giuridicamente un territorio, i suoi uomini e le loro produzioni tipiche. Gli approcci di conoscenza spaziale dei vigneti in vista della loro delimitazione in denominazioni sono, conseguentemente, strettamente legati al fattore umano, nelle sue dimensioni storiche e giuridiche”.²⁸² Si comprende come la definizione dei confini fosse

²⁸⁰ *Id*, 131.

²⁸¹ Per un caso interessante a cavallo tra condizionamento e confini: L. Salvi, *Tutela dei vini Dop e Igp: procedimento di modifica del disciplinare e valorizzazione del legame col territorio*, in *Rivista di diritto alimentare*, 2014, 3, 27.

²⁸² Vaudour, *op. cit.* 110.

attività decisamente pratica e connessa agli usi e alle abitudini degli uomini. In Francia, ad esempio, le procedure di delimitazione sono nate per via amministrativa, per poi passare a quella giudiziaria e infine interprofessionale.²⁸³ Nella prima era il Consiglio di Stato a studiare ed approvare le delimitazioni, nella seconda il diritto esclusivo di definirle apparteneva ai tribunali civili, mentre nella delimitazione interprofessionale era l'INAO a designare una commissione *ad hoc* di specialisti. Insieme all'organo competente, rilevano primariamente le modalità di determinazione dei confini, che “risultano spesso un insieme di criteri storici, amministrativi e geologici”.²⁸⁴

La riflessione sulla zonazione, sviluppata nel precedente capitolo, spiega solo una delle possibilità di risoluzione del problema. La delimitazione fondata su caratteristiche naturali e di omogeneità territoriale, incontra ostacoli in esigenze e interessi storici, sociali, economici: “il territorio è anche, se non soprattutto, una costruzione artificiale, frutto dell'interazione, dialogica e, talora, conflittuale, tra saperi diversi”.²⁸⁵

Un inneggio ai confini, in aree disciplinari differenti da quella in esame, sarebbe probabilmente giudicato anacronista e fuori luogo in un mondo, quello odierno, dinamico e aperto. Alcuni esempi socialmente rilevanti della cronaca dei giorni nostri mostrano una chiusura mentale e fisica in relazione ai limiti geografico-amministrativi.²⁸⁶ Il confine che qui s'intende, e che lungi dall'essere unanimemente condiviso e accettato, dovrebbe essere giudicato in ogni caso quale esempio positivo di una delimitazione di una cultura unica e specifica, spazialmente circondata da altrettante manifestazioni. Confine inteso come differenza, differenza come diversità, diversità come ricchezza. Il tutto permeato dalla cultura della scoperta. Il fenomeno stesso della globalizzazione può essere letto in senso positivo nella misura in cui crea un interesse verso la cultura locale, la sua specificità e diversità.

L'articolo 7, comma 1, lettera c), richiede che il disciplinare espliciti la definizione della zona geografica. Quali sono tuttavia i criteri e secondo quali norme si debba decidere chi è “*in*” e chi è “*out*” non è dato sapere. Le sole indicazioni utili parrebbero rinvenirsi nella definizione stessa di DOP e IGP di cui all'articolo 5, che, come già analizzato, prevede

²⁸³ Tali procedure rimasero in vigore rispettivamente dal 1905 al 1919, dal 1919 al 1935 e dal 1935 in poi.

²⁸⁴ Vaudour, *op. cit.*, 114. Ad esempio, nella delimitazione dell'AOC “Pomerol” prevalgono criteri fisico-amministrativi e si indicano i vini aventi diritto alla denominazione tra quelli “ottenuti sul territorio del comune Pomerol e sulla parte del comune di Libourne prevista dalla sentenza del tribunale civile di Bordeaux in data 29 dicembre 1928, limitata a nord dal fiume Barbanne, a est dal confine del Comune di Pomerol, a sud dal ruscello di Tallas, a ovest dalla strada dipartimentale 910, il viale di Beauséjour, la via Georges-Clémenceau, la via di Docteur-Nard, la via de l'Europe e la ferrovia da Libourne a Bergerac”; prevalgono, invece, criteri geologici nell'AOC “Banyuls”, in cui si escludono i “terreni che, per la natura del loro suolo o per la loro situazione sono inadatti a produrre il vino a denominazione”, basando tali dati su di una planimetria catastale.

²⁸⁵ Ferrari, *op. cit.*, 158.

²⁸⁶ Una nuova forma di *enclosure of the commons*?

un legame più esigente, al limite dell'oggettivo, tra prodotto e territorio per le DOP, in luogo di caratteristiche più effimere e sfuggenti (notorietà, reputazione e altre caratteristiche), al limite del soggettivo, per le IGP. Provando ad allargare gli orizzonti normativi si scoprono informazioni utili, ma non risolutive. Dal combinato disposto dei considerando 99 del regolamento 1151/2012 e 3 del regolamento 607/2009 emerge la necessità di porre “un'attenzione particolare alla delimitazione della zona, tenendo conto della zona di produzione e delle caratteristiche del prodotto [...] È altresì necessario che la delimitazione della zona sia dettagliata, precisa e non ambigua”. A tal fine “è opportuno delegare alla Commissione il potere di adottare determinati atti per stabilire i criteri supplementari per la delimitazione della zona geografica e le restrizioni e le deroghe relative alla produzione nella zona geografica delimitata”. Il regolamento europeo n. 668/2014, all'articolo 2, prevede che “la zona geografica deve essere delimitata in modo preciso e univoco, facendo riferimento nella misura del possibile a confini fisici o amministrativi”.²⁸⁷ Infine, limitatamente al vino, si dice in ambito comunitario che “purché lo preveda il disciplinare di produzione, i prodotti possono essere vinificati in vini spumanti a denominazione di origine protetta al di là delle immediate vicinanze della zona geografica delimitata se tale pratica era in uso anteriormente al 1° marzo 1986”;²⁸⁸ in ambito nazionale che “le zone di produzione delle denominazioni di origine possono comprendere, oltre al territorio indicato con la denominazione di origine medesima, anche territori adiacenti o vicini, quando in essi esistano analoghe condizioni ambientali, gli stessi vitigni e siano praticate le medesime tecniche colturali ed i vini prodotti in tali aree abbiano uguali caratteristiche chimico-fisiche ed organolettiche”.²⁸⁹

Veniamo al piano giurisprudenziale e dottrinale. Indicazioni utili si rinvengono, in primo luogo, nella sentenza della Corte di Giustizia del 25 ottobre 2005.²⁹⁰ Dei tre motivi dedotti a sostegno del ricorso per annullamento del regolamento adottato dalla Commissione che istituiva la denominazione di origine protetta “Feta”, risulta importante concentrare l'attenzione sul secondo. Germania e Danimarca (ricorrenti), sostenute dalla Francia, articolano delle doglianze con cui, partendo dalla genericità e dalla mancanza di riferimenti geografici del nome “Feta”, tentano di dimostrare la mancanza di collegamento prodotto-ambiente della denominazione, contestandone la delimitazione dei confini operata dal Governo ellenico.²⁹¹ “La sub-regione indicata dal governo ellenico nella sua

²⁸⁷ Regolamento di esecuzione (UE) n. 669/2014 della Commissione de 13 giugno 2014, recante modalità di applicazione del regolamento (UE) n. 1151/2012.

²⁸⁸ Art. 6, ult. comma, reg. 607/2009.

²⁸⁹ Art. 4, d. lgs. 61/2010.

²⁹⁰ Cause riunite C-465/02 e C-466/02, che avevano ad oggetto ricorsi di annullamento *ex art.* 230 CE.

²⁹¹ Il punto di diritto controverso verteva sull'interpretazione dell'art. 2, par. 3, del regolamento 2081/92, che recitava: “Sono altresì considerate come denominazioni d'origine alcune

domanda di registrazione sarebbe formata artificialmente e non si fonderebbe né sulla tradizione né sull'opinione generalmente accolta. Peraltro, la qualità e le caratteristiche della feta non dipenderebbero né essenzialmente né esclusivamente dall'ambiente geografico [...]. L'area geografica designata comprende quasi tutta la Grecia e non è stata dedotta alcuna ragione obiettiva per spiegare sotto quale profilo le regioni escluse se ne distinguano [...]. Il legame tra il formaggio feta e l'area geografica non esisterebbe, per il semplice motivo che la feta è originaria dell'insieme dei Balcani [...]. L'area geografica designata presenterebbe molte disparità sui piani climatico e morfologico ed esisterebbero numerose varietà greche di feta, con gusto diverso”.²⁹²

A fronte di tali rimostranze, la Commissione, non senza difficoltà, prova che l'area geografica non è stata delimitata artificialmente, ma in base alle specifiche “caratteristiche geomorfologiche, vale a dire il carattere essenzialmente montuoso o semimontuoso del terreno, alle caratteristiche climatiche, consistenti in inverni miti, estati calde e un lungo periodo di esposizione al sole, nonché alle caratteristiche botaniche, consistenti nella flora tipica della media montagna balcanica”.²⁹³ Inoltre “il pascolo estivo e la transumanza, che costituiscono i capisaldi dell'allevamento dei capi ovini e caprini destinati a fornire la materia prima del formaggio «Feta», sono l'espressione di una tradizione ancestrale che ha permesso l'adattamento alle variazioni climatiche e alle loro conseguenze sulla vegetazione disponibile. Quest'adattamento ha condotto allo sviluppo di razze ovine e caprine autoctone di piccola taglia, molto sobrie e resistenti, capaci di sopravvivere in un ambiente poco generoso dal punto di vista quantitativo, ma qualitativamente ricco perché dotato di una flora estremamente diversificata, che conferisce al prodotto finito un aroma e un sapore particolare. L'osmosi tra i fattori naturali succitati e fattori umani specifici, in particolare il metodo di elaborazione che richiede imperativamente lo sgocciolamento senza pressione, ha conferito così al formaggio “Feta” una meritata rinomanza internazionale”.²⁹⁴

Si giustifica una certa ampiezza della zona d'origine per l'omogeneità dei fattori umani e naturali, i quali non si ritroverebbero nelle zone escluse. In forza di tale presunta omogeneità, la delimitazione viene operata in senso amministrativo e fatta coincidere con il territorio della Grecia continentale e il dipartimento dell'Isola di Lesbo. La Corte, accogliendo la difesa della Commissione, reputa infondato il motivo di impugnazione riferito alla violazione dell'articolo 2, paragrafo 3, del regolamento 2081/92.

denominazioni tradizionali, geografiche o meno, che designano un prodotto agricolo o alimentare originario di una regione o di un luogo determinato, che soddisfi i requisiti di cui al paragrafo 2, lettera a), secondo trattino”. Par. 2, lett. a), secondo trattino che richiede, per il prodotto, qualità o caratteristiche dipendenti essenzialmente o esclusivamente dall'ambiente geografico oltre alla produzione, trasformazione ed elaborazione nella zona geografica.

²⁹² Si vedano i punti 42 e 42 della sentenza “Feta”.

²⁹³ Punto 57.

²⁹⁴ Considerando n. 36 del regolamento (CE) n. 1829/2002 della Commissione, che modifica l'allegato del regolamento (CE) n. 1107/96 per quanto riguarda la denominazione «Feta».

Un altro caso particolarmente interessante ha ad oggetto un vino nazionale a denominazione di origine controllata: “Venezia”.

“Venezia” è un nome che evoca una città unica per storia, arte e luoghi e che attira ogni anno un notevole flusso di turismo da tutto il mondo. Forse non tutti sanno che Venezia non è così rinomata per il vino, non fosse altro perché le condizioni pedoclimatiche della Laguna non paiono vocate ad una viticoltura di assoluta qualità. Ciò non toglie che, se collegata al prodotto vino, potrebbe dar luogo ad una denominazione con effetti dirompenti sul mercato. Ebbene, la denominazione di origine controllata “Venezia” è stata approvata con D.M. il 22 dicembre 2010. Di là dalle questioni extragiuridiche, “Venezia DOC” è stata al centro di un importante caso giurisprudenziale che prendiamo ora in considerazione.

La Provincia Autonoma di Trento, con ricorso n. 2381 del 2011, contestava la legittimità della denominazione in argomento, lamentando gravi vizi sostanziali e procedurali. Ai nostri fini rileva primariamente la doglianza sulla presunta mancanza del requisito territoriale ai sensi degli articoli 118-ter del regolamento (CE) 1234/2007 e 4, commi 1 e 2, della Legge n. 164/1992: “La denominazione «Venezia» sarebbe inidonea al fine di identificare l'effettiva provenienza delle uve con le quali vengono prodotti i vini del Consorzio”. Il disciplinare di produzione, infatti, prevedeva che l'origine delle uve fosse estesa a tutti i Comuni nel territorio delle provincie di Treviso e Venezia.²⁹⁵ In tal modo, non sussisterebbe il legame prodotto/territorio postulato dalla normativa. Le zone di produzione di una denominazione di origine possono comprendere, oltre all'area nominata, anche “territori adiacenti o vicini, quando in essi esistano condizioni analoghe ambientali, gli stessi vitigni e siano praticate le medesime tecniche colturali, e purché i vini prodotti e commercializzati da almeno un decennio abbiano uguali caratteristiche chimico-fisiche e organolettiche”.²⁹⁶ Può essere considerato territorio adiacente o vicino, quello delimitato nella denominazione “Venezia”?²⁹⁷

In secondo luogo e indirettamente collegata al motivo sopra esposto, la ricorrente lamentava l'omonimia della denominazione rispetto all'indicazione geografica tipica “delle Venezie”, registrata nel 1995: fatto che avrebbe comportato la violazione degli articoli 118-undecies (1234/07) e 2, comma 2 (164/92).

Il giudice doveva così verificare la corretta applicazione delle disposizioni per “tutelare la veridicità dell'indicazione concernente la provenienza geografica stessa del vino [e per] scongiurare la possibilità che denominazioni anche parzialmente “sovrapponibili” potessero ingenerare confusione, ovvero dimostrare attitudine concretamente decettiva ai fini dell'esatta individuazione del prodotto e della conseguente scelta del consumatore”.²⁹⁸

²⁹⁵ Per l'esattezza, 44 comuni nella provincia di Venezia e 95 in quella trevigiana.

²⁹⁶ Art. 4, co. 2, l. n. 164 del 10 febbraio 1992.

²⁹⁷ “Nella sostanza si sfrutterebbe il nome evocativo Venezia ai fini della proficua collocazione sul mercato del prodotto”, sosteneva la ricorrente.

²⁹⁸ Punto 7, sentenza T.A.R. Lazio, Sez II *Ter*, 28 maggio 2013, n. 5350.

Sia il Tar che, successivamente, il Consiglio di Stato ritennero infondati (oltre quelli procedurali) i motivi che investivano sul piano sostanziale la DOC “Venezia”. Analizzando il ragionamento di ambo i gradi di giudizio, è riscontrabile un approccio al tema sulla “delimitazione della zona di origine”, accomunabile a quello precedentemente osservato nel caso Feta, ad opera della Commissione europea. Nel secondo, in particolare, riemerge prepotentemente un concetto, quello di omogeneità, che pare delinearsi come principio guida di buona parte della giurisprudenza. In questo caso è l'omogeneità dello standard qualitativo del vino a determinare l'estensione possibile dell'area di produzione. Ciò è frutto di una prevalenza del dato territoriale “oggettivamente” inteso: per le “caratteristiche intrinseche chimico fisiche ed organolettiche [del prodotto], che resta influenzato dalle condizioni naturali, dalla vocazione vitivinicola e altro”.²⁹⁹

Non diversamente dal caso “Feta”, si ritrova una delimitazione amministrativa, fondata sull'omogeneità a valle del prodotto, che comporterebbe automaticamente un'omogeneità a monte dei fattori umani e naturali. Allo stesso modo, come testimonia parte resistente, ciò si verifica in numerose altre denominazioni di origine che si estendono al di là del Comune insito nel nome (Chianti, Jesi, Asti).³⁰⁰

Proprio quest'ultimo esempio, tuttavia, mostra che non sono solo le qualità finali del prodotto a determinare i confini dell'area geografica, ma possono intervenire altri fattori. Nel caso della denominazione di origine controllata e garantita “Asti”, l'opposizione ad un allargamento dei confini venne motivata (e accolta) anche sulla base di ragioni storiche (già dalla prima delimitazione del 1932 il Comune insito nel nome della denominazione era escluso) ed economiche (l'allargamento avrebbe determinato un problema nel rapporto domanda-offerta). Ragioni economiche che, ancora, vengono esaltate e poste a fondamento dell'estensione della zona di produzione, nel “Basilico Genovese DOP”: “consolidandosi le condizioni favorevoli di mercato per il largo consumo di basilico per la preparazione di numerose ricette e del celeberrimo pesto genovese, la zona di produzione si è allargata investendo anche tutta la fascia marittima del territorio ligure”.³⁰¹ Infine, al momento della stesura del disciplinare di produzione del prodotto ad indicazione di origine protetta “Lardo di Colonnata”, i produttori “tradizionali” vinsero la loro battaglia “identitaria”, ottenendo, tra le altre, la delimitazione dell'area di produzione esclusivamente a

²⁹⁹ Punto 3.1, par. 4, sentenza Consiglio di Stato, Sez. III, 23 ottobre 2014, n. 5224. La doglianza sulle omonimie, inoltre, sulla stessa linea, veniva smontata, forse frettolosamente, secondo “l'evidente” diversità dei nomi sul piano fonetico e lessicale nonché per la differente funzione evocativa delle (tre) Venezie (Veneto, Friuli e Provincia di Trento), rispetto a Venezia. Ulteriormente, avendo “segni” di qualità differenti (IGT e DOC), non vi sarebbe possibilità di confusione.

³⁰⁰ Assai curioso è il caso dell'Asti DOCG: il comune di Asti non fa parte della zona di produzione. Si vedano la relativa vicenda giurisprudenziale: T.A.R. Lazio, Sez. II *Ter*, 17 marzo 2009, n. 2764; Consiglio di Stato, Sez. III, 28 novembre 2013, n. 5691 e Consiglio di Stato, Sez. III, 26 agosto 2015, n. 4016.

³⁰¹ Art. 4, co. 2, del disciplinare del Basilico Genovese DOP.

“Colonnata, frazione montano collinare del Comune di Carrara, provincia di Massa Carrara”.³⁰² Furono gli attributi intangibili, il sentimento di appartenenza del prodotto al loro paese, l'unicità intrinseca, la convergenza sui punti salienti del disciplinare, che portarono i produttori di Colonnata ad affermare le proprie idee vittoriosamente. Questo esempio chiude il cerchio delle diffuse motivazioni che possono condurre a determinare i confini di una denominazione di origine: non solo naturali e/o umane, ma anche storiche, sociali, identitarie ed economiche.

Va sottolineato che il problema giuridico delle delimitazioni non è prerogativa solo di Francia o Italia,³⁰³ né degli ordinamenti del Vecchio Mondo, ma è una questione che si pone ovunque si debba tutelare un *terroir*. Così, richiamando il Nuovo Mondo, si rinvengono casi analoghi negli Stati Uniti o in Australia, paesi in cui la distinzione tra DOP e IGP è pressoché sconosciuta. Anche qui si dibatte tra criteri oggettivi e soggettivi, tra omogeneità territoriale e reputazione storica, alla ricerca di una difficile mediazione tra scienza e suggestione.³⁰⁴

In conclusione, si nota come nella ribadita oggettività, che emerge dalla omogeneità, convive una parte preponderante di soggettività, che si appropria della relatività intrinseca al *terroir* e ne estende la portata fin là dove l'interpretazione convincente o il buon senso arriva. Usando le parole di Ferrari, in commento alla sentenza da ultimo esaminata, “*«il territorio» è anche, se non soprattutto, una costruzione artificiale, frutto dell'interazione, dialogica e, talora, conflittuale, tra diversi saperi, che appartengono alle hard come alle social sciences. In questo processo il diritto gioca un ruolo che non è neutrale; lungi dall'essere un dato pre-costruito, che gli ordinamenti si limitano a recepire meccanicamente da altri saperi, il territorio viene de- e ri-costruito anche grazie al gioco di un plesso di norme che, oltre a fornire un foro in cui discutere e contestare i suoi confini, contribuiscono a*

³⁰² Art. 2, del disciplinare di produzione del “Lardo di Colonnata IGP”. Per zona di produzione, s'intende qui la zona di elaborazione, in particolare la stagionatura, che avviene tipicamente nelle vasche di marmo (localmente denominate “conche”), “realizzate con materiale proveniente dall'agro marmifero dei “Canaloni” del bacino di Colonnata, che presenta peculiarità di composizione e struttura indispensabili all'ottimale stagionatura e maturazione del prodotto.

³⁰³ In Inghilterra, ad esempio, ha destato curiosità la “saga del tortino”. Melton Mowbray (cittadina della contea del Leicestershire) era il nome geografico richiesto per tutelare un tortino di carne, la cui zona di provenienza si estendeva oltre i confini amministrativi della cittadina stessa. Ad opporsi a tale richiesta fu un produttore che sosteneva come la zona di produzione non corrispondesse al luogo di provenienza reale del prodotto. Si veda *Northern Foods plc v. Department for Environment, Food and Rural Affairs, Queen's Bench Division*, 21 december 2005, [2007] 1 All ER 216. Ancora in Inghilterra, un caso che condivide analogie con quanto riportato sull'Asti DOCG, è presente nel formaggio inglese Blue Stilton Cheese DOP, in cui la cittadina di Stilton, per ragioni storiche, non rientra nella zona di produzione.

³⁰⁴ La regione vitivinicola australiana del Coonawarra ha rappresentato bene questo dualismo a livello giurisprudenziale. Mentre in *Re Penola High School v. Geographical Indications Committee* del 5 ottobre 2001, il giudice di prima istanza per definire i confini geografici del territorio di produzione attribuisce un peso decisivo a fattori storici, in appello la Corte Federale fonda la decisione opposta sulle caratteristiche oggettive del territorio.

definirne i caratteri rilevanti, le funzioni che deve svolgere, i limiti di cui impone il rispetto".³⁰⁵ L'Autore rielabora il territorio e il suo legame con le indicazioni geografiche sulla base di un'intrinseca dinamicità: *"non è tuttavia statico e sempre uguale a se stesso, muta nel tempo e nello spazio e, in ragione di ciò, assume contorni non sempre facilmente discernibili"*.³⁰⁶

Si torna, così, all'idea di qualità espressa in apertura di paragrafo (2.1.3.1.) e si comprende come sia anch'essa dotata di un'incancellabile soggettività e dinamicità. Le politiche sulla qualità in relazione al luogo mutano oggetto in relazione al mutare delle condizioni socio-economiche e delle tendenze. Ricordando, infine, come sia un lusso dei paesi avanzati, il poter riempire di sentimenti tale concetto e tradurlo in consapevoli scelte alimentari.

2.2. Il caso specifico della filiera vitivinicola italiana: DOCG, DOC, IGT

I casi di rilevanza nazionale susposti suggeriscono una breve disamina della disciplina interna alla filiera vitivinicola e di come in essa venga tradotto il *terroir*.

La rivoluzione delle fonti di produzione del diritto e la dinamicità della materia in sé, possono indurre un certo smarrimento per la molteplicità e la provenienza delle norme, che intervengono sempre più di frequente a regolare numerosi aspetti del tema. L'interprete, sia esso studioso, magistrato o operatore professionale, dovrà operare lo sforzo comune di metabolizzare la realtà giuridica per offrire spunti di miglioramento.

Dal punto di vista strettamente giuridico tale variabilità di fonti implica il chiedersi quale rapporto intercorra tra esse e quale sia lo spazio di competenza nazionale che residua.

Una breve ricognizione normativa non può prescindere da tre tappe fondamentali, che mostrano come la tutela dei vini di qualità, in Italia, sia fenomeno risalente nel tempo: il D.P.R. 12/07/1963, n. 930, "Norme per la tutela delle denominazioni di origine dei mosti e dei vini"; la Legge n. 164 del 10 febbraio 1992, "nuova disciplina delle denominazioni d'origine dei vini"; infine, il 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".

È con il D.P.R. n. 930 che il legame con il territorio di origine viene istituzionalizzato, rafforzato e tutelato in Italia. In precedenza, l'unico dato da segnalare è stato l'emanazione della legge n. 1164 del 1930, che regolava i vini "tipici", quali "vini genuini pregevoli e quelli speciali, i quali, avendo origine accertata per località di produzione, per terreno, per

³⁰⁵ M. Ferrari, *Il territorio nelle denominazioni geografiche: spunti comparatistici* (Nota a Cons. Stato, sez III, 23 ottobre 2014, n. 5224), in *Il Foro Italiano*, III, 2015, 363. [Corsivo mio].

³⁰⁶ M. Ferrari, *La dimensione proprietaria*, *op. cit.*, 159. [Corsivo mio].

vitigni e per sistemi di preparazione, abbiano caratteri organolettici costanti e tali da conferire loro particolare finezza e bontà. L'origine dei vini tipici per i quali si costituiscono i consorzi e la relativa delimitazione del territorio corrispondenti saranno fissate, prima del riconoscimento dei consorzi stessi, con decreto del Ministero per l'Agricoltura e Foreste di concerto con quello per le Corporazioni".³⁰⁷ Tale decreto, con cui si diede ufficialmente vita alla "piramide" della qualità del vino, declinata in base al grado di attaccamento al luogo d'origine, arrivò, appunto, nel 1963. Al vertice la qualità massima, espressa, in primo luogo, dalle denominazioni di origine controllate e garantite, poi, dalle denominazioni di origine controllate. A livello intermedio, le denominazioni di origine semplici. Alla base della piramide, i vini generici, privi di riferimenti geografici.

L'introduzione dello schema piramidale e in particolare dei segni DOCG e DOC, contribuì in maniera determinante alla crescita, in ottica qualitativa, della produzione nazionale.

Questa legge rappresentò per oltre trent'anni il punto di riferimento della viticoltura nella Penisola, fino a che, per diverse ragioni, non si rivelò necessario un ammodernamento.

Tra le novità più importanti della legge n. 164, vi fu una modifica della fascia centrale della piramide, che introdusse le indicazioni geografiche tipiche, "IGT", quali "vini da tavola", eliminando le ormai desuete denominazioni di origine semplici. La qualità espressa da questo segno era tenuta ben distinta dalle altre.³⁰⁸ Solo DOCG e DOC erano considerati, ai sensi delle norme europee, vini di qualità prodotti in regioni determinate.³⁰⁹

A tal riguardo, l'articolo 1, comma 1 della legge italiana, intendeva per denominazione di origine "il nome geografico di una zona viticola particolarmente vocata utilizzato per designare un prodotto di qualità e reputato, le cui caratteristiche sono connesse all'ambiente naturale ed ai fattori umani", specificando, all'articolo 8, che "le DOCG sono riservate ai vini già riconosciuti DOC da almeno cinque anni che siano ritenuti di particolare pregio, in relazione alle caratteristiche qualitative intrinseche, rispetto alla media di quelle degli analoghi vini così classificati, per effetto dell'incidenza di tradizionali fattori naturali, umani e storici che abbiano acquisito rinomanza e valorizzazione commerciale a livello nazionale ed internazionale".³¹⁰

La lettura del *terroir* accolto in quegli anni in Italia, non può prescindere

³⁰⁷ Art. 2, l. n. 1164 del 10 luglio 1930.

³⁰⁸ Qualità, in linea di principio più bassa, in quanto avente ad oggetto area più ampia, disciplinare di produzione meno esigenti, così come i controlli dal punto di vista analitico chimico-fisico ed organolettico o le scelte vendemmiali e di cantina permesse ai produttori.

³⁰⁹ A seconda del tipo di prodotti si differenziavano in: v.q.p.r.d. per i vini fermi; v.s.q.p.r.d. per gli spumanti; v.l.q.p.r.d. per i vini liquorosi; v.f.q.p.r.d. per i vini frizzanti. L'articolo 3, co. 3, della legge n. 164 del 10 febbraio 1992 specificava che "le definizioni CEE sono aggiuntive e non sostitutive delle menzioni italiane".

³¹⁰ Le DOCG si differenziavano dalle DOC anche per una disciplina enologica più restrittiva ed una graduale riduzione dell'area di produzione.

dall'evidenziare la tensione già mostrata più volte nelle pagine precedenti; una tensione che fa emergere la volontà di codificare e tenere insieme, da un lato, la scientificità e gli elementi misurabili, dall'altro, l'essere umano, la sua storia e gli elementi evocativi: su tutti, pregio, rinomanza e valorizzazione.

Le definizioni accolte appaiono ragionate e particolarmente evocative, ma una considerazione nasce spontanea. Da un lato, le conoscenze tecniche ed enologiche a cui l'essere umano è giunto ai nostri giorni permettono di realizzare un vino “perfetto” ovunque ci si trovi. Dall'altro, le stesse conoscenze permettono addirittura di replicare un vino in modo pressoché identico a quello di un altro luogo.³¹¹ Ora, se questo è vero, andrebbe rivista la stessa definizione di *terroir*, da un lato, ancorandola all'elemento naturale quale fondamento della specificità del prodotto, dall'altro, a quello umano, forzando i produttori alla ricerca non tanto del vino enologicamente ineccepibile, quanto di quello unico e identitario ed investendo, contemporaneamente, risorse sull'informazione e sull'educazione della vasta platea di consumatori, desiderosi di conoscere ciò di cui si nutrono. Una rivoluzione culturale, che ha portata più ampia del prodotto vino. Rivoluzione già in atto, se si avesse la sensibilità di ascoltare le numerose manifestazioni di interesse provenienti da una parte del mondo che richiede, consuma e paga sempre più, alimenti di un certo valore culturale: dal biologico, al biodinamico, all'equo-solidale, alla ricerca di valori quali salute, identità, bellezza.

Con la riforma legislativa del 2010, resasi necessaria per adeguare la disciplina interna a quella comunitaria, ci furono significative modifiche, che meritano un approfondimento. Attraverso l'emanazione del regolamento OCM vino in sede europea si è adattata, come detto, la disciplina sui segni distintivi di qualità DOP e IGP al settore vitivinicolo.³¹² Le cosiddette “menzioni specifiche tradizionali”, quali DOCG, DOC e IGT, non risultano più costituire due distinti piani della piramide della qualità, ma vengono accomunati al vertice. Un grande vertice, forse meno idoneo a rendere merito all'eccellenza, ma certamente più ampio.³¹³ Gli acronimi DOP e IGP diventano l'equivalente di, rispettivamente, DOCG-DOC e IGT. La piramide si spezza orizzontalmente a metà: sopra i vini a denominazione geografica, sotto quelli senza. All'interno della prima categoria, quella “dell'elevata qualità” per intendersi, la logica tradizionale viene superata nei due sensi appena detti: da un lato, le

³¹¹ Cfr. B. Beebe, *Intellectual Property Law and the Sumptuary Code*, in *Harvard Law Review*, Vol. 123, No. 4, 2010. In particolare, nella sezione 2 “*Intellectual Property Law as Sumptuary Law*”, lettera c) “*Intellectual Property Law as Authenticity Law*” (868-878), l'autore mette in luce l'ambiguità del *terroir* in un periodo storico in cui la tecnologia permette di replicare “the material characteristics of most geographically and historically authentic goods, with the result that these material characteristics no longer reliably signal authenticity”. Il ricorso all'IG diverrebbe così strumento di reazione e protezione per un'aurea immateriale ed intoccabile.

³¹² Reg. 479 del 2008, poi abrogato dal reg. 491 del 2009.

³¹³ Cfr. E. Chiodo, *Vino: cosa cambia con DOP e IGP al posto di DOC e IGT?*, in *Agriregionieuropa*, anno 4, n. 15, 2008, per una riflessione sui profili positivi e critici delle novità.

menzioni tradizionali più importanti, portate nell'alveo di un unico segno; dall'altro, una menzione intermedia, elevata all'apice. “Ne deriva che, in conseguenza della riforma, gli elementi di regolazione e identità, che in passato marcavano nettamente la differenza fra IGT e VQPRD assegnandoli a due classi di prodotto fortemente distinte, sono oggi molto attenuati fra vini IGP e DOP, in ragione della comune appartenenza ad un unico ambito disciplinare”.³¹⁴

Le 74 DOCG e le 331 DOC costituiscono, oggi, 406 DOP. Le 118 IGT, 118 IGP.

Se si osserva il testo della legge, si scoprono elementi interessanti che completano il discorso sul *terroir* vitivinicolo italiano. In primo luogo, la definizione di denominazione di origine *ex* articolo 1, legge 164/1992, citata poco sopra, viene riproposta tale quale, ma sotto la nuova rubrica di denominazione di origine protetta “DOP”. Ciò ha posto problemi di legittimità in senso formale e sostanziale. Nel primo caso, poiché la giurisprudenza della Corte di Giustizia vieta di riprodurre in una norma nazionale una disposizione comunitaria; nel secondo, in quanto le definizioni non sono neppure coincidenti, sicché la norma interna dovrà comunque essere disapplicata in favore di quella europea rinvenibile all'articolo 93 del regolamento 1308/2013.

In secondo luogo, muta la definizione di DOCG citata in precedenza. La nuova versione appare salomonica nel ritenere DOCG: i vini DOC da almeno dieci anni, di particolare pregio per qualità intrinseca e rinomanza commerciale e rivendicati da soggetti che abbiano una certa rappresentanza.³¹⁵

Un *terroir* che sembra perdere la “tensione originaria” e rivolgersi pacificamente e materialmente all'aspetto commerciale e alla rilevanza economica insita *in re ipsa*.

A livello più generale appare fondamentale rimarcare il passaggio da una competenza esclusiva nazionale ad una comunitaria, con la conseguenza dell'uniformazione del prodotto vino alla disciplina di DOP e IGP in vigore per gli altri prodotti agroalimentari, soprattutto per quanto riguarda registrazione e controlli.³¹⁶

La perdita di prerogative nazionali viene resa meno traumatica per la concordata

³¹⁴ F. Albisinni, *La OCM vino: denominazioni di origine, etichettatura e tracciabilità nel nuovo disegno disciplinare europeo*, in *Agriregionieuropa*, anno 4, n. 12, 2008, 2.

³¹⁵ L'articolo 8, co. 1, d. lgs. 61/2010, recita: “Il riconoscimento della denominazione di origine controllata e garantita è riservato ai vini già riconosciuti a DOC e a zone espressamente delimitate o tipologie di una DOC da almeno dieci anni, che siano ritenuti di particolare pregio, per le caratteristiche qualitative intrinseche e per la rinomanza commerciale acquisita, e che siano stati rivendicati, nell'ultimo biennio, da almeno il cinquantuno per cento dei soggetti che conducono vigneti dichiarati allo schedario viticolo di cui all'articolo 12 e che rappresentino almeno il cinquantuno per cento della superficie totale dichiarata allo schedario viticolo idonea alla rivendicazione della relativa denominazione. Nel caso di passaggio di tutta una denominazione da DOC a DOCG anche le sue zone caratteristiche e/o tipologie vengono riconosciute come DOCG, indipendentemente dalla data del loro riconoscimento”. Oggi, con l'introduzione nel T.U. del vino dell'articolo 33, si riducono da dieci a sette gli anni per cui è possibile richiedere una DOCG a partire da una DOC.

³¹⁶ Il primo passaggio, preliminare, è sempre quello nazionale.

possibilità di utilizzare le menzioni specifiche tradizionali in etichettatura, da sole o congiuntamente alla corrispondente espressione europea, nonché di utilizzare diciture aggiuntive quali menzioni tradizionali complementari, nomi di vitigni o loro sinonimi, riferimenti all'annata o a particolari tecniche di vinificazione.³¹⁷

Su questo insieme di segni, nomi, menzioni aggiuntive ed altro si è costruita la qualità e la rinomanza del vino italiano. L'uniformazione del diritto europeo potrebbe essere accolta come una felice unione tra popoli e semplificazione di procedure, mantenendo al tempo stesso le specificità culturali ed evocative dei 28 paesi.

Ora, una curiosità. Si consideri una delle prerogative della piramide verticale italiana. Un vino “nato” da poco e/o in un luogo non “denominato” né rinomato entrerà verosimilmente dal basso nella piramide della qualità. Tuttavia, con il tempo e il rispetto di taluni requisiti, è possibile che quel vino riesca ad ottenere via via tutti i segni della qualità, scalando la piramide fino a raggiungere il vertice. Un *terroir* che da innominato diviene prima IGT, poi DOC e infine DOCG, massima espressione e portabandiera del vino italiano.

Ma il *terroir* istituzionalizzato a livello europeo prevede questa possibilità? Da IGP è possibile diventare DOP? Non è prevista in alcuna norma tale diritto di “redenzione”, ma in via interpretativa non si vede cosa vi si potrebbe opporre. Se la legge non lo prevede, allo stesso modo non lo esclude.³¹⁸ E non solo nelle denominazioni vitivinicole, ma anche per quelle degli altri prodotti. Se ci si ricorda delle definizioni di DOP e IGP riportate in apertura di capitolo si nota chiaramente come il *terroir* naturale di un'IGP non ha, *in re ipsa*, qualcosa di meno di quello di una DOP e viceversa. Si tratta di un percorso da condividere con diversi attori per un fine comune. Se il gioco vale la candela lo si vedrà successivamente.

Va menzionato, infine, il nuovo disegno di legge, approvato dal Parlamento il 28 novembre 2016, che sembra portare qualche positiva novità.

Nella “Disciplina organica della coltivazione della vite e della produzione e del commercio del vino”, o più semplicemente, Testo Unico del Vino, appare subito più marcata l'attenzione nei confronti del *terroir*. È sufficiente osservare un primo articolo che pone l'obiettivo di valorizzare e tutelare, in chiave sostenibile, il patrimonio culturale nazionale, espresso dal vino, espressione della vite, dei territori vinicoli e del lavoro (competenze, pratiche, tradizioni) dell'uomo. Una sensibilità verso il paesaggio è visibile anche dall'articolo 7 laddove promuove interventi di ripristino, recupero e salvaguardia dei

³¹⁷ La regola è simile a quella citata in precedenza, sebbene le menzioni tradizionali passino da obbligatorie a meramente facoltative. Si veda l'articolo 3, co. 4, del d. lgs. 61/2010.

³¹⁸ A conferma di ciò, la sezione 7 del reg. 607/2009, rubricata “conversione in un'indicazione geografica”, all'art. 28, offre la possibilità di chiedere la conversione di una DOP in un'IGP “se non può più essere assicurata la conformità di una denominazione di origine protetta al relativo disciplinare di produzione”.

vigneti “eroici o storici”.

Sul piano più prettamente giuridico, si eliminano i problemi di legittimità sopra evidenziati, rendendosi perfettamente compatibile con il diritto europeo e accogliendo la riforma sull'OCM unica del 2013, e si ribadisce la presenza dell'Italia quale *player* di primo piano nella legislazione di settore.

Un aspetto da non sottovalutare, ancora, è costituito dal dare “ai produttori una sola legge di riferimento con 90 articoli che riassume tutta la normativa precedente. Un'operazione di semplificazione che era attesa da anni e che consente di tagliare burocrazia, migliorare il sistema dei controlli, dare informazioni più trasparenti ai consumatori”.³¹⁹ Il provvedimento, precisano importanti associazioni quali Cia, Confagricoltura, Alleanza delle Cooperative agroalimentari, Federvini, Unione Italiana Vini, Federdoc, Assoenologi, “ha visto impegnati tutti i gruppi parlamentari e le organizzazioni del settore vitivinicolo, uniti dal comune intento di semplificare, innovare e valorizzare un comparto strategico per il made in Italy, promettendo di dimezzare la burocrazia in un settore fondamentale che fattura oltre 14 miliardi di euro l'anno, di cui un terzo con l'*export*”.

Del nuovo Testo Unico analizziamo, in conclusione, il tema della definizione dei territori vitivinicoli italiani.³²⁰ La disciplina nazionale offre interessanti spunti di riflessione

³¹⁹ Commento del Ministro Martina dopo l'approvazione del T. U. del Vino.

³²⁰ L'articolo 29, in particolare, rubricato “Ambiti territoriali”, riprende e aggiorna il precedente articolo 4, d. lgs. 61/2010: 1. Le zone di produzione delle denominazioni di origine possono comprendere, oltre al territorio indicato con la denominazione di origine medesima, anche territori *adiacenti* o situati nelle *immediate vicinanze*, quando in essi esistano analoghe condizioni ambientali, gli stessi vitigni e siano praticate le medesime tecniche colturali e i vini prodotti in tali aree abbiano eguali caratteristiche chimico-fisiche e organolettiche. 2. Solo le denominazioni di origine possono prevedere al loro interno l'indicazione di zone espressamente delimitate, comunemente denominate *sottozona*, che devono avere *peculiarità ambientali o tradizionalmente note*, essere designate con uno specifico nome geografico, storico-geografico o amministrativo, essere espressamente previste nel disciplinare di produzione ed essere disciplinate più rigidamente. 3. I nomi geografici che definiscono le indicazioni geografiche tipiche devono essere utilizzati per contraddistinguere i vini derivanti da zone di produzione, anche comprendenti le aree a DOCG o DOC, designate con il nome geografico relativo o comunque indicativo della zona, in conformità della normativa nazionale e dell'Unione europea sui vini a IGP. 4. Per i vini a DOP è consentito il riferimento a unità geografiche aggiuntive, più piccole della zona di produzione della denominazione, localizzate all'interno della stessa zona di produzione ed elencate in una lista, a condizione che il prodotto sia vinificato separatamente e appositamente rivendicato nella denuncia annuale di produzione delle uve prevista dall'articolo 37. Tali unità geografiche devono essere espressamente delimitate e possono corrispondere a comuni, frazioni o zone amministrative ovvero ad aree geografiche locali definite. La lista delle unità geografiche aggiuntive e la relativa delimitazione devono essere indicate in allegato ai disciplinari di produzione in un apposito elenco. 5. Le zone espressamente delimitate o sottozone delle DOC possono essere riconosciute come DOC autonome, alle condizioni di cui all'articolo 33, comma 2, e possono essere promosse a DOCG separatamente o congiuntamente alla DOC principale. 6. Le DOCG e le DOC possono utilizzare nell'etichettatura un nome geografico più ampio, anche di carattere storico, tradizionale o amministrativo, qualora sia espressamente previsto negli

sia per valutare meglio l'idea di qualità accolta sia come termine di paragone in ottica comparata.

La fascia più elevata della piramide della qualità, che abbiamo visto essere costituito dalle DOP e/o dai nomi tradizioni nazionali, prevede in primo luogo che la zona di produzione corrisponda allo spazio geografico previsto dal nome della denominazione ed eventualmente ai “territori adiacenti o situati nelle immediate vicinanze”, nel caso vi siano analoghe condizioni sociali e ambientali. In secondo luogo, si descrivono le modalità d'uso di alcuni termini esclusivi che servono a specificare la denominazione in una sorta di scalata verso la più piccola area geografica codificabile:

1) le “sottozone”, rappresentano spazi più ridotti ed espressamente delimitati di una denominazione, con specifiche peculiarità ambientali o tradizionalmente note e con una disciplina enologica più restrittiva. Si noti come qui, diversamente da sopra,³²¹ vengano accettati come equivalenti e alternative specificità naturali, storico-economiche e sociali;

2) un gradino sopra si trovano le “unità geografiche aggiuntive”, che costituiscono aree delimitate più piccole della denominazione e possono essere utilizzate quando l'uva proveniente dai vigneti posti in tali zone sia vinificata separatamente.³²² Esempi di tali unità sono il nome di un comune, di una frazione o di altre zone amministrative o aree geografiche locali definite;³²³

3) il vertice assoluto viene espresso dalla menzione “vigna” (o dai suoi sinonimi), che

specifici disciplinari di produzione e a condizione che tale nome geografico più ampio sia separato dal nome della denominazione e delle menzioni DOCG e DOC.

In aggiunta a tale articolo, per comporre il territorio vitivinicolo nazionale, rilevano i commi 1, 6, 10 e 13 dell'art. 31, rubricato “Specificazioni, menzioni, vitigni e annata di produzione”: 1. La specificazione «classico» per i vini non spumanti DO e la specificazione «storico» per i vini spumanti DO è riservata *ai vini della zona di origine più antica*, ai quali può essere attribuita una regolamentazione autonoma anche nell'ambito della stessa denominazione. 6. La menzione «gran selezione» è attribuita ai vini DOCG che rispondono alle seguenti caratteristiche [...] 10. La menzione «vigna» o i suoi sinonimi, seguita dal relativo toponimo o nome tradizionale, può essere utilizzata solo nella presentazione o nella designazione dei vini a DO ottenuti dalla superficie vitata che corrisponde al toponimo o al nome tradizionale, purché sia rivendicata nella denuncia annuale di produzione delle uve prevista dall'articolo 37 e a condizione che la vinificazione delle uve corrispondenti avvenga separatamente e che sia previsto un apposito elenco tenuto e aggiornato dalle regioni mediante procedura che ne comporta la pubblicazione. La gestione dell'elenco può essere delegata ai consorzi di tutela riconosciuti ai sensi dell'articolo 41, comma 4. 13. Le specificazioni, menzioni e indicazioni di cui al presente articolo, fatta eccezione per la menzione «vigna», devono essere espressamente previste negli specifici disciplinari di produzione, nell'ambito dei quali possono essere regolamentate le *ulteriori condizioni di utilizzazione* nonché definiti parametri maggiormente restrittivi rispetto a quanto indicato nel presente articolo. [Corsivo mio].

³²¹ Art. 29, comma 1.

³²² È necessario un ulteriore adempimento formale dato dalla rivendicazione della produzione delle uve nella denuncia annuale prevista *ex art.* 37.

³²³ Si pensi, ad esempio, alle “rive” della DOCG “Conegliano Valdobbiadene - Prosecco, che mettono in luce la peculiare vocazione che esprimono alcune località della zona di produzione.

non sono altro che il nome di un singolo vigneto. Anche qui la *conditio sine qua non* è data dal vinificare separatamente l'uva proveniente da quella precisa porzione di terreno, anche se nulla si dice in riferimento a specificità ambientali.

Risulta abbastanza chiaro l'intento perseguito dal legislatore e dal mondo produttivo in senso lato di seguire, nell'ottica di un incessante miglioramento qualitativo e sulla scia dei *crus* francesi, una sorta di “microzonizzazione” per valorizzare l'eccellenza della più piccola parcella di vigna. Un viaggio che dalla più vasta DO alla *micro* vigna sia in grado di testimoniare un percorso logico e sensoriale comprensibile e coerente.

Anche la menzione “classico” ha una precisa valenza territoriale, dato che è riservata ai vini della zona di origine più antica.³²⁴ L'esempio in questo caso non può non essere quello già citato del Chianti. Da 300 anni il tema dei confini di tale area è oggetto di accese dispute e ciò basta per comprendere la difficoltà di individuare una “zona di origine più antica”. Oggi la denominazione Chianti è alla base di due DOCG: da un lato, il Chianti Classico, dall'altro, il Chianti con le sue sei sottozone.³²⁵ L'appellativo “Classico” di per sé identifica solo una zona di produzione antica e ben definita, ma può costituire una regolamentazione autonoma anche nell'ambito della stessa denominazione.³²⁶

Infine va rilevata una novità introdotta dalla presente legge, anche se collegata più ad aspetti tecnici-enologici che territoriali: la menzione “gran selezione”. Prerogativa dei vini DOCG (a differenza di quelle sopra viste che necessitavano di una DO), questa menzione pare riassumere in sé le qualità date dalle tipologie “superiore” e “riserva” già previste dalla precedente normativa, ma che non potevano tuttavia essere previste contestualmente in etichetta.³²⁷

2.3. Una prospettiva comparata: il confronto con il *terroir* francese e l'AOC

In ottica comparata risulta interessante riprendere le fila di quanto riportato nell'introduzione storica. *Terroir* è termine coniato in Francia e lì venne tradotto per la

³²⁴ Si precisa che “classico” sta ai vini fermi quanto “storico” sta ai vini spumanti.

³²⁵ Chianti Colli Aretini, Chianti Colli Fiorentini, Chianti Colli Senesi, Chianti Colline Pisane, Chianti Montalbano, Chianti Montespertoli, Chianti Rufina.

³²⁶ Così, ad esempio, la Valpolicella ed i suoi vini conoscono una zona “classica” ed una “allargata”. Valpolicella DOC o Amarone della Valpolicella DOCG potranno figurare in etichetta così o con la dicitura “Classico” a seconda dell'area di produzione. A differenza del Chianti, tuttavia, non sono previste differenze dal punto di vista produttivo. Nel Chianti Classico, infatti, è prevista una disciplina enologica più restrittiva rispetto al Chianti DOCG e relative sottozone (resa per ettaro e per ceppo inferiore; maggior minimo obbligatorio di uva Sangiovese; *etc.*).

³²⁷ Utile esempio che funge da eccezione è il caso del Valtellina Superiore DOCG, in cui alla menzione “superiore”, già costituente la denominazione, può affiancarsi la menzione “riserva”. Anche qui, inoltre, sono codificate nel disciplinare cinque specifiche sottozone: Maroggia, Sassella, Grumello, Inferno e Valgella.

prima volta in legge mediante l'*Appellation d'Origine Contrôlée*. L'elaborazione ultracentenaria e la traduzione del concetto in AOC risale alla fine del XIX° , inizio XX° secolo.

Per meglio comprendere la profondità e l'evoluzione dell'argomento appare utile prendere spunto da un caso concreto. Differenti sono state le cause della crisi del vino francese nella seconda metà dell'ottocento, ma un ruolo determinante sulla nozione di *terroir*, di denominazione di origine e di vino, l'ha avuto un minuscolo insetto arrivato dall'America e sbarcato sulle coste occidentali francesi, la fillossera.

Va premesso che le barbatelle di vite con l'indesiderato ospite, furono introdotte quasi contemporaneamente in Stati quali Regno Unito, Germania e Francia, ma in quest'ultimo gli effetti furono particolarmente devastanti data la dimensione del vigneto francese e il peso socioeconomico che rivestiva. In particolare, furono due le aree maggiormente e immediatamente colpite: l'area di Bordeaux, per l'ovvia posizione geografica prossima ai punti di ingresso delle navi americane, e la Linguadoca, con epicentro a Roquemaure, ove si importavano grandi quantità di barbatelle resistenti all'oidio (anch'esso di origine americana), parassita che stava creando numerosi inconvenienti.

Se dal 1850 circa cominciarono gli scambi colturali tra Usa e l'Europa, gli anni “tragici” possono essere considerati quelli dal 1867, in cui emersero i due focolai sopra visti, al 1889, in cui si registrò il picco più basso della produzione di vino.³²⁸ I motivi della “lentezza” con cui si fece opposizione all'invasore, e che permisero una distruzione su vasta scala del vigneto transalpino ed europeo, furono la mancanza di conoscenza dell'insetto: dalla biologia agli stadi di sviluppo, al modo di danneggiare la pianta (diverso sulle viti americane e quelle europee).

La domanda di vino a quel tempo, in Francia, era altissima, mentre l'offerta crollò improvvisamente. Tuttavia, nel tempo necessario alla scienza per comprendere che l'innesto della vite europea su piede americano avrebbe risolto efficacemente il problema, succedettero molte cose interessanti: dalle falsificazioni alle AOC.³²⁹

Il primo effetto della diminuzione dell'offerta fu, dal lato economico-produttivo, un'anarchia nel ricorrere a tutte quelle misure che consentivano un arginamento del problema, senza badare alla liceità o meno delle stesse: materie prime alternative (in particolare si segnala lo spettacolare successo dell'uva passa);³³⁰ uso della chimica nel processo di vinificazione; pratiche “innovative” e discutibili (zuccheraggio, annacquamento, coloranti, gessatura, fortificazione, *etc.*); acquisto del vino direttamente da paesi terzi, in

³²⁸ Un dato inequivocabile descrive la produzione di vino in Francia diminuire drasticamente dagli 80 milioni di ettolitri degli anni '70 ai 25 degli anni '80, con picco nel 1889 con 23,4.

³²⁹ Cfr. A. Stanziani, *La falsification du vin en France, 1880-1905: un cas de fraude agro-alimentaire*, in *Revue d'histoire moderne et contemporaine*, 2, 2003, 153 ss. e A. Stanziani, *Wine reputation and Quality Controls: The Origin of the AOCs in 19th Century France*, in *European Journal of Law and Economics*, 18, 2004, 158 ss.

³³⁰ Prima dell'aumento dei dazi all'importazione si registrano i 3,1 milioni di ettolitri prodotti nel 1890 a partire da tali “uve”.

particolare da Spagna, Italia e Algeria e venduto come proprio, ed altro. Ciò rappresenta un fatto storico e sociale assai significativo: la novità del fenomeno, le incertezze legislative, la pressione del mercato indussero il mondo produttivo a smarrirsi e declassare il proprio obiettivo da qualitativo a quantitativo. La tecnologia e la scienza divennero ausilio non per migliorare il prodotto ma per crearlo.³³¹

Inevitabilmente, dall'altro canto, il mondo del diritto fu investito del problema e dovette affrontare la questione di cosa fosse il vino dal punto di vista giuridico: una definizione avrebbe permesso di ragionare e capire come intendere la sicurezza, l'informazione e la qualità, intervenendo correttamente sul vino "falsificato",³³² (termine ampio che permette di racchiudere fenomeni differenti, dall'adulterazione alla sofisticazione, dalla contraffazione alla frode in commercio). Domande che solo poco tempo prima sarebbero apparse oziose diventano cruciali: quando un vino può essere di Bordeaux, Bourgogne, Champagne?

Attori politici, sociali, economici, ma anche scienziati, si mobilitarono (e scontrarono) per gettare le basi di quello che sarebbe stato il futuro (roseo) dell'indiscussa capitale mondiale del vino (quantomeno per il XX° secolo).³³³ Fu un percorso lungo e complicato, fatto di intricate mediazioni e difficili compromessi.

Uno dei problemi più pressanti che l'autorità pubblica dovette affrontare fu la compatibilità tra il mantenimento di una produzione elevata e la salute pubblica, dato che si cominciava ad abusare nell'utilizzo di pratiche e sostanze pericolose per l'essere umano. In un primo momento per salvaguardare l'aspetto produttivo, si relegò in secondo piano la "food safety": "*nous suggérons de laisser libre la production des vins de raisins secs*", affermò l'amministrazione, sancendo che "*les déclarations de mélange ne seraient plus exigées des négociants et qu'il ne serait plus tenu de comptes distincts pour les vins de raisins secs*",³³⁴ e regolando l'utilizzo del solfato di potassio e dello zucchero. L'ammissibilità di tecniche ambigue testimoniavano ulteriormente come la tutela del consumatore non fosse certo prevalente.

Va precisato che i problemi giuridici sarebbero differenti per i "*vins mouillés*", ossia quelli addizionati con acqua, o per quelli mescolati ai vini italiani o spagnoli, che possono

³³¹ Enfasi che vuole mettere in luce come l'innovazione scientifica fosse molto utile alle falsificazioni imbastendo un prodotto che nella migliore delle ipotesi diveniva un surrogato del vino.

³³² "La nozione di falsificazione non è storicizzata e dà quindi per scontata le definizioni di «prodotto naturale», di «vino» o di «marchio» quali le conosciamo ai giorni nostri. Al contrario come avremo modo di mostrare, queste nozioni si precisano proprio sul finire del secolo, tanto sul piano economico che su quello giuridico-istituzionale", (A. Stanziani, *Informazione, «expertise» e qualità dei prodotti in Francia (1871-1914)*, in *Quaderni storici*, Vol. 37, no. 111, 2002, 682.)

³³³ Cfr. Stanziani, *informazione, «expertise» e qualità*, 683 ss, in cui viene messa in luce l'eterogeneità degli orientamenti allora in causa, anche all'interno dei Ministeri stessi: "un tale uso delle fonti è indispensabile per rendere conto della costruzione stessa del mercato e delle sue regole e superare la tradizionale opposizione tra Stato e mercato".

³³⁴ *Archives nationales, Paris (AN)*, F 6873, *Comité consultatif d'hygiène, Rapport au ministre de l'Industrie et du Commerce*, 1883, cit. in Stanziani, *La falsification du vin en France*, *op. cit.*, 163.

generare illeciti per frode, e per quelli “*plâtres*”, addizionati di solfato di potassio (gesso), che minacciano direttamente la salute dei consumatori, ove utilizzati in quantità superiori al dovuto.³³⁵ A metà strada stava la pratica dello zuccheraggio e il vino fatto con l'uva passa.³³⁶

Tra le possibili soluzioni a tale matassa di problemi, venne avanzata dalla teoria neoclassica tradizionale quella basata sulla corretta ed esaustiva informazione: imponendo per legge di specificare sostanze, metodo di produzione, provenienza e quant'altro, il consumatore avrebbe avuto il ruolo di protagonista nell'espellere dal mercato i prodotti nocivi, falsi o semplicemente di bassa qualità. Questa impostazione, tuttavia, si scontrò subito con la razionalità limitata (che la storia mostra chiaramente) del mondo del consumo e con la difficoltà di individuare i vini adulterati grazie all'evoluzione tecnologica.

Un altro approccio interessante è quello che consiste nell'offrire al consumatore il massimo di informazioni sul prodotto e contestualmente di vietare i vini adulterati, in quanto “la circolazione dell'informazione da sola non permette di giustificare delle scelte razionali dei consumatori”.³³⁷ Questo orientamento costituisce un passaggio storico fondamentale per il concetto di denominazione e di *terroir*, perché nasce da una considerazione sulla reputazione del prodotto legata strettamente a quella di uno spazio determinato, quale bene collettivo. La crisi e lo smarrimento portato dalla fillossera porta i consiglieri girondini a ritenere “che i vini adulterati debbano essere vietati non perché invadono il segmento di mercato di Bordeaux, ma perché anche in Gironda si ricorre alla frode, la quale rischia di nuocere alla reputazione di tutta la regione”.

Va sottolineato come le questioni siano molto delicate e involgano i rapporti tra scienza, diritto ed economia, come già visto nella teoria delle convenzioni. Quest'ultima è chiamata a fornire ragione delle cause e degli effetti di determinate soluzioni giuridiche, a loro volta impostate su un'inevitabile approccio scientifico quanto più prudente possibile. Come nota Stanziani, “le soluzioni possibili presuppongono ciascuna una diversa nozione dell'informazione economica e del suo ruolo”.

Dal lato politico, negli anni '80 emerge prepotentemente la diatriba tra vino naturale contro vino falso. Vi erano spaccature anche all'interno dell'amministrazione medesima, con il Ministero delle Imposte che trattava, ai fini fiscali, i due prodotti come appartenenti alla categoria “vino”, mentre l'amministrazione della Dogane considerava i vini “falsi”, artificiali (quelli fatti con uva passa, annacquati, alcolizzati *etc.*), “come dei miscugli di alcool e in quanto tali sottoposti alla tassa d'importazione sull'alcool”.³³⁸

La divisione dello Stato conduceva a politiche differenti e, dunque, a frammentarietà e incertezza. In questo clima, cominciano a prendere piede molto gradualmente le tesi della

³³⁵ Tuttavia, solo in un secondo momento si elaborò la differenza tra inganno e falsificazione, rispettivamente, frode sulla designazione e sulla composizione del prodotto. Cfr. A. Stanziani, *falsification*, *op. cit.*, 182.

³³⁶ Uva, quest'ultima, importata in grandi quantità da Turchia e Grecia.

³³⁷ A. Stanziani, *Informazione, «expertise» e qualità dei prodotti in Francia*, *op. cit.*, 691.

³³⁸ AN F 12 6873, *cit. in ibidem*, nota 28.

prevalenza della salute dei consumatori e della correttezza nei rapporti commerciali.³³⁹ Si susseguirono leggi che cercavano di disciplinare il vino come il prodotto più naturale possibile; un passo importante fu segnato dalla legge “Griffe” del 1889, che, all'articolo 1, lo definì come “*produit exclusif de la fermentation du raisin frais ou du jus de raisin frais*”.³⁴⁰ L'articolo 2 precisava che “nessuna bevanda potrà essere spedita, venduta o messa in vendita col nome di vino, se questa parola non è immediatamente seguita dall'indicazione delle materie che lo compongono”: come dire, il consumatore è informato, faccia la sua scelta. Non è un caso, inoltre, che la *loi* Griffe citi la prima legge sulla falsificazione alimentare del 1951. Su quest'ultima si era costruita una giurisprudenza che distingueva la falsificazione dalla frode allorché il consumatore fosse o meno informato sulla composizione del prodotto. Il problema, di non poco conto, è che l'articolo 2 stravolge quanto di buono fatto nell'articolo 1. È una contraddizione in termini. O il vino è esclusivamente fatto con uve fresche o mosto di uve fresche o non lo è.

Dagli anni '90 il crescente interesse per la tutela della salute pubblica, sostenuto da più parti, pare emergere con maggior vigore, conducendo alla modifica dell'articolo 2 della legge Griffe, secondo cui “è vietato vendere sotto il nome di vino dei prodotti fabbricati a partire da uve secche, fecce, acqua, anche se miscelati col vero vino...”, nonché a leggi che vietavano pratiche che influivano sulla qualità e sulla salute, quali annacquamento e gessatura, che applicavano il regime fiscale dell'alcool a quello dei vini “artificiali” o che rendevano minima la possibilità di aggiungere lo zucchero. Questo lungo percorso viene completato nel 1905 con la legislazione in materia di falsificazioni alimentare, durata fino ai giorni nostri.

Qui trova spazio, anche e soprattutto, la parola origine: si condanna infatti chiunque abbia tentato di imbrogliare il contraente sull'origine, quando tale informazione rappresenti la causa principale della vendita. Si giunge al cuore del problema: la legge distingue la frode come inganno, cioè frode sulla designazione, dalla frode come falsificazione, cioè sulla composizione del prodotto. In che rapporto stanno questi aspetti? Nella designazione del prodotto, l'origine, è quella imprenditoriale o quella geografica? Nella composizione del prodotto, le uve appartengono al *terroir* indicato dalla provenienza geografica? Mobilità e

³³⁹ Cfr. *Ibidem*, 691-692, dove si analizzano i comportamenti degli attori economici nei confronti dei casi specifici di vini gessati e industriali.

³⁴⁰ Si riporta un passaggio del rapporto espresso al Senato dal parte del rappresentante della Commissione parlamentare incaricata di esaminare il progetto di legge, senatore A. Mathey: “da quando l'invasione della fillossera ha diminuito in grande misura la produzione di vino francese, si è sviluppata un'industria molto lucrativa, che consiste a fabbricare del vino senza l'intervento della vigna, sostituendo il succo di uva fresco con l'acqua, l'uva passa, lo zucchero, l'alcool e fin troppo spesso i coloranti [...]. Niente di più legittimo, certo, che questa fabbricazione di una bevanda che può sostituire, fino ad un certo punto, il vino naturale e rendere grandi servizi alle nostre popolazioni laboriose. Ma a una condizione: che questa bevanda, questo vino fittizio, sia venduto per ciò che è e per ciò che vale e che non sia data al consumo sotto il nome di vino, che non appartiene...”, cit. in A. Stanziani, *ibidem*, 695.

trasferimento di tecnologie contro suolo, clima e ambiente. Questa distinzione è stata già affrontata in altra sede del presente lavoro, ma vanno rilevate le peculiarità del ragionamento e delle soluzioni francesi. Alcune pronunce giurisprudenziali dell'epoca hanno sostenuto che il nome di un luogo, noto per il vino in esso prodotto, è riservato esclusivamente ai vini di provenienza e fabbricazione di quella zona, definita come “area storicamente determinata”.³⁴¹

Ma un prodotto fatto dall'uomo non poteva essere correlato solo al territorio “naturalmente inteso”. Si creò, così, quella labile e sottile, talvolta criptica e critica formula delle “tecniche tradizionali” o degli “usi leali e costanti”, per determinare la veridicità di una denominazione. L'AOC, la denominazione di origine controllata, quale meccanismo di tutela e segno distintivo della qualità nascerà solo qualche anno più tardi. Seppur formalmente attribuibile a due personalità, essa costituisce il frutto, l'esito di un lungo processo che ha avuto luogo nel periodo esaminato con le specificità analizzate.³⁴² L'intervento dello Stato, il ruolo del diritto e dei suoi formanti, la scienza, il mondo economico e commerciale, il ceto produttivo (dai produttori ai *négociants*), i consumatori: il meccanismo che ne derivò costituisce un ibrido tra pubblico e privato, tra controllo e certificazione, tra proprietà privata e collettiva. E al centro, il *terroir*, inteso in senso olistico e geograficamente deterministico; statico, in quanto costituito da una combinazione irripetibile di suolo, topologia e clima e dinamico, in quanto il contributo umano comporta una fisiologica evoluzione e innovazione, permettendo un costante confronto con il consumo e la domanda di mercato.

Risulta infine interessante uno spunto in ottica comparata, esaminando come il *terroir* nato e accolto con l'AOC si relazioni con quello interpretato con la DOCG/DOC italiana e DOP europea. Il vertice della piramide della qualità del vino francese è uguale a quelli già visti?

Il *terroir*, come ampiamente visto, nasce, si modifica e si trasforma in legge in Francia. Appare fisiologico e non così sorprendente come l'AOC traduca il *terroir* nel modo forse più corretto e fedele alla sua naturale predisposizione, anche per una necessità socio-economica che non si nasconde: la terra e l'uomo al centro.³⁴³ La terra intesa come suolo è

³⁴¹ AN F 12 6969, cit. in *Ibidem*, nota 42. Le sentenze si riferiscono al tribunale di Angers del 1870, 1887 e 1889, confermate dalla Corte di Cassazione nel 1889, mentre l'area considerata è la Champagne.

³⁴² In particolare Pierre Le Roy de Boiseaumarié e Joseph Capus diedero notevole impulso al meccanismo imponendo uno schema sul vino di qualità: dal valore del territorio alle varietà di uva ammesse, dai metodi di coltivazione fino a quelli di vinificazione ed infine i sistemi di controllo. A tal fine, con la legge del 30 luglio 1935, fu creato il *Comité National des Appellations d'origine des vins et des eaux-de-vie*, (successivamente INAO) con il compito specifico di impostare, controllare, regolare e autorizzare le AOC, le quali videro ufficialmente la luce.

³⁴³ L'art. 641-6, co. 3 del Code Rural francese reca in proposito una tutela che, come si vedrà nel successivo capitolo, manca nel reg. (UE) 1151/2012: “*Ces conditions de production peuvent comporter des mesures destinées à favoriser la préservation des terroirs*”.

la caratteristica principale del *terroir* francese. Una volta protetto il nome di una terra, l'obiettivo è sempre stato quello di caratterizzarla sempre più a fondo. Si parla di microzonizzazione per indicare quel fenomeno che dalla regione porta a considerare la singola vigna, qui chiamata *cru* (e *climat*, solo in Borgogna).

Quest'ultima regione ci consente di aprire una parentesi concreta su come la denominazione si definisce e distribuisce concretamente. La Borgogna è un grande territorio che si snoda in 250 chilometri, dallo Chablis a nord, al Beaujolais a sud. Dal basso della piramide troviamo l'*Appellation Régionale*, che rappresenta il 53 % dell'area di produzione, con 23 AOC le cui uve possono provenire da tutta la *Bourgogne*. Nel mezzo della piramide troviamo l'*Appellation Communale*, che rappresenta il 30 % del territorio, con 44 AOC, corrispondenti a vigneti ben definiti situati all'interno di un territorio comunale (ad esempio Beaune, Pommard, Chablis). Al vertice della piramide e differentemente dalle denominazioni italiane ed europee troviamo due categorie differenziate dal mero *terroir* naturale: sotto le *Appellation Premier Cru*, che constano di 684 vigneti ben definiti (*Climat*), espressione dell'*Appellation Communale* e che rappresentano il 15 % della produzione; sopra le *Appellation Grand Cru*, (2 % della produzione) che costituiscono la massima espressione dell'eccellenza di 33, definiti, *Climat*. Se la struttura può essere considerata piramidale, cambia la caratterizzazione specifica del singolo vigneto. Ciò in ragione di peculiarità pedoclimatiche, di esposizione, di altitudine, di pendenza, ma soprattutto di particolarità geologiche e di conformazione del terreno, indipendentemente dalla rinomanza dagli uomini o delle cantine presenti: risulta chiaro come qui il *terroir* è inteso in senso altamente discriminatorio. Inoltre, non c'è margine di errore, in quanto l'etichetta comunica in modo chiaro l'appartenenza del vino ad una determinata parcella geografica. La microzonizzazione che molti ordinamenti stanno cercando di emulare qui è ben posta in evidenza, è chiara e specifica. E la qualità, come visto, non può che essere rigidamente interpretata. Naturalmente, la distanza in termini di valore economico tra una bottiglia di un'AOC *Régionale* e una di un *Grand Cru* è enorme, ma non deve destare curiosità il fatto che i vigneti possano risultare confinanti.

Il cuore della Borgogna, senza far indispettire gli altri territori vitivinicoli della regione (lo Yonne, a nord, lo Chalonais, il Mâconnais e il Beaujolais più a sud) è, tuttavia, la Côte d'Or. Questo lembo di terra si allunga per 50 chilometri in direzione nord-sud da Chenôve (sud di Digione) fino a Santenay, in una striscia di vigneti larga al massimo 3 chilometri. L'area si distingue formalmente in Côte de Nuits, nella parte superiore e Côte de Beaune nella parte inferiore. Il territorio altamente vocato incontra qui 32 delle 33 AOC *Grand Cru* ed il sistema delle denominazioni punta più che mai all'eccellenza nel vigneto.

Ora va fatto un ultimo, importante, inciso: il vitigno, *rectius*, i due vitigni. Nella Côte d'Or non si trova altro che un vino bianco a base *chardonnay* e un vino rosso a base *pinot noir*, rappresentati rispettivamente da alcuni dei *Grand Cru* posti al vertice dell'eccellenza enologica mondiale quali Puligny-Montrachet e Clos de Vougeot. Ma *chardonnay* e *pinot* nero

non sono necessariamente inseriti in etichetta né la Francia si è mossa per tutelarne l'autoctonicità. In altre parole, l'importanza del *terroir*, primariamente come luogo, è testimoniato anche dal fatto che il vitigno è per certi aspetti secondario. La distintività e irriproducibilità è data dal territorio. Ciò si ritrova come concetto guida in generale nell'area francese, da Bordeaux all'Alsazia, dalla Lorena al Languedoc-Roussillon. Se pensiamo alla Champagne, il prodotto “*entry level*” è il biglietto da visita della zona geografica, senza dare troppa importanza al *cépage*, alla permanenza sui lieviti o ad altri metodi produttivi.

2.4. Il rapporto tra DO - IG e i marchi geografici³⁴⁴

A conclusione del capitolo e come naturale conseguenza di un'analisi incentrata su DOP, DOC e AOC, si considera la natura giuridica delle denominazioni di origine e il loro rapporto con i marchi collettivi geografici:³⁴⁵ coesistenza, incompatibilità o integrazione?³⁴⁶

La questione è assai rilevante perché tocca alcuni nervi scoperti della politica dei segni distintivi della qualità, dalla loro ragion d'essere alla rilevanza assegnatagli.³⁴⁷

Si tratta di due strumenti significativamente diversi per natura, contenuti, regole ed obiettivi che condividono uno spazio comune, il mercato e le sue leggi, ma che non di rado comportano problemi. L'articolo 22 del codice della proprietà intellettuale sancisce il principio di unitarietà dei segni distintivi prevedendo un generale divieto ad una loro “sovrapposizione” qualora possa crearsi un rischio di confusione nel pubblico o quando il secondo segno possa trarre indebito vantaggio dalla rinomanza del marchio antecedente. Se

³⁴⁴ Si precisa che i termini indicazioni di provenienza, indicazioni geografiche, denominazione, così come le sigle DO-IG, che verranno più volte citati nel paragrafo, alludono ai segni della qualità riconducibili alle DOP-IGP.

³⁴⁵ Terminando il primo capitolo si è fatto riferimento alle dinamiche di mercato e all'importanza di una disciplina sui segni distintivi. Si è ricordato il marchio quale strumento principe e le sue due principali funzioni, concentrandosi su quella di “provenienza” quale condizione di liceità e corretta informazione. Qui verrà maggiormente in luce la funzione distintiva come causa di impedimento alla registrazione e la natura tipicamente privatistica.

³⁴⁶ Cfr. F. Albisinni, *Marchi e indicazioni geografiche: una coesistenza difficile*, in *Rivista di diritto agrario*, 2015, 434 e seguenti. Va precisato che l'analisi avrà ad oggetto solo il prodotto agroalimentare.

³⁴⁷ Cfr. Ferrari, *La dimensione proprietaria delle indicazioni geografiche*, *op. cit.*, 11 e ss, che analizza due importanti critiche all'istituzionalizzazione del binomio qualità-origine geografica. Da un lato, la contestazione dell'IG quale strumento che pone al centro un “costrutto artificiale”, il territorio, “quale elemento statico capace di modellare le qualità presenti in un dato prodotto”, ma che nel mondo globalizzato di oggi “fatalmente propizierebbero una moltiplicazione di rivendicazioni proprietarie potenzialmente infinita e priva di giustificazione”; dall'altro, una denuncia che partendo dall'ossessione “identitaria che pervade la nostra epoca”, conclude per l'inappropriatezza delle IG in quanto ovunque replicabili. Cfr. anche Stanziani, *Informazione, expertise e qualità in Francia*, *op. cit.*, 701-702, che, riferendosi ai marchi collettivi rileva come siano “considerati, sin dal loro primo riconoscimento in epoca rivoluzionaria, come un ritorno celato al sistema corporativo. In chiave più strettamente economica, i marchi collettivi sono accusati di falsare il mercato creando delle rendite di posizione”.

un minimo grado di confusione è per certi versi fisiologico e accettato dal legislatore, il numero di controversie giurisprudenziali e non, suggerisce che qualche miglioramento al sistema possa essere operato.

Ripercorriamo i tratti peculiari dei segni in esame per osservare differenze e affinità e offrire una lettura più consapevole di un rapporto che continua ad essere troppo spesso sfuggente.

Ex articolo 2569 c.c., “chi ha registrato nelle forme stabilite dalla legge un nuovo marchio idoneo a distinguere prodotti o servizi ha diritto di valersene in modo esclusivo per i prodotti o servizi per i quali è destinato”.

In ordine rilevano gli elementi fondanti del marchio: capacità distintiva e necessaria novità,³⁴⁸ diritto esclusivo e natura privatistica.

Con riferimento alla capacità distintiva (che sappiamo essere elemento principale di un segno il cui scopo è rendere libero e concorrenziale il mercato, facendosi riconoscere e rendendosi distinto dagli altri), l'articolo 13 del codice della proprietà industriale, definisce in negativo quei nomi che mancano di tale carattere: i segni divenuti di uso comune; le denominazioni generiche; le indicazioni descrittive. Ai nostri fini rileva quest'ultima categoria, dal momento che include, espressamente, “la provenienza geografica”.

A livello generale, quindi, parrebbero esclusi i marchi geografici. Tuttavia, dottrina e giurisprudenza hanno riempito la formula di contenuto e, allo stato attuale, solo quando il riferimento ad un luogo presuppone o lascia intendere una descrizione della qualità del prodotto viene considerato come indicazione descrittiva e quindi motivo di mancanza di capacità distintiva *ex* articolo 13, comma 1, lettera b) del c.p.i..

È ammesso, quindi, l'uso di riferimenti geografici ove non siano descrittivi, come nel caso dei marchi di pura fantasia. Si pensi ad un produttore altoatesino di imbarcazioni con marchio “Bolzano” o al marchio (già ritenuto valido) di sigarette “Capri” o ancora a “Brooklyn” per gomme da masticare.

Appare manifestamente limitato lo spazio di utilizzo di marchi geografici, sintomo di un diffuso sospetto nutrito dal diritto verso essi. Ciò perché, ed è il motivo più importante, si vuole evitare il rischio di un'appropriazione privata ed esclusiva di un “*commons*”, di un *terroir* che appare un bene collettivo di cui ne potrebbero godere più individui.

Questo ci porta a considerare l'altro aspetto che risalta dalla definizione codicistica del marchio, il diritto esclusivo e con esso la dimensione privatistica. Il titolare registrante ha la “facoltà di fare uso esclusivo del marchio”. Non solo dal punto di vista giuridico, ma anche da quello lessicale l'esclusività comporta esclusione, impedendo a terzi qualsiasi uso

³⁴⁸ Novità contro storicità, presupposti legati al futuro contro un passato consolidato, anche questo rappresenta una sensibile differenza tra marchi e IG. Corollario di ciò, la genericità. Essa costituisce causa di nullità *ex post* per il marchio, mentre DOP e IGP non possono divenire generiche.

che possa nuocere alla sfera individuale racchiusa nel nome registrato e identificando un potere molto forte. Va sottolineata tale situazione soggettiva, in cui si rinvergono tutti gli elementi che connotano una situazione proprietaria “tradizionalmente intesa”. Viene quindi naturale pensare che ove si avesse la possibilità di registrare un marchio che riconducesse ad un luogo fisico, le conseguenze sarebbero assai negative (si pensi agli effetti distorsivi in campo concorrenziale).³⁴⁹ Ma tale rischio di appropriazione monopolistica del nome di un territorio svanisce per il solo fatto di sostituire l'aggettivo collettivo ad individuale?

Accomodate alla porta, il marchio geografico viene fatto rientrare dalla finestra con lo strumento del marchio collettivo. Esso, infatti, pur condividendo le regole valevoli per i marchi individuali “in quanto non contrasti con la natura di essi”, “può consistere in segni o indicazioni che nel commercio possono servire per designare la provenienza geografica dei prodotti o servizi”, in segni descrittivi quindi.³⁵⁰ Tali segni portano inevitabilmente a rendere più difficoltosa, incerta e sfumata la relazione con le indicazioni geografiche. Che differenza c'è, ad esempio, agli occhi del consumatore medio, tra il marchio collettivo “vini Alto Adige” e la DOC “Alto Adige”?³⁵¹ Le normative europee e nazionali già analizzate parrebbero suggerire una preferenza per le indicazioni geografiche, ma ciò non è risolutivo per la questione qui affrontata.³⁵²

Quello che differenzia principalmente il marchio collettivo da quello individuale è una funzione ulteriore e distinta, che consiste nel “garantire l'origine, la natura o la qualità

³⁴⁹ Alcuni esempi di marchi giudicati nulli sono: “Fratelli Carli – Produttori di olio di oliva – Imperia, Oneglia” (anche se in relazione alla decettività della funzione di provenienza) e “Le terre di Federico” per vini pugliesi. È stato ritenuto lecito, invece, “Amaro Silano”, in quanto le erbe con le quali si produceva il prodotto non provenivano da quel luogo e la Sila non era comunque rinomata per tali erbe, sicché il nome poteva essere utilizzato in funzione di fantasia. Qualche dubbio in quest'ultimo caso permane.

³⁵⁰ Art. 11, c.p.i.. Possibilità prevista anche per il marchio collettivo comunitario.

³⁵¹ O ancora, tra il marchio collettivo “qualità Alto Adige” e la denominazione di origine controllata “Trento”? Il marchio collettivo “Qualità Alto Adige”, si legge dal medesimo sito, “viene utilizzato da produttori di alimenti di alta qualità. Il marchio di qualità è un riconoscimento di qualità *controllata*. *Garantisce*, insieme alla *rigorosa origine altoatesina*, un *livello* di merito nettamente *superiore* a quello richiesto dagli standard di legge. La conformità ai requisiti di *qualità* viene *verificata* da enti di controllo indipendenti ed accreditati.” [Corsivo mio.] Il Trento DOC è un vino a denominazione previsto per gli spumanti dell'omonima zona, ottenuti con il metodo della rifermentazione in bottiglia a cui si applicano le regole differenti sopra viste. La confusione potrebbe nascere dal fatto che in entrambi i casi si tratta di prodotti originari di una zona con specifiche qualità.

³⁵² Preferenza dello strumento DO-IG sia per comunicare l'origine qualificata del prodotto, sia per rappresentare una qualità “più alta” e diversa. Basti ricordare come, a fronte dell'eccezionale non registrabilità di una DOP-IGP, nel caso in cui la coesistenza con un marchio antecedente famoso sarebbe tale da indurre in errore il consumatore quanto alla vera identità del prodotto (art. 6, par. 4, reg. 1151), assai numerose sono le regole in cui un marchio non possa essere registrato (art. 14, par.1, co. 1), debba coesistere (art. 14, par. 2), o venga annullato (art. 14, par. 1, co. 2).

di determinati prodotti o servizi”.³⁵³ Una garanzia che non può non essere “qualitativa”, anche ove meramente evocativa, sull'origine geografica, sulle materie prime del prodotto o altro ancora.

Si specifica, inoltre, che i soggetti titolari “hanno la facoltà di concedere l'uso dei marchi stessi a produttori o commercianti”. Da ciò discende la particolarità di uno strumento il cui utilizzo sul mercato avviene ad opera di soggetti (molteplici, appunto) diversi dai registranti. La funzione delineata si sostanzia attraverso la predisposizione e il successivo controllo di un “regolamento d'uso”, a cui i soggetti autorizzati dovranno attenersi.³⁵⁴

Si tratta di comprendere, ora, come quest'ultima disciplina si relazioni con i meccanismi studiati per le indicazioni geografiche. Per riassumere i concetti, è possibile richiamare i tre elementi fondanti delle DO-IG: matrice collettiva, legame tra prodotto e territorio, carattere pubblicitario.³⁵⁵

Per quanto riguarda la natura collettiva ed il rapporto prodotto-territorio, questi si manifestano, seppur in modo differente, in entrambi i segni, aumentando l'incertezza. Non a caso “si tratta di caratteristiche che trovano la loro *summa* nel disciplinare di produzione”,³⁵⁶ il quale, nel marchio collettivo, assume il nome di regolamento d'uso. Ciò rappresenta, al tempo stesso, elemento di maggior affinità e maggior differenza: affinità, in quanto documento che prescrive le condizioni e le regole da seguire per poter beneficiare del segno; differenza in quanto matrice e controlli sono in un caso “pubblicistici”, nell'altro, “privatistici”.³⁵⁷ Quest'ultima macro-differenza si riflette in più direzioni. Da un lato, il disciplinare, come si è avuto modo di comprendere, gode di un'attenzione particolare: dal legislatore, in quanto fortemente normato; dall'autorità pubblica, in quanto validato e promulgato da essa, dopo un *iter* lungo e complesso; infine, rappresenta il frutto di un lavoro congiunto tra operatori privati interessati al segno e autorità pubblica che garantisce il processo di creazione della DO-IG. Tutto ciò non si rinviene nel regolamento d'uso che, dall'altro lato, è un documento privato, il cui contenuto è indicato in termini generici e nel cui procedimento di approvazione l'autorità pubblica ha un ruolo meramente di controllo.

Se si valuta, ancora, il fine dei due documenti si comprende ancor meglio questa macro-differenza. Con il disciplinare si vuole dare pubblicamente risalto alle caratteristiche qualitative di prodotti legati ad un *terroir*, mentre con il regolamento d'uso ci si appropria di un termine geografico che, astrattamente, potrebbe garantire una mera origine, al di là delle

³⁵³ Art. 11 c.p.i. e 2570 c.c.

³⁵⁴ Da segnalare che costituisce impedimento alla registrazione e causa di nullità del marchio collettivo (comunitario) la mancanza degli elementi essenziali del regolamento. Si veda l'art. 74, reg. 207/2009. Non è prevista una disposizione analoga nell'ordinamento italiano che, all'art. 25 c.p.i., non prevede cause di nullità ulteriori a quelle dei marchi individuali.

³⁵⁵ Cfr. Ferrari, *op. cit.*, 70 ss.

³⁵⁶ *Ibidem*, 70-71.

³⁵⁷ Si ricordi la possibilità di esercitare “privatamente” la funzione pubblica della certificazione nel caso di DOP/IGP.

qualità specifiche.

Infine, il carattere pubblicistico di DO-IG rileva ai fini del paradigma proprietario. La vera differenza tra queste e i marchi sta qui: un concetto di proprietà tradizionalmente inteso per questi ultimi;³⁵⁸ *sui generis* per le prime.³⁵⁹

Sui generis, innanzitutto, perché non è presente un titolare formalmente inteso: gruppi, consorzi, associazioni o enti pubblici che promuovono la registrazione di una denominazione non sono proprietari di essa. Se di proprietà si può parlare, tale diritto non può che appartenere alla collettività, cioè ai componenti del gruppo e non ai membri in quanto singoli.

L'assenza di un proprietario, unita all'elemento più importante dell'indicazione geografica, il legame forte con l'immagine, i valori e le identità di un territorio, comportano una seconda, significativa limitazione del modello proprietario, esprimibile nell'impossibilità di alienare e cedere il segno. Una libera circolazione tradirebbe l'essenza stessa di tale strumento. Il rapporto, indissolubile con il territorio e con tutto ciò che esso esprime, costituisce anima e senso dello strumento posto a fondamento della tutela di un'idea profonda di qualità. Ciò emerge inevitabilmente dai requisiti oggettivi per i quali il singolo produttore possa beneficiare del segno: essere fisicamente localizzato in quel preciso *terroir* naturale e rispettare le metodiche di base del *terroir* sociale, espresse nel disciplinare.

Dall'altro lato, tuttavia, ritroviamo elementi di stampo privatistico che riconducono al marchio e alla dimensione proprietaria.³⁶⁰ Su tutti, la gestione della denominazione. Si è detto della mancanza di un proprietario formalmente inteso e del valore della collettività dei membri. Rafforzando il valore dei veri artefici della sintesi della qualità territoriale, quali i produttori e trasformatori, si riconoscono a tali gruppi alcuni importanti poteri, da quelli meramente difensivi ad altri proattivi.³⁶¹

³⁵⁸ Questi hanno un proprietario ben definito che può cederli, darli in garanzia, offrirli in licenza per prodotti diversi da quelli per cui sono stati registrati, contrattualizzarli, *etc.* Solo due sono le attenuazioni importanti al modello proprietario *tout court*: Il principio dell'apertura del segno, che significa la necessità, per il titolare, di concedere il marchio a tutti i produttori operanti nella zona codificata e che rispettano il regolamento e il principio di non decettività dell'indicazione di provenienza geografica. Sebbene queste attenuazioni indeboliscano inevitabilmente il paradigma proprietario "puro", quello fondato sullo *jus excludendi alios* e sul godimento pieno ed esclusivo, tuttavia, rimane forte e differente l'impronta proprietaria. Il soggetto depositante, salvo quanto visto, potrà fare tutto quello che è possibile fare con un marchio individuale.

³⁵⁹ Cfr. Trapè, *op. cit.*, 406, che ritiene che le indicazioni geografiche siano "diritti collettivi che «servono» l'interesse pubblico nell'informazione dei consumatori".

³⁶⁰ È sufficiente leggere i regolamenti su DOP e IGP o le leggi sul vino italiano per comprendere i numerosi richiami all'impostazione disciplinare dei marchi: registrazione, genericità, tutela del consumatore e molti altri.

³⁶¹ Si veda il considerando 57 e l'art. 45 del reg. 1151/2012 e l'art. 150 reg. 1308/2013. Quando la loro struttura si istituzionalizza in consorzio, si veda l'art. 41 del nuovo Testo unico sul vino. Cfr. Ferrari, *op. cit.*, 174 e ss., in cui si offrono due spunti concreti per ragionare in termini di poteri dei gruppi: possono agire per il risarcimento del danno causato da una contraffazione del segno distintivo? Possono concludere contratti di *merchandising* con terzi?

Si evince una natura multiforme, ibrida di un meccanismo tipicamente privatistico con sfondo e caratteri di matrice pubblicistica. La dimensione inclusiva convive con quella esclusiva. Ad elementi patrimoniali, tipici di un segno appartenente alla proprietà intellettuale, si uniscono chiari segnali extrapatrimoniali.³⁶²

Per concludere e rispondere alla domanda di inizio paragrafo, si ritiene che il rapporto intercorrente tra marchio geografico collettivo e DO-IG possa risultare, a seconda dei casi, di incompatibilità, di coesistenza e di integrazione. Sebbene le affinità siano molte, natura, struttura e fini pongono i segni su piani differenti, ancorché legati all'ampio tema della comunicazione e della garanzia delle qualità. Potenzialmente, i due strumenti sono idonei ad un utilizzo sinergico e costruttivo, al fine di aumentare la conoscenza (all'esterno) e la forza (all'interno) di un'area geografica e dei suoi prodotti.³⁶³ Qualora gli interessi privati ed imprenditoriali del proprietario di un marchio collettivo contrastino con quelli di una denominazione si potrà avere, invece, mera coesistenza o addirittura incompatibilità.³⁶⁴ Quest'ultimo caso, pericoloso, ma abbastanza marginale, avverrà verosimilmente nel momento in cui il marchio collettivo dovesse preesistere alla DO-IG, non potendosi verificare la situazione opposta, se non quando i soggetti appartenenti alla DO-IG siano interessati al marchio: ma in tal caso vi sarebbe unitarietà d'intenti.³⁶⁵

Un caso di qualche anno fa, riguardante uno dei formaggi italiani più venduti e rinomati, ha posto in luce alcune tra le criticità sopra analizzate. Nella fattispecie, il Consorzio del Grana Padano, attivo dagli anni '50 con funzioni di vigilanza nella produzione e nella commercializzazione del formaggio, aveva ideato alcuni marchi collettivi atti a contraddistinguere il prodotto e li aveva protetti a livello nazionale e internazionale. Tra questi segni vi era il caratteristico logo di colore giallo, con impressa la scritta Grana Padano. Con l'avvento del regolamento su DOP e IGP, veniva riconosciuto al prodotto in questione la DOP, che si sovrappose in modo pressoché speculare al marchio.

Il caso in esame vedeva il Consorzio agire in giudizio contro un produttore per l'uso

³⁶² *Ibidem*, 160 e ss.

³⁶³ L'Alto Adige, rispondendo alla domanda posta in precedenza, rappresenta un caso felice di integrazione, attraverso un marchio collettivo utilizzabile solo sui vini collegati alla medesima denominazione di origine controllata. Il Consorzio in tal caso ha giocato un ruolo fondamentale di coesione, valorizzazione e promozione, concluso con deposito del marchio. A tal proposito l'art. 12, co. 5, reg. 1151/2012, consente l'uso nell'etichettatura dei marchi collettivi geografici, unitamente alla denominazione di origine o indicazione geografica.

³⁶⁴ Così, ad esempio, il già richiamato art. 14, reg. 1151/2012 e l'art. 15, co. 2, direttiva 2008/95, afferma che un marchio collettivo geografico “non autorizza il titolare a vietare ai terzi l'uso commerciale di detti segni, purché l'utilizzazione sia conforme alle consuetudini di lealtà in campo industriale o commerciale; in particolare un siffatto marchio non può essere fatto valere nei confronti di un terzo abilitato a usare una denominazione geografica”. Si noti, ancora, che in sede nazionale l'Ufficio competente di valutare l'idoneità dei marchi, può opporsi alla registrazione quando il segno è idoneo a creare situazioni di ingiustificato privilegio o comunque recare pregiudizio allo sviluppo di altre analoghe iniziative nella regione.

³⁶⁵ Non è infatti possibile registrare come marchio collettivo un nome che costituisca una denominazione di origine qualificata, se non quando non contrasti con le norme sopra viste.

del marchio collettivo, uso da cui era stato escluso a causa di alcune irregolarità riscontrate nel procedimento di cui al regolamento consortile. Ritenendo tale condotta una contraffazione di quei segni distintivi la cui *titolarità* era in capo al Consorzio e un atto di concorrenza sleale grave in quanto comportamento tipico dei *free riders*, chiedeva al Tribunale di Saluzzo di ordinare il sequestro del prodotto contraffatto e inibire alla controparte la prosecuzione dell'attività lesiva.

Gli argomenti rilevanti della causa attengono alla qualificazione e alla distinzione tra DOP e marchio collettivo, operata dal giudice di primo grado.

“Le denominazioni di origine protette hanno una diversa funzione rispetto ai marchi collettivi in quanto mirano a valorizzare prodotti agricoli ed alimentari con caratteristiche particolari legate alla zona per l'influsso di fattori ambientali naturali e/o socio economici, garantendo i consumatore circa l'origine e la qualità del prodotto acquistato e preservando nel contempo condizioni di concorrenza uguali tra i produttori dei beni che beneficiano di siffatte denominazioni; tutti gli imprenditori che rispettino le regole dettate dai disciplinari allegati alle relative domande di registrazione vantano pertanto un diritto soggettivo perfetto all'utilizzo della denominazione di origine protetta, quand'anche questa risulti precedentemente registrata come marchio collettivo geografico”.

Il fatto di aver collocato sul mercato un prodotto DOP in linea con i requisiti previsti dal disciplinare di produzione, offusca la potenziale contraffazione del marchio collettivo, il quale subisce una degradazione di valore di fronte al più importante segno europeo. Così, il diritto di privativa in capo al Consorzio sull'uso del nome registrato diversi anni prima, viene affievolito dal carattere «pubblicistico» della DOP.

La pronuncia, così interpretando, rigetta la richiesta attorea, non rilevando né contraffazione né concorrenza sleale.

CAPITOLO 3.

ULTERIORI ASPETTI PROBLEMATICI DEL CONCETTO DI *TERROIR* IN CAMPO GIURIDICO

È indubbio che quella attuale sia una stagione politica, economica e ambientale di cambiamento. Attraverso scelte lungimiranti, è possibile dare un segnale importante al pianeta, anche in ottica futura.³⁶⁶ Differenti e complessi appaiono gli ambiti di azioni che si pongono al mondo agroalimentare, in generale, e al *terroir*, in particolare. Possiamo citare: la globalizzazione, che comporta una competizione economica di dimensioni internazionali; i problemi di sostenibilità sociale ed ambientale,³⁶⁷ dalla retribuzione della materia prima agricola ai rapporti di forza tra produttori e GDO, dalla salute del territorio *tout court* a quello delle persone; i problemi di ragionamento sull'urbanizzazione e sul territorio agricolo; i problemi di educazione al consumo; i problemi di *terroir* negato, per le regioni che a causa di conflitti e arretratezza, sono costrette a lottare per salute e sicurezza.

Non è arrivato un agente sconosciuto patogeno a devastare il vigneto, sebbene le frodi alimentari siano un problema tutt'altro che superato; il flusso migratorio campagna-città è ancora forte, ma gli incentivi a investire sulla campagna rappresentano segnali incoraggianti; non si pongono i problemi di *food security* di un tempo, quantomeno nei paesi avanzati, dal momento che le stime parlano più di sovrapproduzione che di scarsità.³⁶⁸

Sono tanti e diversi centri di interesse: proseguendo coerentemente con quanto dibattuto precedentemente, si forniranno, in questa sede, spunti di ragionamento critici, pratici e in prospettiva *de jure condendo*.

Una questione che si ritiene importante approfondire e che costituirà lo sfondo dell'ultima parte di questo contributo attiene alla forza con cui dinamiche socio-economiche e ambientali agiscono nei confronti del *terroir*.

Come si conciliano le politiche della qualità, che a livello europeo trovano massima espressione nelle DOP e IGP, con il tema della sostenibilità ambientale?

³⁶⁶ Secondo il celebre motto per cui “non ereditiamo la terra dai nostri antenati, la prendiamo in prestito dai nostri figli”.

³⁶⁷ Cfr. M. Ferrari, U. Izzo, *Intorno al concetto di sostenibilità nel diritto alimentare*, in *Eticaeconomia*, Menabò n. 37, 2016, in <http://www.eticaeconomia.it/intorno-al-concetto-di-sostenibilita-nel-diritto-alimentare/>.

³⁶⁸ Sebbene la voce di Costato dipinga in termini negativi l'attuale andamento delle politiche agricole europee, complici a suo dire, di aver contribuito a far perdere la qualifica di “granaio del mondo” all'Europa. Cfr. L. Costato, *L'agricoltura, cenerentola d'Europa*, in *Rivista di diritto agrario*, 2013, 2, 213 ss.

3.1. Il caso Prosecco tra denominazione e sostenibilità

Introduciamo il ragionamento partendo da un caso-studio che permette di toccare con mano gli aspetti pratici della questione e che, soprattutto, funge da *trait d'union* tra quanto abbiamo espresso nel capitolo due e il capitolo tre: il Prosecco.

Cosa significa “Prosecco”? A seconda del destinatario, questo nome può evocare pensieri differenti. Ad alcuni potrà ricordare una denominazione di origine, altri penseranno immediatamente ad un vino, magari spumante, di una zona situata nel nord-est della penisola italiana o a zone più ristrette, altri ancora ad un vitigno, sinonimo di Glera, altri, infine, al nome di una frazione in provincia di Trieste.

La complessità della questione giuridica che si cela dietro al nome “Prosecco” può essere esaltata come uno dei motivi che hanno contribuito alla fama e al successo di tale denominazione, vino, vitigno, uva.³⁶⁹ Ma dietro tale nome sta anche l'argomento principale di questo capitolo: prende spunto da un caso specifico per analizzare come le denominazioni di origine e le indicazioni geografiche si occupino di territorio. Si declinerà l'indagine sotto forma di sostenibilità, da un lato, in ambito produttivo-economico, dall'altro, ambientale.

Proprio la possibilità (ben sfruttata) di utilizzare per diverso tempo tale nome in più sensi e direzioni, ha contribuito a veicolare lo stesso e renderlo notorio a livello nazionale e internazionale. Il notevole impatto commerciale ha creato, a cascata, numerosi effetti benefici da un punto di vista sociale ed economico. Tuttavia, non può essere sottaciuto il “rischio” che una tale, assai rara corrispondenza, comporta: non è possibile riportare esempi analoghi! Se si pensa ad alcune rinomate denominazioni vitivinicole tradizionali, esse corrispondono tutte a nomi di: luogo (Rioja, Champagne, Barolo, Taurasi); luogo e vitigno (Erbaluce di Caluso, Sagrantino di Montefalco, Aglianico del Taburno, Brunello di Montalcino); luogo e vino (Amarone della Valpolicella, Recioto di Gambellara, Sforzato della Valtellina, Torchiato di Fregona).³⁷⁰

³⁶⁹ Lo spunto è chiaramente parziale e non tiene volutamente conto di tutti gli elementi che hanno contribuito all'ascesa del Prosecco: dalle peculiarità del prodotto alle politiche produttive fino alle dinamiche di mercato *etc.*

³⁷⁰ Va sottolineato come si nutrano alcuni dubbi sia sulle indicazioni geografiche che non contengono riferimenti ai luoghi (come il Ciauscolo, noto salume marchigiano), sia su quelle che basano la loro ragion d'essere solo sull'elemento umano. Si pensi ai numerosi esempi di prodotti di panetteria/pasticceria basati su una tipicità produttiva e gastronomica di tipo storico-sociale che esula da peculiarità naturali insite nelle materie prime o nell'ambiente di trasformazione: così i Cantucci Toscani, la Focaccia di Recco col Formaggio, il Pampepato di Ferrara, il Panforte di Siena, la Piadina Romagnola. Tutti ottimi prodotti ad indicazione geografica protetta che potrebbero essere inquadrati più opportunamente nell'alveo delle Specialità tradizionali garantite (STG), al pari della Pizza Napoletana. È vero che la registrazione di un'IGP si giustifica anche per una mera notorietà, schema che ha permesso di superare il problema della possibile replicabilità del prodotto fuori dall'area di produzione. Tuttavia pare più logico, nell'ottica di una maggior chiarezza tra segni e quindi di miglior conoscenza del consumatore evidenziare la

Il tema dei nomi geografici si lega qui inscindibilmente alla tutela delle menzioni tradizionali e bisogna preliminarmente chiedersi se esista una protezione per queste ultime e, in caso di risposta positiva, fin dove si estenda. L'articolo 54 del regolamento (CE) n. 479/08 dispone che “per «menzione tradizionale» si intende l'espressione usata tradizionalmente negli Stati membri, in relazione ai prodotti di cui all'articolo 33, paragrafo 1, per indicare:

a) che il prodotto reca una denominazione di origine protetta o un'indicazione geografica protetta dal diritto comunitario o da quello dello Stato membro;

b) 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.

La protezione di tali termini esiste e viene accordata dall'articolo 40 del regolamento (CE) n. 607/2009, “contro qualsiasi usurpazione, anche quando la menzione protetta è accompagnata da espressioni quali «genere», «tipo», «metodo», alla «maniera», «imitazione», «gusto», «come» o simili; contro qualsiasi altra indicazione falsa o ingannevole relativa alla natura, alle caratteristiche o alle qualità essenziali del prodotto, usata sulla confezione o sull'imballaggio, nella pubblicità o sui documenti relativi al prodotto di cui trattasi; contro qualsiasi altra prassi che possa indurre in errore il consumatore e in particolare che lasci supporre che il vino fruisca della menzione tradizionale protetta”.

Accanto a tali prospettive troviamo anche e per l'Italia, soprattutto, una tutela per i nomi di alcuni vitigni autoctoni.³⁷¹ Tecnicamente, l'articolo 62, co. 4, reg. 607/09 sancisce il divieto di uso di un vitigno (facente parte del nome di una DOP o IGP) al di fuori di un prodotto a denominazione.³⁷² Gli allegati VII e XV al regolamento 607/09 contengono una lista delle menzioni e dei vitigni registrati dalla Commissione. Nel primo si possono notare differenti termini tipici nazionali: da quelli italiani quali “alberata”, “classico”, “recioto”, “sciacchetra”, “superiore”, “torcolato”, addirittura “verdolino”, ai francesi “châteaux”, “claret”, “grand cru e première cru”, “clos”, “sur lie” o spagnoli “gran reserva”, “oloroso”, “solera”, etc.³⁷³ Nel secondo si ritrovano i vitigni alla base delle più importanti denominazioni come:

differenza tra prodotti geografici e prodotti tradizionali legati ad un luogo.

³⁷¹ “Soprattutto”, dovuto all'ingente quantità e qualità di vitigni autoctoni italiani. Tuttavia va tenuto ben a mente che una cosa sono le menzioni tradizionali e i vitigni autoctoni e altra cosa sono le denominazioni di origine fondate sul *terroir*. Le politiche europee mirano, giustamente, a tutelare primariamente queste ultime.

³⁷² Recentemente l'Ue ha mostrato la volontà di rivedere i termini di questa disposizione verso una liberalizzazione di tali nomi. Si sollevò una polemica tanto forte da parte dell'Italia che la proposta fu ritirata.

³⁷³ Sono stati citati volutamente esempi differenti di menzioni tradizionali di cui al comma 1, lettera b), art. 54, reg. 479/08 citato poco sopra e al comma 4, art. 62, reg. 607/09.

Aglianico, Lambrusco, Nebbiolo, Sangiovese, Verdicchio, *etc.*³⁷⁴

Rileva come non vi sia traccia, nei due allegati, del nome oggetto del nostro approfondimento: procediamo quindi con ordine e analizziamo le tappe più importanti dell'ascesa del nome “Prosecco”.

Il disciplinare di produzione racconta che già dalla fine del '600 si parla di un vitigno “prosecco”, presente, dapprima, nell'area carsico-triestina e successivamente nella zona centro-orientale del Veneto, su tutte, la provincia trevigiana. Nei successivi secoli la produzione si consolida in quest'ultima area dando ottimi risultati nella zona compresa tra Conegliano, Valdobbiadene e Asolo. L'uva “Prosecco” trova collocazione anche nella “Collezione Ampelografica provinciale Trevigiana” del 1869, considerata “fra le migliori uve bianche per le qualità aromatiche adatte alla produzione di vino dal fine profilo sensoriale”.

Un passo fondamentale per la notorietà del vino fu l'ottenimento della denominazione di origine controllata “Prosecco di Conegliano Valdobbiadene”, riconosciuta con D.P.R. 02/04/1969: “Il vino Prosecco di Conegliano – Valdobbiadene deve essere ottenuto dalle uve provenienti dal vitigno «Prosecco»”.³⁷⁵ Il Prosecco, dunque, si consolida negli anni successivi come vino (e vitigno) tipico del trevigiano.³⁷⁶

Il successo incontrato dalla DOC portò ad espandere la coltivazione della vite in territori sempre più ampi del Veneto e del Friuli: per codificare il vino prodotto nelle zone escluse dalla denominazione, con D.M. 31/12/1977, si inserì il Prosecco anche nell'elenco dei “Vini da tavola a Indicazione Geografica”.

La vera rivoluzione si ebbe nel 2009, anno in cui si trasformò completamente la DOC e si registrarono due DOCG dalle ceneri della precedente denominazione.

Torna qui in gioco quella leggera differenza terminologica accennata in apertura del precedente capitolo tra DOP e IGP per prodotti agro-alimentari e per quelli vitivinicoli: denominazione/indicazione come nome di prodotto per i primi, di luogo per i secondi.³⁷⁷ Se avessimo avuto a che fare con un prodotto diverso dal vino probabilmente avremmo potuto lasciare la denominazione esistente e contestualmente instaurare una politica di promozione e allargamento della denominazione (attraverso l'estensione – consapevole – dell'area di produzione o la valorizzazione di aree territoriali definite).³⁷⁸ Ma sarebbe stato

³⁷⁴ Può risultare curioso il fatto che non sia indicato alcun vitigno francese. Si pensi a quattro vitigni autoctoni, considerati oggi internazionali, quali *Chardonnay*, *Cabernet sauvignon*, *Merlot* e *Pinot noir*. Senza uscire dai nostri confini nazionali, si nota come in Italia non sia infrequente trovarli riportati in etichetta.

³⁷⁵ Art. 2 del disciplinare di produzione del Prosecco di Conegliano - Valdobbiadene introdotto con D.P.R. 02/04/1969.

³⁷⁶ Una denominazione, quindi, basata su luogo e vitigno.

³⁷⁷ Si ribadisce la sottigliezza della differenza presente nelle definizioni *ex art. 5, reg. 1151/2012 ed ex art. 93, reg. 1308/2013*, dal momento che il luogo deve pur sempre emergere anche nelle prime e solo di rado “per evocazione”.

³⁷⁸ Un chiaro esempio, a cui si rimanda, è rappresentato dal caso Feta.

sicuramente difficile ottenere i numeri e la protezione giuridica attuale.

Il cambiamento epocale non fu tanto (o solo) nelle nuove DOC e DOCG, quanto nella strategia di travestire un'uva da denominazione. Detto altrimenti, la denominazione fondata su un prodotto e su un vitigno divenne denominazione basata sul nome di un luogo, anzi, del luogo. Per fortuna l'omonima frazione fu trovata a “soli” 130 chilometri circa dall'area di produzione storica. L'invenzione fu trasformare un vitigno in area geografica di produzione ottenendo due effetti su tutti: da un lato, estendere l'area di produzione a tutta l'area che si frapponeva tra Prosecco e area storica, coinvolgendo nove province e quasi interamente due regioni, con tutto ciò che avrebbe comportato in termini di produzione, impianti e introiti;³⁷⁹ dall'altro, impedire l'uso del nome “Prosecco” per tutti coloro che sarebbero rimasti fuori da tale area.³⁸⁰

Prosecco divenne così la base fisica per tre denominazioni: la denominazione di origine controllata, che identifica una vasta area e due denominazioni di origine controllate e garantite che promuovono le aree storiche di coltivazione (del Prosecco vitigno), quali “Asolo” e “Conegliano Valdobbiadene” e valorizzano l'eccellenza del prodotto.³⁸¹

Va menzionato a tal fine la contestuale codificazione per decreto ministeriale del vitigno Glera quale sinonimo di Prosecco: Glera, oggi, al fine di non creare confusione ed evitare che il nome precedente possa essere usato da chiunque coltivi quella varietà, è la sola uva che compare nei disciplinari di produzione delle denominazioni considerate e che rappresenta la base da cui elaborare tali vini.³⁸²

Ecco spiegato il motivo per cui non è stato richiesto in sede europea di tutelare Prosecco come vitigno storico o, con qualche forzatura, come menzione tradizionale: oggi Prosecco rappresenta soltanto una denominazione di luogo, al pari degli esempi citati. Senonché la DOP è una denominazione di luogo che indica, altresì, un prodotto. Quindi

³⁷⁹ Nei dati aggiornati relativi alla campagna vitivinicola 2014 riportati da Federdoc, si rinvergono per la sola area DOC 19.108,00 ettari vitati per una produzione in termini di quintali d'uva di 3.201.251 e di ettolitri di vino di 2.240.875. Per intendersi, produce più uva e vino di tutte le uve e i vini a denominazione di regioni quali Toscana o Piemonte. Per la DOCG Conegliano Valdobbiadene i numeri scendono drasticamente sia per la superficie vitabile più limitata che per le rese previste dal disciplinare, necessariamente inferiori: rispettivamente 6.860,00, 856.028 e 605.520. Infine per la più piccola DOCG Asolo i numeri diventano “terreni”: 698,00, 71.412, 49.988. Tutto ciò significa più venti mila ettari di superficie vitata ed in costante aumento, più di due miliardi di fatturato annuo per 438.698.000 bottiglie. Ecco alcuni numeri del Prosecco.

³⁸⁰ Non solo non si potrà registrare in Italia una denominazione di luogo fondata sul vitigno, come “Prosecco di Matelica”, “Prosecco della Valpolicella”, ma soprattutto non si potrà avere un vino Prosecco “di Mendoza” o “della Napa Valley”. In alternativa a quanto fatto, sarebbe stato possibile proteggere “Prosecco” come vitigno o come menzione tradizionale, seppur con una forza minore rispetto a quella di una denominazione.

³⁸¹ “Colli Asolani – Prosecco” o “Asolo – Prosecco” e “Conegliano Valdobbiadene – Prosecco” sono i nomi delle due DOCG.

³⁸² Insieme alle altre ammesse a concorrere nei limiti del 15%, da sole o congiuntamente, nel prodotto finale. Con questa operazione si è fatto in modo che il nome Prosecco non venisse più associato ad un vino e ad un vitigno, ma fosse solo una denominazione e come tale protetta.

Prosecco è un luogo, è un vino, è un (*ex*) vitigno.

La vera differenza rispetto alle denominazioni di luogo sopra richiamate sta nell'uso, sì appunto, nell'uso assai prolungato del nome che sul mercato è stato fatto e nella risonanza che quell'effetto ha ancora oggi.³⁸³ Pazienza se non tutti conoscono le reali dinamiche, ma come per i marchi commerciali, più il nome circola e più la rinomanza, il valore commerciale e la protezione aumentano.³⁸⁴

Va sottolineato che nel 2009 la frazione triestina non aveva alcun ettaro vitato a Glera e l'uvaggio carsolino tipico della zona era (ed è) concepito con Malvasia e Vitovska.³⁸⁵ La curiosità, insomma, è che a Prosecco non si produceva Prosecco. Sicché, a titolo di contropartita, fu sottoscritto un protocollo d'intesa tra Mipaaf, Regione Friuli Venezia Giulia, ed alcune associazioni,³⁸⁶ con cui il Ministero s'impegnava ad una serie di opere di ristrutturazione, promozione e valorizzazione nel territorio carsico ed in particolare nell'area di Prosecco.³⁸⁷ Il mancato rispetto di alcuni punti dell'accordo ha indotto in particolare l'Associazione Agricoltori - Kmečka zveza ad elaborare alcune iniziative a tutela dei propri interessi: dall'invocare il rispetto dell'accordo al chiedere una *royalty*, fino alla minaccia di agire in sede giurisdizionale per la revoca del nome.

Le denominazioni che investono su Prosecco rappresentano indubbiamente casi positivi e benefici, in particolare, per il settore agroalimentare e, in generale, per tutta l'economia italiana. Tuttavia il caso in esame offre oltre modo spunti di analisi su alcune criticità del sistema che potrebbero essere migliorate.

Un esempio utile da cui iniziare prende le mosse da un approfondimento svolto da una nota trasmissione televisiva che, seppur con toni eccessivamente enfatici e provocatoriamente tipici, ha evidenziato la presenza di esternalità negative nella filiera del

³⁸³ Complice la tipologia più rappresentativa del prodotto (spumante) ed un metodo produttivo (Martinotti) che permette costi finali inferiori rispetto alla modalità "classica", le bollicine in esame sono in cima alle classifiche dei dati sulle vendite nazionali e internazionali, anche se (purtroppo) si fanno spesso paragoni (a sproposito) con altri prodotti considerati, a torto, "simili".

³⁸⁴ Si pensi al regime dei marchi notori, dove la stessa funzione di provenienza del segno tende a scemare verso la considerazione del nome come "bene in sé" e come tale protetto e registrabile solo dall'avente diritto.

³⁸⁵ Per quanto riguarda uve a bacca bianca.

³⁸⁶ Associazione agricoltori – Kmečka zveza, Federazione Coldiretti Friuli Venezia Giulia, Confagricoltura Friuli Venezia Giulia, Confederazione Italiana Agricoltori e Consorzio Tutela Vini Collio e Carso.

³⁸⁷ In particolare, l'articolo 2 dell'intesa prevedeva le seguenti finalità: ristrutturazione della parte agricola del costone carsico triestino con interventi di bonifica; realizzazione di un progetto di sviluppo specifico del Carso; revisione e semplificazione dei vincoli di carattere ambientale, territoriale ed urbanistico inerenti le zone SIC e ZPS insistenti nel territorio e quelle soggette ad altri vincoli; sviluppo di iniziative promozionali per la nuova DOC e realizzazione di un "Centro per la promozione del Prosecco DOC" nell'omonima località; progetto di promozione dei vini Vitovska, Malvasia, Terrano e Glera.

Prosecco.³⁸⁸ Razionalizzando gli elementi emersi dal servizio, appare in maniera netta come il “fenomeno Prosecco” abbia condotto ad una rivoluzione territoriale.

I numeri estremamente positivi in termini di fatturato hanno innescato un meccanismo vorticoso di aumento dei prezzi: da quello dei terreni a quello dell'uva.³⁸⁹

L'effetto di “rincorsa all'oro” si è manifestato nell'aumento significativo degli impianti, chiaramente vitati a Glera, e ciò ha dato vita ad una triplice serie di fattori su cui pare necessario operare una riflessione: il paesaggio cambiato dall'uomo;³⁹⁰ l'aumento dei trattamenti fitosanitari;³⁹¹ la salute dell'uomo.³⁹²

Semplificando, l'area di indagine è quella della sostenibilità ambientale.³⁹³

3.1.1. La sostenibilità nel regolamento (UE) N. 1151/2012

Torniamo al regolamento 1151/2012 sulle DOP e IGP e analizziamo quanto e come si occupi di territorio e ambiente.

Nei considerando al “regolamento di qualità dei prodotti agricoli e alimentari”, compaiono espressioni improntate ad un'ottica territoriale, ma orientate ad un ambito particolare: “produzione agricola come vantaggio competitivo”; “domanda di prodotti agricoli con caratteristiche specifiche”; “produttori possono continuare a produrre solo se i loro sforzi sono equamente ricompensati”; “la protezione delle DO e IG persegue gli obiettivi specifici di garantire agli agricoltori e ai produttori un giusto guadagno per i loro prodotti e di fornire informazioni chiare permettendo in tal modo ai consumatori di compiere scelte di acquisto più consapevoli”; “garantisce condizioni di concorrenza leale

³⁸⁸ Cfr.: <http://www.report.rai.it/dl/Report/puntata/ContentItem-9fd4c54c-528a-4a20-b5dc-8ceedfbd07e6.html>

³⁸⁹ Per la scorsa campagna vitivinicola, si parla addirittura di un deficit di produzione di fronte all'imponente domanda di mercato: solo questo potrebbe bastare per capire l'appellativo “fenomeno Prosecco”.

³⁹⁰ Si pensi alla deforestazione di boschi per lasciare spazio ai terrazzamenti delle viti e alle problematiche di impatto sociale ed ambientale che possono comportare. Si pensi anche alla progressiva perdita di biodiversità ove alle coltivazioni meno redditizie si sostituisce la monocoltura della vite. Si pensi alla sistemazione dei vigneti a rittochino e alle problematiche idrogeologiche connesse, *etc.*

³⁹¹ Si pensi alle problematiche di impoverimento dei terreni, di inquinamento della falda acquifera, di annullamento dei microorganismi utili al suolo e alle piante ed altri, dovuti ai principi chimici di anticrittogamici, insetticidi e diserbanti.

³⁹² Connesso alla nota precedente e non solo: le viti sono ora coltivate anche in aree popolate. È ancora difficile stimare una correlazione diretta e univoca tra pratiche convenzionali e patologie. È chiaro d'altra parte che una riflessione debba essere svolta in tal senso, magari ponendo in esponente il principio di precauzione.

³⁹³ È necessario puntualizzare come, da un lato, sia da rigettare sia per chi scrive che per chi legge un'impostazione allarmistica o eccessivamente enfatica, anche e soprattutto in temi particolarmente delicati e politici come quelli in esame, dall'altro, come le esternalità negative che pongono tale riflessione non costituiscano una prerogativa del distretto considerato.

tra i produttori”; “è opportuno tutelare i nomi iscritti allo scopo di garantirne un uso corretto e di evitare le pratiche che possano indurre in errore i consumatori”; “per proteggere i nomi registrati da usurpazioni o da pratiche che potrebbero indurre in errore i consumatori, il loro uso dovrebbe essere riservato”; “il valore aggiunto delle IG e STG si basa sulla fiducia dei consumatori”; “esso è credibile solo se accompagnato da verifiche e controlli effettivi”.³⁹⁴

Una ricerca basata su tre parole chiave conferma questo dato: “ambiente”, nelle ventinove pagine del regolamento si ritrova appena tre volte e solo in riferimento alla necessaria provenienza di un prodotto da un luogo. Lo stesso vale per “territorio”, più presente, ma solo in riferimento alla sua accezione meramente amministrativa. Nessuna citazione, infine, per “sostenibile”.

Affiora un'immagine delle DOP e IGP improntata in modo pressoché esclusivo all'aspetto economico e di mercato, quale capacità di vendita e contestuale possibilità di caricare un “*premium price*”. La sostenibilità, in questi termini appare di tipo socio-economico e produttivo, come sostegno al mercato, come ausilio ai produttori e alla filiera e parzialmente informativo ai consumatori, che ricevono quanto richiedono. Lo schema sembrerebbe quello del semplice “*do ut des*”, in cui le prescrizioni qualitative conferiscono un valore maggiore, anche economico, allo scambio. La comunicazione di DOP e IGP come prodotti appartenenti al vertice della piramide della qualità evoca nei consumatori la rassicurazione di un prodotto che coniuga tradizione, legame con il territorio, certificazione e controlli, ma lascia inespresi alcuni passaggi fondamentali.

L'ambiente (naturalmente inteso), appare relegato ad attore secondario, mero supporto necessario e imprescindibile rispetto allo scopo produttivo. Una bandiera da sventolare con orgoglio nello scambio di mercato, ma dimenticata nelle fasi antecedenti e successive.³⁹⁵ Come sottolineato in apertura del precedente capitolo, l'attenzione pare concentrata sul prodotto di un *terroir*, non sul *terroir* e i prodotti da esso generati. Un territorio come entità che a precisa domanda risponde e che viene sfruttato per quello che può dare. Un territorio che appare un mezzo (determinante) per il fine (vendere).³⁹⁶ Può sembrare un'impostazione cinica, ma la ricchezza offerta da molti ambienti agricoli europei ed al contempo la capacità degli operatori di tradurla in beni ad alto valore storico-identitario e dunque economico ha legittimato i legislatori delle DO e IG a tutelare una visione del territorio come un qualcosa da sfruttare, più che da preservare.³⁹⁷ Sfogliando

³⁹⁴ E così via. Questa breve analisi dei considerando sottolinea gli scopi del regolamento.

³⁹⁵ Se si pensa all'evoluzione del turismo rurale ed enogastronomico, si comprende come il territorio non è più il mero luogo di produzione di un prodotto successivamente acquistato a centinaia di chilometri di distanza, ma è il fulcro di una cultura, il perno di un “nuovo” modo di trasmettere valori, tecniche, emozioni attraverso il contatto diretto tra consumatore e produttore.

³⁹⁶ Fine da intendersi in senso ampio, un vendere che è sinonimo qui di promuovere, valorizzare, comunicare un prodotto e un luogo.

³⁹⁷ Ci ricollegiamo qui a quanto detto nel par. 1.4 del presente lavoro, sulla necessità di un

numerosi disciplinari di produzione, risulta assente qualsivoglia prescrizione sulla sostenibilità o sulla prevenzione delle qualità dell'ambiente. Così, eventuali comportamenti “virtuosi” sono lasciati alle iniziative, su base volontaria, di privati, dei consorzi di tutela e talvolta delle pubbliche autorità.

La libertà di concepire e gestire la propria attività appare un dato puramente fisiologico nonché espressione di principi costituzionali importanti: su tutti, quella libertà di iniziativa economica comprimibile solo per motivi di utilità sociale, sicurezza, libertà e dignità umana, sancita dall'articolo 41 della Costituzione italiana. Ma l'attività agricola è caratterizzata da differenze sostanziali rispetto tutte le altre attività economiche. Anticamente si diceva che solo i saggi potevano avere il privilegio di dedicarsi all'agire agricolo, in quanto custodi di una tra le più importanti forme di conservazione ed evoluzione della vita umana ed ambientale. Questo fine potrebbe essere valorizzato anche oggi così da condurre ad una diversa allocazione di *accountability*: da chi lavora la terra, a chi investe nella deforestazione per favorire le piantagioni di olio di palma, all'industria di trasformazione. Forse, proprio le eccezioni costituzionali richiamate dall'articolo 41, potrebbero consentire lo svolgimento di una riflessione.³⁹⁸

Anche storicamente, ampliando l'indagine al contesto in cui sono nate, si può comprendere come gli strumenti di certificazione ricollegabili alle DO e IG rappresentino una forma di tutela per il mercato agroalimentare, evoluzione di un ramo della politica agricola che si interessa di codificare determinate caratteristiche che possono esaltare la qualità di un cibo. Va puntualizzato, a tal fine, che ci stiamo occupando della normativa posta al vertice di un'idea di qualità, ma che alla base è provvista di un sistema orizzontale di responsabilità e sicurezza, di diritti e doveri, di un *corpus* riferibile come “sistema giuridico alimentare” in continuo miglioramento. Ciò, da un lato, rassicura sull'imponente sistema di principi e regole portato avanti con sempre maggiore attenzione alla luce dell'evoluzione della società, dall'altro, permette di verificare alcune lacune più o meno fisiologicamente presenti.

Di recente, le consultazioni operate dalla Commissione europea con il Libro Verde sulla qualità dei prodotti agricoli e confluite poi nel regolamento 1151/2012 ampliano lo sguardo a ciò che il consumatore è maggiormente disposto ad acquistare, investendo risorse ed energie per implementare un sistema già ben dotato di protezione, informazione e garanzia.

ecosistema “pulito” per mantenere differenze e peculiarità “durevoli” degli ambienti.

³⁹⁸ Qual è il limite dell'attività imprenditoriale agricola? Come si bilanciano, in termini di ragionevolezza, le libertà di iniziativa economica? E tali libertà, con i principi inviolabili di salute e sicurezza? Una riflessione interessante in relazione al secondo quesito potrebbe essere l'individuazione di un diritto ad un'agricoltura non convenzionale. In riferimento al terzo, si potrebbe riflettere sull'individuazione di un limite all'attività imprenditoriale per un danno all'ambiente che non sia nell'immediato “grave, esteso e persistente”.

Il regolamento 1151/2012, ampiamente considerato nel capitolo precedente, se riletto sotto la lente del dualismo tra sostenibilità economica e quella ambientale, appare senza dubbio ispirato dalla e alla prima e solo di riflesso alla seconda.

Si pensi alla relazione con la PAC e al primo pilastro, costituito dalle misure di mercato e dai pagamenti diretti. Nelle misure di mercato si collocano soprattutto le norme relative all'organizzazione comune dei mercati, oggi OCM unica, che depongono chiaramente verso un'impostazione di sostegno economico-produttivo e alla dimensione del mercato.³⁹⁹ Così, la politica agricola comune, nata alla fine degli anni '50, rispondeva ad esigenze di quel preciso periodo storico e socioeconomico, che differiscono sensibilmente da quelle attuali. Gli articoli 39 e 40 (rispettivamente, obiettivi della PAC e creazione OCM) del TFUE accolgono una nozione di concorrenza particolare, *sui generis*, dirigista della materia agricola, particolarmente orientata dal finanziamento pubblico alla maggior produzione, avendo come fine primario inevitabile la *food security* e la *food safety*.⁴⁰⁰

Pur non essendone parte integrante, il 1151/2012 comunque “assume le caratteristiche di vero e proprio strumento che accompagna la riforma della Pac in quanto si collega direttamente alla “nuova Ocm unica” offrendo nuove possibilità di valorizzazione delle filiere di qualità”.⁴⁰¹

Va evidenziato, tuttavia, come nella recente riforma della PAC, tra le novità più importanti vi sia l'introduzione di un'interessante prospettiva economica-ambientale. Nell'ambito dei pagamenti diretti, infatti, è prevista una nuova voce, data dal cosiddetto *greening*, o pagamento ecologico, la cui erogazione per ettaro di superficie è vincolata al rispetto di pratiche agricole favorevoli al clima e all'ambiente (quali la diversificazione delle colture, il mantenimento o introduzione di aree di interesse ecologico, il mantenimento dei prati permanenti e tutte quelle azioni che, rispetto a quelle appena definite, generano un beneficio uguale o maggiore per l'area naturale).⁴⁰² Questa innovazione, che s'inserisce nell'evoluzione complessiva cui la PAC è oggetto, appare una misura economica importante, un incentivo al settore produttivo per favorire la diffusione di aree “*eco-friendly*”.⁴⁰³

Ritornando all'ambito d'indagine del regolamento 1151/2012, appare utile mostrare

³⁹⁹ Le OCM, oggi singola, erano nate come forme di aiuto (socio-economico) ai differenti settori e introducevano dunque regole verticali.

⁴⁰⁰ Tra le finalità della PAC *ex art.* 39 (in vigore con il testo originario) si segnalano: incrementare la produttività assicurando lo sviluppo razionale della produzione agricola, dove per sviluppo razionale si intende il fine quantitativo; assicurare un tenore equo alla popolazione agricola; stabilizzare i mercati; assicurare prezzi ragionevoli.

⁴⁰¹ F. Arfini, *Il nuovo Pacchetto Qualità: uno strumento (potenziale) a supporto delle politiche di sviluppo rurale*, in *Agriregionieuropa*, anno 9, n. 35, 2013. La base giuridica del 1151 è, infatti, l'art. 43 co. 2 TFUE (PAC).

⁴⁰² Si vedano gli artt. 43 e ss del capo 3, reg. 1307/2013 che trattano del “pagamento per le pratiche agricole benefiche per il clima e l'ambiente”.

⁴⁰³ Cfr. P. De Castro, F. Adinolfi, J. Di Pasquale, F. Capitanio, *PAC post 2013. Alla ricerca di un trade off tra funzione economica e funzione ambientale*, in *Rivista di Economia Agraria*, n. 1, 2012, 11 e ss.

come la citata sostenibilità “eco-produttiva” risulti per alcuni aspetti medaglia a due lati. Con riferimento alla situazione specifica delle denominazioni in Italia si denota, in modo sorprendente, una marcata inattività, un utilizzo assai ridotto rispetto al numero di prodotti tipici registrati.⁴⁰⁴ La chiave di lettura scelta per leggere il fenomeno attiene all'analisi del rapporto costi-benefici delle DOP/IGP il quale, se da un lato chiarisce la natura dello strumento e l'esigenza di rendere sostenibile la produzione da un punto di vista economico, dall'altro esprime alcune difficoltà operative tali da indurre qualche modifica di impostazione.⁴⁰⁵

Il mero dato numerico mostra come il bilanciamento tra costi e benefici venga spesso giudicato in modo sfavorevole dalle imprese operanti nell'agroalimentare e ciò sembra dovuto principalmente alla difficoltà d'impiego della denominazione e ai risultati non sempre soddisfacenti. Il settore del vino parrebbe viaggiare ancora una volta su un binario a sé stante, ma in realtà è possibile svolgere riflessioni comuni. Al di là di quelle che storicamente nutrono grande notorietà nel pubblico e di quelle che vivono una stagione felice per motivi differenti, la maggior parte delle denominazioni affrontano gli stessi problemi e quindi analisi estensibili.

In letteratura, il successo o meno di una denominazione è misurata principalmente sull'incremento quantitativo: in modo consequenziale, dal prezzo del prodotto, ai volumi delle vendite, al fatturato. Tuttavia, questi non sono i soli effetti desiderati e attesi e spesso nemmeno i più importanti per i diversi *stakeholder* che intervengono nella filiera agroalimentare. Per valutare effettivamente il rapporto tra costi e benefici appare necessario operare preliminarmente un riferimento a quelli che sono gli obiettivi che i diversi attori si prefiggono. Avendo ampiamente discusso degli obiettivi del *policy maker* e posticipando l'argomento sul ruolo del consumatore, rivolgiamo l'attenzione alla categoria di portatori di interesse che reca il nome di “produttori”, avendo cura di distinguere, da un lato, tra produttori di materie prime e trasformatori, dall'altro, tra dimensioni aziendali e della denominazione o indicazione.⁴⁰⁶

Per quanto riguarda i prodotti trasformati, la prima distinzione (chiaramente ove l'azienda non integri entrambi i lavori), rende difficilmente definibili costi e benefici dei produttori “primari”, in quanto spesso, purtroppo, esiste uno “scollamento” tra le due fasi che relega ad un ruolo meramente indiretto il produttore agricoltore-contadino-allevatore rispetto al produttore trasformatore, che certifica, “marchiando” fisicamente il prodotto. Possiamo solo informare in questo senso dell'ampio tema riguardante il prezzo della

⁴⁰⁴ Sono in costante aumento i 288 prodotti registrati con DOP o IGP o STG in sede europea. Per quanto riguarda i vini sono 523 le DOP e IGP divise tra DOCG (74), DOC (331) e IGT (118).

⁴⁰⁵ Cfr. F. Arfini, G. Belletti, A. Maressotti, *op. cit.*, 147-177, il cui contributo farà da sfondo all'indagine.

⁴⁰⁶ Non è evidentemente la sede per un'indagine, peraltro molto difficile, sullo stato generale delle denominazioni, ma si vorrebbero comprendere le criticità di un movimento che mostra alcune difficoltà di sviluppo e suggerire alcune prospettive di miglioramento.

materia prima agricola e dei diversi problemi che incontra, principalmente in relazione al concetto di *Food Sovereignty* e di giustizia sociale.⁴⁰⁷ Per quanto riguarda la seconda distinzione, da un lato, va premesso che alcuni prodotti risultano producibili in quantità talmente piccole da essere destinate ad un consumo locale e non riuscirebbero a sopportare i costi necessari previsti; dall'altro, e direttamente correlato, va tenuto in debita considerazione come la forza espansiva di alcune denominazioni non sia comparabile con quelle che sono necessariamente vincolate allo spazio fisico incluso nella DOP o IGP. L'esempio più lampante è quello tra denominazioni di origine protette riguardanti prodotti trasformati, quali il Prosciutto di Parma o il Grana Padano e DOP di materie prime come lo Zafferano dell'Aquila o il Riso di Baraggia Biellese o Vercellese. L'ampiezza, nel primo caso, dell'area di allevamento degli animali o dell'area di provenienza del latte deroga il limite spaziale del secondo, legato fisicamente all'areale di coltivazione/produzione. Curiosamente, il vino rientra maggiormente nella logica del secondo piuttosto che del primo, dato che DOP e IGP, in questo caso DOCG, DOC e IGT richiedono un'uva e la sua rielaborazione nel medesimo luogo.

Considerate le distinzioni operate, gli obiettivi che spingono ad entrare nel sistema della denominazione/indicazione, oltre a quelli puramente economici citati, possono essere riassunti nei seguenti punti: ricerca di nuovi mercati;⁴⁰⁸ stabilità del prodotto e dei rapporti commerciali; difesa dalla concorrenza sleale nell'uso del nome; concorrenza leale tra produttori, arricchita da una consapevolezza maggiore del consumatore; differenziazione del prodotto; garanzia del logo comunitario nei consumatori; infine, l'appartenenza ad una comunità.⁴⁰⁹

Un problema rilevante attiene al fatto che spesso le aziende decidono di entrare nella comunità sprovviste della consapevolezza necessaria per operarvi correttamente. A tale scopo si dice che per l'impiego di una DOP o IGP sia necessaria un'attenta valutazione economica dei costi di costituzione e utilizzo. Questi possono dividersi in quattro categorie principali: i costi preliminari, ossia tutte le uscite sostenute per ottenere il segno distintivo; i costi diretti legati al suo utilizzo (ad esempio, quelli per la certificazione, per la valutazione

⁴⁰⁷ Cfr. A. Rinella, "Food Sovereignty", in *Rivista quadrimestrale di diritto dell'ambiente*, 2015, 1, 15 e ss, in particolare nelle rielaborazioni operate da Via Campesina. Questo tema, molto coinvolgente e sensibile, trova delle affinità nelle problematiche tra produttori (in senso ampio) e distributori e GDO. In questo senso cfr. Mignella Calvosa F., Pillozzi F., Totaforti S., *Disarticolazione del rapporto terra-uomo-cibo e politiche dell'alimentazione*, in *RQDA*, 2015, 1, 40 e ss. Le tematiche sulla sostenibilità economica, sociale ed ambientale riflettono qui un dato inequivocabile: la tendenza delle logiche e dei meccanismi del mercato globale attuale nel rendere insostenibili dal lato economico iniziative lodevoli da un punto di vista etico e territoriale. Un aspetto, questo, che appare molto importante nell'ambito del regolamento in oggetto.

⁴⁰⁸ Obiettivo solitamente connesso ad una disponibilità importante di prodotto, come si diceva poco sopra.

⁴⁰⁹ Questo concetto è uno dei punti più importanti dato che, come spesso accade nei giochi di squadra, la riuscita di una denominazione è dipendente dall'unione dei soggetti che vi collaborano e cooperano e non tanto dal singolo.

del prodotto); i costi indiretti, legati agli adempimenti strutturali, operativi (per adattare, ad esempio, il processo produttivo alle esigenze date dal disciplinare di produzione) e di non conformità (si pensi al mancato collocamento del prodotto sul mercato in quanto non aventi lo standard qualitativo richiesto); infine i costi complementari, dati dalle attività di promozione e vigilanza circa il corretto uso della certificazione.⁴¹⁰

Per quanto attiene ai benefici, come si sarà compreso, non tutte le fasi del processo produttivo e non tutte le imprese coinvolte nella filiera del prodotto riescono a beneficiare nella stessa misura della denominazione/indicazione. A tal fine vengono distinti una distribuzione di utilità “verticale”, tra le imprese poste ai differenti stadi del processo produttivo, ed una “orizzontale”, tra quelle operanti nel medesimo stadio del processo ma con volumi e caratteristiche differenti.⁴¹¹ In entrambi i casi viene evidenziato come l'allocazione dei benefici sarà differente. Nel primo, dipenderà prevalentemente dalla tipologia di prodotto e dalla notorietà della DOP/IGP, nel secondo dipenderà più soggettivamente dall'azienda (competenze, capacità di produzione, innovazione, aperture ai mercati).⁴¹² Per entrambe, tuttavia, sarà fortemente determinante, come già visto, la convenzione stabilita dal disciplinare.

In conclusione, sotto questo angolo visuale, DOP e IGP appaiono strumenti di protezione, tutela e valorizzazione dei prodotti che contribuiscono a comunicare informazioni rilevanti per i consumatori e a garantirli circa qualità, processi e provenienza. Tuttavia, tutte queste attività di cura e di controllo generano numerosi costi da cui le imprese devono inevitabilmente rientrare per rendere economicamente sostenibile la produzione di alimenti di qualità così intesi.⁴¹³ La decisione di utilizzare una denominazione è, dunque, il frutto di una complessa valutazione di un gran numero di costi e benefici dipendenti dalle caratteristiche sia della singola azienda che del segmento del sistema produttivo in cui si colloca.

Ad ogni modo, si intravedono margini importanti per garantire ai prodotti a denominazione benefici indiretti che possano avere ricadute a tutti i livelli: il più rilevante è quello espresso dalla fiducia del consumatore alla certificazione. Molta strada è stata fatta, ma ancor più sembra quella da percorrere, per spiegare correttamente ed indurre

⁴¹⁰ Si pensi al fenomeno del *free riding*.

⁴¹¹ Arfini, Belletti, Marescotti, *op. cit.*, 166.

⁴¹² Nel primo caso si pensi alla differenza, indicata in precedenza, tra prodotto a denominazione basato su una materia prima ed uno basato su un prodotto trasformato con ampiezza della base territoriale di provenienza della materia prima. È chiaro che nel primo tipo il prezzo della materia prima potrà beneficiare in modo maggiore la componente agricola rispetto alla seconda. Nel secondo caso si pensi ai benefici indiretti legati al minor costo di certificazione nel caso di maggior volume di produzione: l'incentivo, per certi versi fisiologico, ad un aumento della produzione determina, tuttavia, un disincentivo alla produzione limitata in ottica di una maggiore qualità.

⁴¹³ Lo stesso vale per la certificazione biologica o per l'impostazione biodinamica (ancora non regolata) o per la viticoltura eroica. Maggiori costi determinano maggiori prezzi o l'intervento della mano pubblica a incentivare determinate politiche.

consapevolezza nel consumatore in ciò che segni distintivi della qualità comunicano, rappresentano, significano. Un valido incentivo a tal fine potrebbe essere rappresentato dal rinforzo, sotto l'aspetto territoriale, di attenzioni verso l'ambiente.

3.1.2. La sostenibilità ambientale

Cosa s'intende per ambiente?⁴¹⁴ E per sostenibilità ambientale?

L'ampiezza del tema va circoscritta al rapporto che esso ha con l'alimentazione ed è un'interazione di tutta evidenza. In campo giuridico, troviamo il “diritto dell'ambiente”, che costituisce autonoma disciplina e si occupa degli aspetti legali ad esso riconducibili: un concetto ampio e non ben definito, che ha in sé un bene (l'ambiente in senso oggettivo) e un fine (la tutela del bene). Contestualizzando brevemente il tema, alcuni riferimenti normativi europei e nazionali sembrano porre il tema ambientale tra i valori preminenti delle politiche concorrenti.⁴¹⁵ Tuttavia, i riferimenti espressi contengono principi e canoni generali che inducono a ricercare altrove elementi più saldi per una definizione di partenza. Può essere d'aiuto il decreto legislativo n. 152 del 2006 recante “Norme in materia ambientale” che, all'articolo 5, comma 1, lettera c), definisce ambiente “come sistema di relazioni fra i fattori antropici, fisici, chimici, naturalistici, climatici, paesaggistici, architettonici, culturali ed economici”.⁴¹⁶ Risulta evidente come l'oggetto “ambiente”, per il diritto, non è ristretto al fattore naturale, ma è una relazione complessa e dinamica tra diversi fattori: un po' come per il *terroir* e i suoi caratteri interdisciplinare e multidimensionale, la prospettiva (d'indagine, di tutela, di normazione) pare essere “*il tutto e le singole componenti considerate come parti del tutto*”.⁴¹⁷

⁴¹⁴ L'area di riflessione deve essere chiaramente ristretta al nostro ambito d'indagine. “Ambiente” è di per sé tutto ciò che sta fuori e si relaziona con un organismo: “*the environmental is everything that isn't me*”, A. Einstein.

⁴¹⁵ “Un livello elevato di tutela dell'ambiente e il miglioramento della sua qualità devono essere integrati nelle politiche dell'Unione e garantiti conformemente al principio dello sviluppo sostenibile”, reca l'art. 34 della Carta dei diritti fondamentali dell'Unione europea. L'art. 11 del TFUE riprende gli stessi temi, mentre il 191 del titolo XX, specificamente rubricato “Ambiente”, esprime gli obiettivi della politica ambientale, riassumibili nella: “salvaguardia, tutela e miglioramento della qualità dell'ambiente; protezione della salute umana; utilizzazione accorta e razionale delle risorse naturali; promozione sul piano internazionale di misure destinate a risolvere i problemi dell'ambiente a livello regionale o mondiale e, in particolare, a combattere i cambiamenti climatici”. A livello nazionale, la Costituzione sancisce come la Repubblica tuteli il paesaggio e il patrimonio storico e artistico della Nazione (art. 9) e pone la tutela dell'ambiente, dell'ecosistema e dei beni culturali nelle materie di legislazione esclusiva dello Stato (art. 117 co. 2, lett. s)).

⁴¹⁶ L'espressione rientra nella definizione di “impatto ambientale”.

⁴¹⁷ C. Cost., 14 novembre 2007, n. 378, cit. in M. Monteduro, *Diritto dell'ambiente e diversità alimentare*, in *Rivista quadrimestrale di diritto dell'ambiente*, n. 1, 2015, 102. L'espressione si riferisce all'oggetto del diritto dell'ambiente.

L'importanza giuridica assunta dal tema ambientale negli ultimi decenni risulta preminente almeno da quando “l'equilibrio tra il fatto creativo e il fatto distruttivo dell'uomo... si è rotto... e le forze distruttive sono maggiori delle forze costruttive”⁴¹⁸.

Da questo assunto introduciamo la relazione tra ambiente come terra, alimentazione come cibo e società come uomo: “Fra le varie interazioni che ha la tematica ambientale, quella con l'alimentazione è la più marcata: entrambi attengono al rapporto fra l'uomo e la natura e le sue trasformazioni. Il problema dell'ambiente ha origine da un eccessivo e sbagliato consumo del creato e quello dell'alimentazione al consumo dei beni della terra o collegati alla terra”⁴¹⁹. Come rileva l'autore, la soddisfazione di ambo gli interessi non è sinergico, o meglio, non è sempre scontato sia così. Sono tre, infatti, le situazioni che possono prospettarsi: di conflittualità,⁴²⁰ di contemperamento o di sinergia. La situazione di contemperamento si può verificare quando le attività produttive facenti capo ad interessi alimentari ed ambientali rispondano al principio di “sostenibilità ambientale”. Questo concetto rientra nel più ampio “sviluppo sostenibile”, così come elaborato nel Rapporto Brundtland del 1987 dalla Commissione Mondiale su Ambiente e Sviluppo: è sostenibile lo sviluppo in grado di “soddisfare i bisogni del presente senza compromettere la capacità delle future generazioni di soddisfare i propri”. Successivamente, in seno alla Conferenza delle Nazioni Unite sull'Ambiente e lo Sviluppo di Rio de Janeiro del 1992, si prevede che un requisito indispensabile dello stesso fosse l'eliminazione della povertà ed una maggiore equità nella distribuzione delle risorse tra le popolazioni del mondo.⁴²¹

Tuttavia, la genericità delle formule non permette di tener conto degli interessi plurimi tutelabili. Concretamente, come si potrebbe bilanciare, attraverso il principio in esame, l'esigenza sentita da una parte del mondo di preservazione della biodiversità e delle qualità dell'ambiente in associazione ad un “diritto della qualità alimentare”, con l'esigenza di *food safety e security* di un'altra?

Per ciò che concerne l'ultima situazione, esistono dei modelli di produzione e consumo di cibo che possono avere un rapporto sinergico con quelli dell'ambiente “se avvengono con modalità che non si limitano a diminuire gli inconvenienti ecologici ma costituiscono essi stessi uno strumento di tutela ambientale impedendo il degrado del terreno, evitando sia la deforestazione che la perdita di spazi coltivabili, con sistemi di irrigazione che ottimizzino il consumo e il recupero idrico, salvaguardando la biodiversità, e con varie altre misure che sono oggetto delle riflessioni e degli studi “agroalimentari” e

⁴¹⁸ M.S. Giannini, *Diritto dell'ambiente e del patrimonio naturale e culturale*, in *Rivista trimestrale di diritto pubblico*, 1971, 1125.

⁴¹⁹ G. Rossi, *Diritto dell'ambiente e diritto dell'alimentazione*, in *Rivista quadrimestrale di diritto dell'ambiente*, n. 1, 2015, 7.

⁴²⁰ I due casi più evidenti attengono alla gestione della risorsa acqua e alla trasformazione dei modi di produzione, dove la chimica ha assunto un ruolo di prim'ordine.

⁴²¹ Si veda il principio numero 5.

“agroecologici”⁴²².

Mi sembra che la prospettiva della qualità, intrinsecamente connaturata all'argomento del *terroir*, non possa prescindere da una dimensione terra-cibo-uomo di questo tipo. Il “sistema” naturale e il “sistema” umano, quali anime del *terroir*, possono essere valorizzate e ricomposte in questa sede sotto la formula dei “sistemi socio-ecologici”: oggi fortemente integrati, interdipendenti e inseparabili, in quanto andrebbe superata sia l'idea che “le società umane sarebbero fattori “esterni” (neutrali o di mero disturbo) ad ecosistemi naturali di per sé in spontaneo e stabile equilibrio [...]; sia l'idea – propria delle impostazioni più tradizionali nelle scienze sociali, compreso il diritto – secondo cui gli ecosistemi sarebbero in definitiva un “oggetto passivo” delle condotte attive delle società umane, in cui *l'uomo-centro del mondo* [...] è legittimato ad utilizzare tutte le “risorse” necessarie, comprese quelle fornite dagli ecosistemi, senza dover rispettare limiti diversi da quelli che vengono imposti dalle stesse comunità ai propri componenti”⁴²³. In tale rappresentazione “le società umane sono dentro gli ecosistemi e convivono con i limiti di espansione che questi ultimi pongono alle condotte umane, ricevendone, per converso, i benefici rappresentati dai servizi ecosistemici, i quali in grande parte si ascrivono socialmente alla categoria dei cd. beni comuni”⁴²⁴.

Da quanto esposto, risulta che il campo di ricerca offerto dal *terroir* possa costituire terreno fertile di unione, in particolare, tra due branche del diritto, quella alimentare e quella ambientale: da un lato, al fine di custodire la durabilità delle condizioni per la sopravvivenza dei sistemi socio-ecologici; dall'altra, per implementare le politiche della qualità alimentare in relazione al luogo. Questa sinergia appare fondamentale alla luce dei pericoli a cui l'ambiente è esposto nel periodo attuale, su tutti, quelli relativi al cambiamento climatico, al ciclo dell'azoto, all'inquinamento chimico, all'uso delle acque e del suolo e alla perdita di biodiversità.⁴²⁵

All'interno di tali dinamiche Massimo Monteduro fa emergere un concetto davvero importante, strettamente correlato all'uomo, al cibo e alla sostenibilità: la diversità.⁴²⁶ Associata all'uomo riferisce l'importanza della vita (*bios*), resa possibile dalla differenziazione delle specie animali e vegetali, una biodiversità che è preconditione per la complessità e la ricchezza degli ecosistemi; ma è anche diversità culturale, delle conoscenze, tradizioni, valori, metodi, gusti. L'unione tra queste prospettive esprime il valore della diversità bioculturale, a sua volta preconditione della sostenibilità.

Nella prospettiva a noi più vicina, quella del cibo, la diversità che rileva è quella alimentare. Tale diversità si relaziona con l'uomo e con l'ambiente, fungendo da legante tra

⁴²² Rossi, *op. cit.*, 11.

⁴²³ M. Monteduro, *op. cit.*, 92-93.

⁴²⁴ *Id.*, 93.

⁴²⁵ Cfr. J. Rockström et al., *Planetary boundaries: exploring the safe operating space for humanity*, in *Ecology and Society*, Vol. 14, Issue 2, art. 32, 2009, cit. in Monteduro, *op. cit.*, 107.

⁴²⁶ M. Monteduro, *op. cit.*, 111 e ss.

la vita e la dimensione individuale, sociale, ecologica.⁴²⁷ Non è dunque un concetto rigidamente limitato al favore per una differenziazione delle *colture*,⁴²⁸ ma anche e soprattutto delle *culture*, alla preservazione delle varietà animali e vegetali che si estinguono giornalmente, alla promozione e tutela delle colture e culture tradizionali di ciascun territorio e alla conseguente varietà della dieta umana, fino ad arrivare alla salvaguardia delle tipicità gastronomiche.⁴²⁹

La diversità alimentare è importante ai nostri fini in quanto rappresenta un concetto di sintesi di valori giuridici costituzionalmente tutelati, fino ad ora trattati separatamente sul piano normativo e dottrinale.⁴³⁰ Si possono valorizzare cinque matrici fondamentali della diversità alimentare: *diversità delle fonti biologiche del cibo* (colture, sementi, varietà animali e vegetali), condizionata da una necessaria diversità biologica *ex ante* dell'ambiente ecologico; *diversità culturale*, delle arti e delle tradizioni alimentari, complesso di antichi saperi e tecniche che percorrono il campo, le cantine, le cucine ed arrivano in tavola e che sono qualificabili come patrimonio culturale immateriale (tali insiemi di conoscenze possono essere valorizzate dall'interpretazione delle disposizioni costituzionali degli articoli 9 e 45, rispettivamente sulla promozione della cultura e ricerca e sulla promozione dell'artigianato);⁴³¹ *diversità della dieta*, come presupposto imprescindibile alla tutela della salute, valore costituzionalmente protetto dall'articolo 32;⁴³² *diversità degli stili alimentari*, diritto imprescindibile per la tutela della libertà personale *ex* articolo 13, (una libertà anzitutto di scelta che confina, tuttavia, con l'argomento che si tratterà poco avanti, legato alla consapevolezza del consumatore e delle sue scelte); infine, la matrice forse più importante per il presente lavoro, la *diversità dei territori di origine*, dei *terroir*.

Questi patrimoni alimentari sono inscindibilmente legati ad uno spazio materiale, naturale (“terreno”) e ad un territorio sociale, inteso come luogo di insediamento e di vita di una determinata comunità. I prodotti che nascono da territori e persone diverse non

⁴²⁷ Rispettivamente: il singolo che vi necessita per esistere e svilupparsi; i livelli sociali che costruiscono parte delle proprie prerogative intorno ai prodotti tipici; l'ambiente che condiziona e che è condizionato dall'uomo.

⁴²⁸ Una lodevole iniziativa, sebbene limitata nel suo *focus* ad uno solo degli aspetti della diversità alimentare, è rappresentata dalla Legge 1 dicembre 2015, n. 194 recante “disposizioni per la tutela e la valorizzazione della biodiversità di interesse agricolo e alimentare”.

⁴²⁹ Tra vari casi negativi, un esempio felice è dato dalla riscoperta e valorizzazione della base ampelografica italiana: numerosi vitigni autoctoni sono in fase di riscoperta e promozione.

⁴³⁰ Cfr. Monteduro, *op. cit.*, 116 ss.

⁴³¹ Un esempio di questo patrimonio è dato dalla dieta mediterranea, riconosciuta nel 2010 dall'Unesco come Patrimonio culturale immateriale dell'Umanità. Il riconoscimento ha inteso premiare non tanto i singoli cibi, quanto uno stile di vita sostenibile, basato sulle tradizioni alimentari di alcuni paesi che si affacciano sul Mediterraneo (in particolare Italia, Grecia, Marocco, Spagna), diventate patrimonio immateriale della società.

⁴³² Si pensi all'importante valore comunicato attraverso la piramide alimentare: non solo alimenti differenti, ma anche differenti quantità e qualità in base alla categoria di appartenenze. Una dieta sana ed equilibrata (combinata ad un'attività fisica regolare), rappresenta un passo importante per la crescita personale di ogni soggetto.

potranno che rispecchiare cultura, necessità ed esigenze differenti, dando vita ai caratteri di tipicità e irriproducibilità tanto dibattuti.

Ciò inevitabilmente sconfinerà nelle tradizioni gastronomiche e nelle identità alimentari, rappresentando uno specifico *terroir* quale manifestazione di sovranità di fronte allo scenario globale. Questi modelli di cultura alimentare, tradizionali e dinamici, autodeterminati possono essere inquadrati nei principi costituzionali espressi negli articoli 5 e 114 (sull'autonomia), 118 (sulla differenziazione) e soprattutto 9, dove si tutela il paesaggio, come “territorio espressivo di identità, il cui carattere deriva dall'azione di fattori naturali, umani e dalle loro interrelazioni”.⁴³³

Osserviamo alcune applicazioni pratiche tra diversità e denominazioni *ex* 1151/2012.

Nella strada aperta dalla diversità il prodotto tipico può essere un elemento di fondamentale connessione tra il locale e il globale e il suo eventuale carattere di sostenibilità può costituire un *quid pluris* che negli anni a venire pare diverrà un elemento di scelta determinante.

Il fenomeno della globalizzazione e il ruolo della grande industria alimentare nello standardizzare il prodotto di massa costituisce allo stesso tempo un'importante opportunità per il cibo culturale, sia per l'opportunità di applicazione di un prezzo maggiore, sia per l'ampiezza dei mercati sia, soprattutto, perché la tendenza dei consumi sta ricercando nel cibo elementi identitari che rimandino alle tradizioni e alla riscoperta del luogo come fonte di vita. In questo senso, tuttavia, emerge una criticità ben espressa da chi ha definito il prodotto come “un ossimoro”, in quanto esprime concetti contrari nella medesima locuzione: “un prodotto locale ma definito da parametri e mercati sovranazionali, un prodotto che per essere conservato deve essere mutato, un prodotto prezioso per la sua diversità ma la cui proiezione riduce la diversità, un prodotto originato da “saper fare” locali, che vengono irrigiditi da saperi “ufficiali”, un prodotto che si caratterizza come parte del patrimonio comunitario ma che nello stesso tempo obbedisce alle regole di mercato”.⁴³⁴

Risulta evidente come nel processo di estrinsecazione del prodotto da locale a globale attraverso l'ottenimento della denominazione il fenomeno di razionalizzazione, ossificazione, adeguamento a *standards* di vario tipo, rischia di ridurre i caratteri di tipicità e

⁴³³ D. lgs. 22 gennaio 2004, n. 42, art. 131, rubricato “Codice dei beni culturali e del paesaggio”.

⁴³⁴ C. Papa, *Il prodotto tipico come ossimoro: il caso dell'olio extravergine di oliva umbro*, in V. SINISCALCHI (a cura di), *Frammenti di economie. Ricerche di antropologia economica in Italia, Cosenza, Pellegrini*, 2002, 161. Significativa la ricostruzione del prodotto tipico in esame quale tentativo di rilancio e patrimonializzazione all'interno di una comunità produttiva. Appare davvero interessante constatare come l'evoluzione che sta alla base dell'elaborazione di un prodotto non possa prescindere dal considerare la sua storia. I mutamenti che intervengono in tale processo possono attestare una vera e propria rottura tra un prima e un dopo. Così accadde, ad esempio, per l'olio umbro: da puntuali gelate che rendono improduttiva la coltivazione per diversi anni, da un'agricoltura promiscua che consentiva congiuntamente di ottenere grano e olio necessaria al mezzadro, da prodotto per un consumo meramente interno si è saputo rinnovare attraverso nuove forme di produzione, nuove economie, attraverso scelte operate per condividere il disciplinare di produzione per l'ottenimento della DOP.

di bloccarne l'innovazione.⁴³⁵ “Ma il paradosso che è alla base degli strumenti di protezione delle differenze è che per la loro natura normativa tendono a ridurle, nello stesso momento in cui ne consentono la sopravvivenza, mentre tendono ad introdurre modificazioni nei processi tecnici locali per obbedire a *standards* qualitativi e di gusto definiti a livello sovranazionale, alterando quindi la stessa forma di produzione di quelle differenze”.⁴³⁶

Un prodotto che viene esportato in tutto il mondo con un segno distintivo di qualità, a prima vista, mal si concilia con una mutevolezza, una variabilità e diversità dello stesso, ma necessita di caratteri quali la ripetibilità e la conformità ad un modello prestabilito. Il tema è sensibile e strettamente connesso con il ruolo della comunicazione, del mercato e del consumatore. Quanto più quest'ultimo sarà culturalmente preparato e tanto più sarà incline ad accettare la diversità; viceversa, di fronte ad un segno di garanzia qualitativa si aspetterà caratteristiche pre-determinabili.⁴³⁷

Il che schiude, tuttavia, una scelta importante tra l'entrare nella denominazione o il rimanerne fuori. Entrambe le decisioni avranno, a loro volta, delle ricadute senz'altro positive sulla concorrenza e sul mercato.⁴³⁸ Non rappresenta forse un'informazione rilevante aggiuntiva, un incentivo per il consumatore a conoscere per operare una scelta più consapevole?

Un'altra applicazione pratica tra diversità e prodotto tipico attiene al settore del turismo rurale ed enogastronomico. La forza che questo tipo di attività sta assumendo negli ultimi anni è direttamente proporzionale all'impulso dei consumatori nel ricercare prodotti locali e identitari. Questo, oltre ad essere un momento fondamentale di scoperta del prodotto e coinvolgimento di aree più o meno marginali, è anche un essenziale momento di verità, in cui il produttore accoglie “in casa propria” il pubblico indifferenziato.⁴³⁹

Il momento della degustazione o dello scambio del prodotto racconta una complessità difficilmente spiegabile, in quanto “da un lato si scambia un prodotto alimentare, la cui funzione di cibo è analoga a quella di altri cibi, rivolta dunque a nutrire, ma nello stesso tempo si scambiano anche i beni inalienabili: i beni culturali, paesistici,

⁴³⁵ Cfr. C. Gresseni, *Re-inventing food: Alpine cheese in the age of global heritage*, in *Patrimoines Alimentaires*, 8, 2011.

⁴³⁶ C. Papa, *op. cit.*, 178.

⁴³⁷ Emblematico di questo contesto il caso del formaggio valtellinese Bitto e la diatriba tra Bitto storico e Bitto DOP.

⁴³⁸ L'esempio della nota precedente spiega bene questo concetto. La scelta di far parte di una denominazione è strettamente personale: chi possiede una filosofia rigorosa e non definibile all'interno dei parametri imposti dalla DOP/IGP potrà decidere liberamente di rinunciare ai benefici indotti dal segno. Ciò, da un lato, richiederà maggiori sforzi per rendersi riconoscibile sul mercato (decisivo sarà, ad esempio, il ruolo della comunicazione, il segmento di mercato a cui si aspira, l'offerta turistica ed enogastronomica), dall'altro, costituirà un elemento fondamentale per il consumatore: solo ove dovesse venire a contatto con tale produttore potrà considerare la distintività del prodotto, valutarne il rapporto qualità/prezzo/valore/metodo produttivo, anche alla luce della comparazione con il prodotto a denominazione.

⁴³⁹ G. Belletti, *Ruralità e turismo*, in *Agriregionieuropa*, anno 6, n. 20, 2010.

ambientali riferibili più in generale al territorio che, mentre vengono “venduti”, in realtà vengono conservati”.⁴⁴⁰ Più che riferirsi al prezzo appare consigliabile tradurlo con valore: come “il cibo è ben più che un semplice prodotto da consumare, i valori sono più di ciò che pretende di misurare il prezzo: è felicità, identità, cultura, piacere, convivialità, nutrimento, economia di territorio, sopravvivenza”.⁴⁴¹

Ci si sta rendendo sempre più conto di quanto questo tipo di “offerta” inneschi effetti positivi ad ampio spettro e multilivello su tutta l'area della denominazione considerata. Il legislatore stesso ha implementato recentemente questo connubio tra prodotto tipico e turismo. In particolare, il nuovo T.U. sul vino, all'articolo 41, comma 11, inserisce espressamente una funzione innovativa in capo ai consorzi di tutela, prevedendo che essi: “anche in collaborazione con enti e organismi pubblici e privati, possono favorire e promuovere attività di promozione dell'enoturismo”.

Questo momento che si diceva “di verità” rende responsabile l'intero ambito produttivo, sociale e governativo dell'immagine del prodotto e quindi della sua efficacia. In tale prospettiva, non più quella di un prodotto spedito a migliaia di chilometri di distanza in cui il contatto produttore-terzo è pressoché assente, la forza del prodotto è tale anche e soprattutto per tutti quegli aspetti materiali e immateriali di cui il consumatore avverte la presenza, innanzitutto, l'ambiente naturale e paesaggistico.

Qui ci riallacciamo all'ultima applicazione pratica tra diversità e regolamento 1151, che attiene all'aspetto più vicino alla sostenibilità ambientale.⁴⁴² È un'applicazione che si rifà alle criticità riferite in chiusura del caso Prosecco e che prende come esempio la viticoltura in quanto espressione più evidente. Non è semplice ricondurre ad uno sviluppo coerente dinamiche differenziate senza cadere nel rischio di generalizzare. Tuttavia, tali pratiche e *modus operandi* sono spesso contrassegnate da una gestione poco attenta alla specificità del *terroir*. Ciò è il portato degli ultimi decenni, in cui quasi senza accorgersene la chimica è entrata nel terreno e nelle fasi di lavorazione diventando la normalità, la concorrenza sul prezzo ha determinato un marcato interesse alla quantità di prodotto più che alla qualità, l'industria e la grande distribuzione hanno contribuito a sganciare l'importanza del luogo e della comunità locale come “comunità del cibo” e a rendere i produttori deboli e difficilmente padroni di sé, così come il consumatore si è perso nei meandri dei supermercati e centri commerciali a tentare di capire se la spiga sulla confezione del pane in cassetta significhi ancora il ricordo di una materia prima.

Nella prospettiva del turismo enogastronomico sostenibile il sistema delle DOP e

⁴⁴⁰ Papa, *op. cit.*, 186.

⁴⁴¹ C. Petrini, *Il valore delle economie locali e la centralità delle comunità del cibo per una agricoltura buona, pulita e giusta*, in *Rivista di Economia Agraria*, n. 3, 2012, 18.

⁴⁴² Cfr. L. Mastronardi, V. Giaccio, A. Giannelli, A. Scardera., *Agriturismo e sostenibilità ambientale. Primi risultati di un'analisi aziendale*, in *Agriregionieuropa*, anno 11, n. 40, 2015, dove si evidenzia come, nell'ambito dei servizi turistici, l'attività dell'impresa agrituristica si caratterizzi per un minor impatto ambientale nel panorama agricolo italiano.

IGP potrebbe trarre nuova linfa e slancio, da un lato, sganciando i costi dalle dimensioni produttive, incentivando i produttori a richiedere la denominazione, dall'altro stimolando positivamente i consumatori ad investire sui valori quali “buono, pulito, giusto”.⁴⁴³

Il diritto alimentare si muove nelle strette maglie di un sistema giuridico fortemente dipendente da quello economico: non solo il caso su cui stiamo concentrando l'attenzione, il regolamento 1151, ma in generale il diritto europeo sembra, da un lato, orientato a massimizzare le dinamiche commerciali, il libero scambio e la protezione della proprietà intellettuale, dall'altro, pare costruito e incentrato sui valori delle concorrenze e delle libertà economiche.⁴⁴⁴

L'accesso al cibo in termini di *food security*, fatto sicuramente positivo, è divenuto, tuttavia, paradigma dominante fondato su un meccanismo di competizione sul prezzo che comporta il rischio di “amputare” il cibo “antieconomico” per definizione, quello culturale.⁴⁴⁵ In questo senso una reale concorrenza tra produzioni agroalimentari sarebbe possibile solo a parità di condizioni competitive, cosa che non accade tra, generalizzando, prodotti “di massa e tipici”.

Relegare il diritto al cibo ad una mera dimensione economica, che qualifica l'oggetto come *res* che può essere scambiata attraverso compravendite per circolare nel mercato globale, vorrebbe dire rinunciare alla dimensione della diversità, in particolare la diversità dei luoghi e dei prodotti caratterizzati da infungibilità e irripetibilità.⁴⁴⁶

Ci si trova in difficoltà allora, in relazione al regolamento 1151, che dovrebbe fungere da eccezione a questa situazione, a dover ammettere la medesima logica di fondo. Oltre ai considerando citati, gli obiettivi fissati espressamente dagli articoli 1 e 4, contribuiscono a chiarire come la normativa abbia un'impostazione pur sempre economica e di mercato:

⁴⁴³ Dove il buono attiene alla sfera organolettica e culturale, il pulito alla sostenibilità dei processi e al rispetto per l'ambiente, il giusto alla sfera sociale, al rispetto per il mondo rurale e dei suoi attori come al diritto di ogni cittadino di mangiare bene al giusto prezzo. Principi fatti propri dall'associazione Slow food.

⁴⁴⁴ Concorrenze al plurale perché, come visto, pare differente quella per il settore agricolo rispetto a quella valevole in generale per gli altri settori.

⁴⁴⁵ Il maggior costo di produzione sarà abbattuto anche per il tipo di rapporto instaurato con il consumatore. Quanto più esso sarà culturalmente portato a conoscere le difficoltà e le peculiarità che stanno dietro al prodotto e più avrà la possibilità di effettuare una scelta consapevole.

⁴⁴⁶ Sul processo di “mercificazione” del prodotto agricolo, Cfr. Jannarelli, *I prodotti agricoli tra alimenti e merci: alle radici moderne dell'“eccezionalità” agricola*, in *Rivista di diritto agrario*, 3, 2013, 405-438. In particolare, “l'avvento della modernità, contraddistinto dallo sviluppo vertiginoso dei settori produttivi diversi dal settore primario con il progressivo spostamento di ampia parte della popolazione dall'attività agricola ad altre attività economiche, non ha portato soltanto allo sviluppo dei mercati agricoli, quale luogo fondamentale in cui si determina la commercializzazione e l'acquisizione dei prodotti destinati all'alimentazione, ma ha modificato profondamente, nell'ambito dell'esperienza giuridica dei singoli Stati sovrani, l'assetto degli interessi in gioco alla base del rapporto tra terra e cibo, quale riflesso del mutamento intervenuto nella configurazione dei prodotti agricoli rispettivamente come merce e come alimenti”. (421).

giusta remunerazione e leale concorrenza tra produttori, tutela della proprietà intellettuale, informazione ai consumatori, integrità del mercato.⁴⁴⁷

Una riflessione utile può considerare il principio/valore della sostenibilità ambientale (e della diversità alimentare) quale criterio di risoluzione dei conflitti, che comporta un nuovo ordine nella modalità di bilanciamento degli interessi e può essere posto come principio guida e d'intervento condiviso tra diritto alimentare e diritto dell'ambiente.⁴⁴⁸

Se nella definizione globale di ambiente si ritrovavano tutte le prospettive ad esso riconducibili (sociale, ambientale, economico) collocate ad un medesimo livello gerarchico, nel giudizio pratico di comparazione *ex* articolo 3-*quater*, d. lgs n. 152 del 2006, si concede “prioritaria considerazione” all'ambiente e al patrimonio culturale. Il combinato disposto dato dal 5 e dal 3-*quater* mostra allora un peculiare interesse alla preservazione dell'eredità colturale e culturale, sovraordinato agli interessi socio-economici dominanti nelle prospettive europee menzionate. Un'impostazione di questo tipo aiuta a rivalutare l'interpretazione di articoli pensati in altre epoche per differenti esigenze ed adattarli ai tempi moderni. Si pensi, ad esempio, *ex* articolo 44 della Costituzione, le attività poste “al fine di conseguire il razionale sfruttamento del suolo” non come il principio costituzionale diretto a rendere le terre coltivabili per una necessità di produzione orientata al *quantum*, ma in senso qualitativo e sostenibile.

3.1.3. La sostenibilità ambientale nel regolamento (CE) N. 834/2007

Un esempio normativo che può riassumere quanto esposto è tratto dal regolamento (CE) n. 834/2007 “relativo alla produzione biologica e all'etichettatura dei prodotti biologici”. Un regolamento differente per natura, strumenti e scopi rispetto al 1151/2012, ma che pone anch'esso il “problema territoriale” in posizione centrale.

Rappresenta uno strumento di raffronto interessante perché, qui, il territorio si affranca da una visione di “mezzo” per concentrarsi su quella di “fine”: lo scopo è una gestione dell'ambiente più consapevole ed orientata alla sua preservazione, conservazione e tutela.

Va precisato che il regolamento in questione non ha un obiettivo di natura ambientale come unico fine, fatto che emerge chiaramente già dal primo considerando: “il metodo di produzione biologico esplica pertanto una duplice funzione sociale, provvedendo da un lato a un mercato specifico che risponde alla domanda di prodotti biologici dei consumatori e, dall'altro, fornendo beni pubblici che contribuiscono alla tutela dell'ambiente, al benessere degli animali e allo sviluppo rurale”.

⁴⁴⁷ Ciò non vuole essere una critica, ma un incentivo ad equilibrare i differenti, potenziali obiettivi.

⁴⁴⁸ D. lgs. 3 aprile 2006, n. 152, art. 3-*quater*, “Norme in materia ambientale”.

Già da questo primo assunto si comprende come i motivi che hanno indotto il legislatore a normare un “campo biologico” siano molteplici e riguardino interessi distanti tra loro. In primo luogo un obiettivo economico-produttivo: “garantire la concorrenza leale e l'efficace funzionamento del mercato interno dei prodotti biologici”,⁴⁴⁹ promuovere lo sviluppo di un mercato di nicchia che venga incontro alle domande dei consumatori e permetta la differenziazione della produzione da parte dei produttori. In secondo luogo un obiettivo di tutela e protezione del consumatore, attraverso un sistema di informazioni sufficientemente chiare “in modo da favorire la trasparenza, la fiducia e una percezione armonizzata del concetto di produzione biologica”.⁴⁵⁰ Infine, l'obiettivo ambientale: “La produzione biologica è un sistema globale di gestione dell'azienda agricola e di produzione agroalimentare basato sull'interazione tra le migliori pratiche ambientali, un alto livello di biodiversità, la salvaguardia delle risorse naturali, l'applicazione di criteri rigorosi in materia di benessere degli animali”.⁴⁵¹

È da notare come per la prima volta una regolamentazione europea accosti la produzione biologica alle esigenze della qualità alimentare.⁴⁵² Ma c'è di più, perché, basandosi sugli orientamenti di mercato che deducono un aumento della richiesta di prodotti di questo tipo si prevede che la produzione biologica possa mirare, diventare sinonimo di all'alta qualità.⁴⁵³ Assumendo il biologico come nuova forma di vertice della qualità, il sistema si arricchisce di un altro strumento di certificazione che attesta al consumatore questo nuovo tipo di qualità. Non più associata alla peculiarità ambientale che genera distintività di prodotto, ma qualità di un sistema globale di gestione connotato da un fine sostenibile dal punto di vista ambientale, della produzione, del territorio, del prodotto.

In questo senso, significativamente, lo strumento rientra da un punto di vista concettuale nelle regolamentazioni delle produzioni di qualità previste in sede europea (con DOP, IGP e STG) e ciò induce ad interrogarsi sulla natura del “bio”: segno distintivo, marchio collettivo o altro? La forma giuridica costituita dal logo “Agricoltura biologica” apposta sul prodotto è rappresentata da un segno distintivo pubblico a caratterizzazione collettiva, connotato da un disciplinare di produzione a cui adeguarsi al fine del suo ottenimento, senza necessità di essere fisicamente insediato all'interno di un determinato territorio; oppure da un marchio europeo regolamentato (di provenienza pubblica) che certifica, sulla base di una richiesta volontaria del privato, che la sua attività di produzione è coerente con gli *standards* richiesti dal regolamento (CE) 834/2007? Germanò scrive di una

⁴⁴⁹ Terzo considerando del regolamento.

⁴⁵⁰ Quinto considerando. Sul ruolo che il consumatore potrebbe avere nel meccanismo di regolazione in campo alimentare si tornerà più avanti nel dettaglio.

⁴⁵¹ Primo considerando.

⁴⁵² Da sottolineare che solo con il reg. (UE) N. 203/2012, di esecuzione al reg. 834/2007, viene previsto il “vino biologico”, mentre in precedenza era possibile indicare solo il vino “da uve da agricoltura biologica”, in quanto mancava un disciplinare sulla vinificazione.

⁴⁵³ Art. 3, lett. b).

certificazione di qualità, di attestazione, di un “privilegio” ottenibile dietro controllo di un organismo terzo ed indipendente, che permette al produttore di servirsi di una sorta di denominazione merceologica legale spendibile sul mercato. Ma il “marchio” biologico di cui comunemente si parla, non è un marchio.⁴⁵⁴ Lo stesso raffronto dei regolamenti 1151/2012 e 834/2007 sembra corroborare questa conclusione laddove solo il primo menziona (tra l’altro, ripetutamente) la proprietà intellettuale, evidenziandone la natura di segno distintivo. L’assenza totale della locuzione “proprietà intellettuale” nel secondo, può spingere a considerare il logo in esame come un’informazione regolamentata in etichetta di una certificazione di prodotto.

Quel che è certo è che il logo “bio” è appannaggio, potenzialmente, di qualunque prodotto, anche a denominazione.⁴⁵⁵ Da questo punto di vista, essendo i due strumenti, cumulativi, non sembra razionale proporre, in una prospettiva *de jure condendo*, l’estensione delle regole sulla produzione biologica al sistema delle DOP e IGP. L’effetto non sarebbe probabilmente migliorativo in quanto comporterebbe una sovrapposizione di prescrizioni e quindi di strumenti, contribuendo in ultima analisi ad aumentare la confusione del consumatore.

Ciò non toglie, tuttavia, che una riflessione vada operata sull’integrazione nel sistema delle DOP/IGP, di regole orientate ad una prospettiva maggiormente responsabile ed “ecologicamente” orientata.

Nel merito, l’approccio valorizzato dalle norme del regolamento 834/2007 è quello di filiera, che dal campo alla tavola possa garantire un prodotto finale non “contaminato” da elementi non biologici. Qui, più che mai, si esprime il concetto di tracciabilità per gli operatori.⁴⁵⁶

In qualsiasi fase, che sia di produzione, trasformazione o distribuzione la disciplina della produzione biologica è finalizzata al raggiungimento di tre macro-obiettivi espressi dall’articolo 3.

Il primo vuole stabilire un sistema di gestione sostenibile per l’agricoltura che “rispetti i sistemi e i cicli naturali e mantenga e migliori la salute dei suoli, delle acque, delle piante e

⁴⁵⁴ A. Germanò, *Manuale di diritto agrario*, Torino, Giappichelli, 2016, 236-237.

⁴⁵⁵ Negli ultimi anni si registra un *trend* di crescita esponenziale per i prodotti a certificazione biologica, anche su prodotti DOP/IGP.

⁴⁵⁶ L’art. 27 co. 13 del reg. 834/2007 richiama l’art. 18 del reg. 178/2002 che, seppur tradotto con “rintracciabilità” getta le basi per un’applicazione orizzontale di un sistema di ricostruzione di tutta la vita del prodotto: “È disposta in tutte le fasi della produzione, della trasformazione e della distribuzione la rintracciabilità degli alimenti, dei mangimi, degli animali destinati alla produzione alimentare e di qualsiasi altra sostanza destinata o atta a entrare a far parte di un alimento o di un mangime”, riporta il comma 1. Va sottolineato come la massima espressione della tracciabilità, purtroppo solo verticale, sia oggetto di un regolamento specifico (reg. (CE) n. 820/1997) emanato in seguito alla BSE (encefalopatia spongiforme bovina). Le prescrizioni ivi contenute hanno un effetto molto positivo, a valle, sull’etichettatura del prodotto e quindi sull’informazione del consumatore che può agevolmente riconoscere la filiera del taglio di bovino che va ad acquistare.

degli animali e l'equilibrio tra di essi; contribuisca a un alto livello di diversità biologica; assicuri un impiego responsabile dell'energia e delle risorse naturali come l'acqua, il suolo, la materia organica e l'aria; rispetti criteri rigorosi in materia di benessere degli animali e soddisfi, in particolare, le specifiche esigenze comportamentali degli animali secondo la specie". Il secondo mira ad ottenere prodotti di alta qualità. Il terzo, infine, riprendendo uno dei fini del regolamento, mira a produrre un'ampia varietà di alimenti e prodotti agricoli che rispondano alla domanda dei consumatori di prodotti ottenuti con procedimenti che non danneggino l'ambiente, la salute umana, la salute dei vegetali o la salute e il benessere animale.

Dalle prime indicazioni sul regolamento 834/2007 appare una struttura ibrida, spuria, in cui ad un'innegabile natura economica si affianca una visione del territorio come qualcosa da preservare. La sostenibilità viene quindi ricomposta nella sua dimensione piena, tutelando entrambe le ragioni socio-economiche e ambientali.

3.2. Il ruolo del consumatore tra informazione e percezione

È giunto il momento di analizzare la figura del consumatore ed il suo ruolo fondamentale. Dopo una breve contestualizzazione si cercherà di valorizzare il potere di cui esso è titolare e di collegarlo al tema del *terroir* e della sostenibilità oggetto di analisi.

In primo luogo bisogna puntualizzare che non ci occupiamo di un consumatore qualsiasi, ossia di quel soggetto che è stato oggetto di numerose norme, direttive, regolamenti che hanno cercato vari modi per aumentarne la protezione e la tutela. Ci riferiamo ad una tipologia particolare: al consumatore di alimenti. Esso "gode" di attenzione privilegiata da parte del legislatore, in quanto, da un lato, l'oggetto, "il bene" di acquisto attiene ad un bisogno fisiologico e culturale fondamentale dell'uomo, come ampiamente argomentato, dall'altro, è mutato il paradigma di informazione e sovranità alimentare al punto da rendere ogni singolo consumatore al centro di un vorticoso e complicato sistema di comunicazione: salute e sicurezza, confusione e confondibilità, ingannevolezza e pubblicità comparativa sono solo alcuni dei temi "caldi" e delle informazioni rilevanti per il consumatore.

I due poli che stabiliscono i principi di diritto alimentare rivolti alla figura del consumatore "finale" di alimenti sono il regolamento 178/2002 e il regolamento 1169/2011.⁴⁵⁷ È utile citare il primo articolo di quest'ultimo per rendersi conto della peculiare attenzione ad esso rivolta: "il presente regolamento stabilisce le basi che garantiscono un elevato livello di protezione dei consumatori in materia di informazione

⁴⁵⁷ Rispettivamente, "regolamento che stabilisce i principi e i requisiti generali della legislazione alimentare, istituisce l'Autorità europea per la sicurezza alimentare e fissa procedure nel campo della sicurezza alimentare" e "regolamento relativo alla fornitura di informazioni sugli alimenti ai consumatori".

sugli alimenti, tenendo conto delle differenze di percezione dei consumatori e delle loro esigenze in materia di informazione, garantendo al tempo stesso il buon funzionamento del mercato interno”. Come si diceva, la peculiare, delicata posizione del consumatore necessitava di un intervento importante che garantisse un soggetto “debole”, posto a valle di una filiera che negli ultimi 50 anni ha rivoluzionato il modo di produrre e comunicare il cibo.

È utile richiamare anche l'articolo 9 del regolamento 178/2002 ove, all'interno dei principi di trasparenza, si parla di consumatori utilizzando il termine di “cittadini”, imponendo una loro consultazione aperta e trasparente nel momento in cui il legislatore ritenga di dover elaborare normative in campo alimentare.

Un sistema attento e garantista che, negli ultimi anni, pare elevare il ruolo di consumatore a figura che gode sicuramente di diritti, ma al tempo stesso di doveri. In altre parole, dopo gli anni di “*pars destruens*”, in cui il consumatore di alimenti vede trasformare ed accrescere i propri diritti, interviene una “*pars costruens*” volto a responsabilizzarlo. In questa fase, piuttosto attuale, tale consumatore diventa un attore fondamentale della filiera, non più il mero soggetto da proteggere di fronte alle esposizioni imponenti che provengono dall'esterno.

Qui, l'informazione assume quindi un ruolo ancor più fondamentale e rappresenta, a ben vedere, medaglia a due lati per il consumatore nella misura in cui, potendo disporre di comunicazioni, pubblicità, etichette imposte secondo determinati principi a sua tutela, diventa responsabile della propria scelta.

Il problema che si pone a questo punto è se il consumatore, inteso come società, abbia le “armi”, intese come cultura, per poter codificare in modo corretto le informazioni che riceve. Se il primo punto pare logica espressione del principio giuridico per cui “a maggiori poteri corrispondono maggiori responsabilità”, la riflessione più delicata pare riguardare il secondo tipo.

Il titolo del paragrafo vuole proprio mettere in luce il dualismo che avvolge il consumatore attuale e chiedersi quale sia il bilanciamento più opportuno. Ad un diritto all'informazione, come processo di verità e trasparenza, si pone una percezione soggettiva frutto di conoscenze individuali: pare esserci ancora un divario eccessivo a sfavore del secondo. Lo stesso problema posto da più parti, che vedrebbe nella “sovrainformazione” un danno maggiore rispetto al beneficio, sembra legato all'impostazione di uno scarso collegamento tra chiarezza ed esaustività e strumenti di comprensione, chiavi di lettura.

Ciò induce una riflessione, da un lato, sul ruolo del consumatore di alimenti nella società attuale, dall'altro, e contemporaneamente, circa il valore da assegnare alla cultura del cibo. Finché i laboratori non troveranno modalità di alimentazione sostenibili alternative, il *terroir* (inteso come terra e come uomini) sarà il paradigma dominante, con cui tutti dovranno confrontarsi.

L'aumento di prodotti primari biologici, di vino biodinamico, di cibi equosolidali

sono frutto di una cultura del consumo orientata ai valori della sostenibilità ambientale e sociale. Purtroppo, tuttavia, si ha spesso un'idea distorta e confusa di ciò che tali formule vogliono effettivamente significare.⁴⁵⁸

La disponibilità del consumatore a pagare un prezzo maggiore rappresenta, a ben vedere e ancor prima, un fondamentale momento di scelta. L'informazione, che dovrebbe essere chiara, completa e trasparente, se supportata da idonei strumenti conoscitivi, permette di orientare le scelte individuali del consumatore in base ad una razionalità che si distanzia sempre più da quella tipicamente definita "limitata". Forse, la stessa razionalità limitata è frutto di un errato modo di porsi, da ambo le parti.⁴⁵⁹

In questa visione, l'attore-consumatore diventa ulteriormente attivo, in quanto la sua maggior consapevolezza è in grado di orientare le scelte politiche e produttive a monte.

Il problema che sembra porsi con maggior evidenza, lo si ripete, attiene al bilanciamento tra chiarezza, completezza dell'informazione e la percezione (intesa come cultura) del consumatore. In questo senso l'attenzione che il consumatore italiano pare rivolgere al cibo sembra di primaria importanza, seppur non supportata a dovere dalle politiche, a partire da quelle statali. Si evidenzia, ad esempio, come solo di recente e timidamente le politiche alimentari abbiano iniziato ad investire sulla cultura "dal basso", ossia dall'istruzione primaria. La stessa iniziativa europea "più frutta nelle scuole", potrebbe apparire utile se, come sembra, al di là di una politica economica, fosse utilizzata contestualmente ad un percorso di apprendimento, chiaramente graduale e idoneo all'età.⁴⁶⁰

Se l'informazione è lo strumento principale per l'attuazione dei diritti del singolo, e tutti i diritti comportano una scelta, l'informazione, dunque, risulta un mezzo fondamentale per l'esercizio della libertà di scelta. Questa libertà si esplica nella possibilità di decidere in base ai propri interessi economici, alle proprie credenze religiose, ai propri principi etici, in base ai piaceri momentanei, *etc.* In questa libertà si coglie un altro carattere che differenzia l'alimento dagli altri beni "di consumo": il divenire parte stessa del nostro corpo, fatto che implica incidenze fisiche e morali.⁴⁶¹ "Inoltre, a differenza di altri prodotti, le caratteristiche e le qualità degli alimenti sono scarsamente "visibili", "osservabili" prima del consumo e ciò determina quell'asimmetria informativa che mette in consumatore in una posizione di

⁴⁵⁸ Ad esempio, pochissimi sono i consumatori che conoscono la definizione tecnica di vino, pochi quella sostanziale, ma i consumi di vino biologico sono in costante aumento: questo significa che l'induzione del termine biologico nella mente del consumatore evoca messaggi positivi legati alla tutela dell'ambiente, a metodi di coltivazione che escludono la chimica, ad un prodotto che "fa meglio" o "fa bene" alla salute, e così via, spesso molto distanti dalla realtà.

⁴⁵⁹ Se invece riconoscessimo la razionalità limitata come modo di essere, ci si potrà riferire all'obiettivo di ridurre i nostri limiti.

⁴⁶⁰ Questa politica educativa presente nell'OCM unica si fonda, evidentemente, sulla misura economica della necessità di vendere il *surplus* produttivo.

⁴⁶¹ Lo stesso Feuerbach nell'800 scriveva che noi "siamo quel che mangiamo", asserendo come il cibo influenzi non solo il nostro corpo, ma anche la coscienza e il modo di pensare.

non conoscenza rispetto al produttore”.⁴⁶² Le regole sull'informazione avrebbero quindi il senso di ridurre questo divario contribuendo a far elevare la qualifica del consumatore, da consumatore ad attore di consumo.

“Facendo cadere la scelta su un prodotto piuttosto che su un altro, il consumatore accorda la sua preferenza alla qualità, alla tutela dell'ambiente, alla tutela dei valori etici, ecc.; in altre parole, il gesto dell'acquisto, nel caso dei prodotti alimentari, diventa, come già rilevato, strumento di appropriazione della propria personalità e di manifestazione di scelte esistenziali anche profonde, scelte alle quali le imprese sono tutt'altro che indifferenti”.⁴⁶³ E si ripete come “onori ed oneri” è principio che potrà valere quando la cultura collettiva sarà in grado di codificare correttamente le indicazioni.

3.3. Rileggere le DOP e IGP

Alla luce di quanto sopra, indichiamo alcuni spunti e prospettive che possono delinarsi per le denominazioni di origine e indicazioni geografiche.

Posto che non si può prescindere da una tutela del mercato, della proprietà intellettuale, del mondo produttivo e di tutte le conquiste ottenute negli ultimi anni, ci si chiede se sia possibile incentivare ulteriormente il meccanismo delle denominazioni di origine e delle indicazioni geografiche nel correggere la strada, *rectius*, ad ampliare la strada ed introdurre dei segnali di sostenibilità ambientale ulteriori rispetto a quelli previsti nelle norme generali e orizzontali. Forse non sarebbe nemmeno il caso di scindere la sostenibilità in due macro sottocategorie, se non per finalità pratiche e utilità logiche. In ogni caso, sul piano applicativo, in relazione alle dinamiche che sottendono l'agire agricolo non sembra opportuno distinguere due lati della stessa medaglia, tanto più per prodotti che rappresentano l'apice del legame con il territorio e si pongono come vertice della qualità.

Nel 2008, in occasione delle consultazioni operate dalla Commissione UE, l'Italia diede già parere negativo su iniziative di questo tipo. In particolare, alla domanda: “si dovrebbero inserire nei disciplinari criteri specificamente connessi alla sostenibilità e ad altri fattori, anche se non intrinsecamente legati all'origine? Quali sono i pro e i contro?” La risposta fu salomonica nell'affermare come “l'Italia non ritiene necessario inserire nei disciplinari ulteriori criteri connessi alla sostenibilità o ad altri fattori quali ad esempio aspetti ambientali, etici etc”.⁴⁶⁴ Dopo 8 anni e l'evoluzione del mondo alimentare, tuttavia, la questione su una forma di integrazione potrebbe essere affrontata diversamente, anche in base all'interpretazione di un sentimento di responsabilità. Appunto, responsabilità di chi?

⁴⁶² C. Losavio, *Il consumatore di alimenti nell'Unione europea e il suo diritto ad essere informato*, Milano, Giuffrè, 2007, 237.

⁴⁶³ *Ibidem*, 238.

⁴⁶⁴ Ministero delle politiche agricole, alimentari e forestali, *Dossier Libro Verde sulla qualità dei prodotti agricoli, Valutazioni e proposte dell'Italia*, Roma, 18 dicembre 2008, domanda n. 6, secondo quesito.

La finitezza delle risorse naturali ed il difficile ritorno alle condizioni auspiccate (ove l'andata sia stata percorsa da una politica economica ed imprenditoriale di dubbia ispirazione), suggerisce di rileggere il ruolo del disciplinare di produzione come convenzione di qualità: possiamo prescindere da una qualità dell'ambiente per una qualità del prodotto e una qualità della vita?⁴⁶⁵ Ciò non solo si rifà sulla *food quality*, ma anche sulla *food security* e *food safety*.

Dato che DOP e IGP sono strumenti di carattere “pubblicistico” con una peculiare dimensione proprietaria, che come abbiamo visto conduce ai caratteri di apertura a tutti i potenziali produttori di un'area dietro il rispetto con “contratto sociale”, è possibile pensare ad un apparato di *accountability* che responsabilizzi gli attori di una filiera basata sul territorio di origine? E non ci si riferisce al mero produttore, ma si allarga lo sguardo al consumatore, all'autorità pubblica che governa e disegna il territorio, da un livello macro (Stato-Regione) ad uno micro (Comune), ai consorzi di tutela e a tutti gli attori (trasformatori, imbottiglieri, distributori) che affollano una filiera fondamentale.

Dunque: cosa si risponde alle persone che si ammalano in aree prossime ai vigneti?⁴⁶⁶ Come si risponde nel caso di tragedie in cui, come accaduto a Refrontolo, alcune persone perdono la vita? Come si giustificano la monocoltura, il disboscamento, la perdita di fertilità dei terreni, il dissesto idrogeologico o l'inquinamento della falda acquifera e le altre esternalità negative provenienti dal mondo agricolo-industriale?

Da un lato, informazioni e prescrizioni da rendere pubbliche nel disciplinare, dall'altro, responsabilità chiare, potrebbero portare ad una risoluzione e prevenzione di tali problematiche.

Avviandoci a concludere la riflessione si rileva come “lo sfruttamento di una denominazione può recare con sé non solo progresso e ricchezza, ma anche conseguenze negative se non addirittura tragiche”.⁴⁶⁷ Su chi deve ricadere la responsabilità, ma soprattutto a monte, la prevenzione, la gestione e il governo di un territorio insignito con DOP e/o IGP? Lo statuto proprietario delle indicazioni geografiche costituisce la base di partenza su cui articolare una riflessione, ma va detto sin da ora che bisogna “evitare eccessi, per scongiurare il rischio che i gruppi dei produttori siano chiamati a rispondere di qualsiasi danno possa occorrere a un terzo che risulti in qualche misura connesso alla gestione di una indicazione geografica”.⁴⁶⁸

Una risposta temporanea, in attesa di una presa di posizione politica, potrebbe risiedere nel *terroir* stesso, all'interno di una concertazione degli attori che intervengono nella strada del prodotto, attraverso il valore già richiamato della cooperazione “al fine di promuovere non solo (o non tanto) il valore commerciale di un segno, ma più radicalmente

⁴⁶⁵ Rudolf Steiner, fondatore dell'agricoltura biodinamica, parlava di cibo e vino sani e vitali per una migliore qualità del pensiero.

⁴⁶⁶ Ci si ricollega alla trasmissione citata in chiusura del primo paragrafo del capitolo in esame.

⁴⁶⁷ Ferrari, *Dimensione proprietaria, op. cit.*, 184.

⁴⁶⁸ *Ibidem*, 184.

il benessere di una comunità che risiede nel territorio di riferimento”.⁴⁶⁹

Ciò è quello che sembra essere successo nell’areale del Soave, dove il Consorzio di tutela con grande lungimiranza, da diversi anni ha intrapreso un dialogo costante e fecondo con produttori, operatori, consumatori e “mercato” al fine di valorizzare il territorio e il vino con una forte attenzione ai temi della sostenibilità ambientale. Il progetto “Le Vie Verdi del Soave”, le numerose pubblicazioni e ricerche per caratterizzare i suoli e i “*crvi*”, il fermento culturale che porta a fondare ogni anno eventi importanti, diventare la prima DOC italiana ad aver ottenuto il riconoscimento di “paesaggio rurale di interesse storico”,⁴⁷⁰ sono solo alcuni degli esempi caratterizzanti la denominazione.⁴⁷¹

Va segnalato che, al tempo stesso, altre proposte di integrazione paiono essere ispirate da numerose figure socialmente attive. Alcuni esempi mostrano come la società non possa permettersi di aspettare il diritto e promuove essa stessa riflessioni, iniziative, scambi di opinioni, strumenti secondo il proprio orientamento. Quello di cui si parla non è una moda che possa definirsi passeggera, mutevole come i fenomeni sociali, in quanto rappresenta un dovere imprescindibile dell’uomo: “nutrire il pianeta, energia per la vita”.⁴⁷² Uno slogan generale che però racchiude il tema della sostenibilità che abbiamo cercato di delineare.

Vediamo alcuni esempi pratici realizzati “dal basso” cominciando dal Consorzio di tutela dei vini della Valpolicella. Da alcuni anni l’ente sta investendo numerose risorse per rendere l’area di produzione ed i suoi vini, maggiormente sostenibili. L’iniziativa promossa riguarda un sistema di certificazione di produzione integrata che reca il nome di “RRR Riduci, Risparmia, Rispetta”. Questo progetto, di durata triennale e su base volontaria, nasce dalla consapevolezza che la sostenibilità non vada declinata solo in senso “sociale” e non significhi solo reputazione o notorietà. La produzione integrata oggetto di certificazione prevede un protocollo di produzione inteso al miglioramento dell’area vitata, dalla qualità del terreno a quella dell’uva per arrivare a quella della vita, passando per la tutela del paesaggio e della biodiversità. La certificazione, sotto forma di marchio potrà essere inserita in etichetta.

Ancora, *World Biodiversity Association* è una *onlus* creata a Verona nel 2004 da un gruppo di agronomi, naturalisti, botanici e appassionati impegnati nella conoscenza e conservazione degli *hotspot* di biodiversità. Nel 2010 ha registrato il marchio “*biodiversity friend*” attraverso il quale le aziende interessate intraprendono un percorso impostato sul

⁴⁶⁹ *Ibidem*, 185.

⁴⁷⁰ Entrando così a far parte del “Registro nazionale dei paesaggi rurali di interesse storico, delle particelle agricole e delle conoscenze tradizionali”, istituito dal Mipaaf con decreto ministeriale n. 17070 del 19 novembre 2012.

⁴⁷¹ Cfr. A. Lorenzoni, (a cura di), *Il Soave: origine, stile e valori*, Consorzio tutela vini Soave, 2015 e A. Lorenzoni (a cura di), *Il Soave: identità e sostenibilità*, Consorzio tutela vino Soave, 2011.

⁴⁷² Titolo del tema selezionato per l’esposizione universale del 2015 in occasione della manifestazione svoltasi a Milano.

graduale miglioramento della qualità dell'ambiente in cui operano, sulla base dell'assunto che da essa possa dipendere la salubrità del prodotto. Il disciplinare, meglio, il decalogo stilato dall'associazione prevede diverse azioni da svolgere a cui corrisponde un punteggio. Questo paradigma sembra valido in quanto incentivante per il produttore, dato che all'ottenimento dei diversi *step* i costi di certificazione diminuiranno.⁴⁷³

Sempre in provincia veronese, una proposta formale per favorire la biodiversità del territorio è stata avanzata nel 2011 dal dottore forestale e agronomo Raffaele Barbeta, in un convegno sul paesaggio della Valpolicella. L'area in esame è stata nei secoli oggetto di coltivazioni che si rendevano utili in base alle esigenze storico-sociali. Se oggi è una delle aree con il più alto valore economico degli ettari vitabili si comprende il motivo, come per l'area di Valdobbiadene, della corsa all'impianto dei vigneti. Così la biodiversità tipica della zona si è di molto ridotta, anche a causa di una legge regionale che, con lo scopo di tutelare il paesaggio, ha finito per tutelare il ritorno economico immediato, senza tenere in considerazione l'aspetto della conservazione. Si è così provveduto a disboscare laddove era “possibile riscontrare che in passato l'area fosse stata oggetto di pratiche agricole”. La proposta di Barbeta, corroborata da evidenze scientifiche sull'importanza della biodiversità, dalla vegetazione spontanea agli alberi da frutto, del ruolo delle siepi nei vigneti, sia come luogo di protezione che come luogo di rifugio per numerosi organismi, risulta interessante perché non pone oneri gravosi ai *vigneroni*, ma incentiva ad adottare pratiche benefiche per l'ambiente: “nel conteggio delle superfici vitate per la determinazione delle produzioni aziendali consentite siano comprese anche eventuali aree perimetrali ai vigneti che, fino ad un massimo del 10% della superficie, siano destinate a siepi arboree (costituite da specie autoctone) oppure a colture arboree diverse (olivi, ciliegi, mandorli, albicocchi, peri, meli, fichi, cachi, nespole...)”.

In una delle molte declinazioni di sostenibilità sociale, vi è la problematica del rapporto squilibrato tra produttore, consumatore e distributore. C'è stato chi ha formulato una proposta, seppur non ufficiale, in tema di politica alimentare, utile alla ricomposizione di tale squilibrio: specificare, in etichetta, il prezzo di *sorgente*, ossia quello applicato dal produttore, nonché dei chilometri percorso da ciascun alimento prima di arrivare sulla tavola del consumatore (*food miles*). Informazioni di questo tipo, da un lato, renderebbero evidente il ricarico praticato dalla filiera distributiva, dall'altro, accrescerebbero la consapevolezza della distanza del luogo di creazione del prodotto e la strada percorsa in termini di tempo, dell'utilizzo di carburante e della produzione di Co2. “Sensibilizzare ad un consumo che abbia come effetto un accorciamento della filiera è un'esigenza sentita da

⁴⁷³ Gli indicatori dei punteggi sono dati da: modello colturale; fertilità dei suoli; gestione dell'acqua; siepi, boschi o prati permanenti; diversità colturale; qualità del suolo; qualità dell'acqua; qualità dell'aria; energia e responsabilità ambientale. 60 punti sono necessari e sufficienti per ottenere la certificazione, ma la somma dei punti conta 100 e l'azienda deve impegnarsi a incrementare il punteggio almeno fino agli 80 punti. Dopo gli 80, i controlli diventano biennali e non più annuali.

entrambi gli estremi della catena: da chi produce e giustamente pretende una più adeguata remunerazione del proprio lavoro e da chi compra e assiste impotente e stupito alla crescita del prezzo finale sui banchi della distribuzione, nella maggior parte dei casi dovuto a pratiche logistiche e scelte economiche insostenibile”.⁴⁷⁴

Infine, cambiando area e spostandoci più sul tema dell'informazione, nel 2003 un'iniziativa della Coldiretti creò un fervido dibattito: l'organizzazione dei coltivatori lanciò una campagna per una proposta di legge popolare con l'obiettivo di rendere obbligatoria l'indicazione, in etichetta, dell'origine degli ingredienti dei prodotti alimentari. Per quanto riguarda i prodotti non trasformati si dovrebbe indicare il Paese di origine ed eventualmente la zona di produzione, mentre per i prodotti trasformati diventerebbe obbligatorio indicare la zona di coltivazione o di allevamento della materia prima agricola utilizzata della preparazione e nella produzione. Senza entrare in un giudizio di merito, il punto che si vuole evidenziare attiene alle contrapposizioni nette di due tesi che mirano tuttavia allo stesso obiettivo: tutelare i consumatori, i produttori ed il *made in Italy*. Da un lato, lo schieramento di chi invoca un'informazione in senso “formale”, ossia, appunto, la necessità di essa, per una maggior consapevolezza ai fini della scelta e per scalare i limiti della razionalità; dall'altro, l'opposizione di chi prevede più opportuno un'informazione in senso “sostanziale”, come necessaria filtrazione per consegnare al consumatore solo i dati ritenuti realmente importanti. Argomenti che riflettono quanto si diceva a proposito di “sovrainformazione”: che il grano duro della pasta italiana provenga dall'estero è necessario saperlo? Che esso venga coltivato in Canada, piuttosto che in Australia, in America o in Russia risulta essere un'informazione importante, utile, necessaria, obbligatoria o viceversa, per il consumatore?⁴⁷⁵

Questi esempi testimoniano la presenza di un dibattito e di una direzione sociale di cui il diritto dovrà tenerne conto, in parte come sta già facendo, in parte completando le numerose risposte che ancora mancano.

⁴⁷⁴ Calvosa, Pillozzi, Totaforti, *op. cit.*, 41.

⁴⁷⁵ L'esempio del grano duro può essere esteso a tanti altri prodotti agroalimentari.

CONCLUSIONI

Nel primo capitolo ho voluto concentrarmi in modo specifico sull'essenza della parola *terroir*. Un lavoro di riscoperta, motivato sia dall'indole interdisciplinare nell'affrontare un problema che dall'assenza di uno strumento giuridico fondamentale: la definizione del termine.

L'indagine storica ha contribuito in modo preponderante a dare la profondità necessaria ad esprimere il concetto. I primi approcci di *terroir*, come comprensione sia delle differenze determinate dai luoghi nei prodotti sia delle necessità di tutela erano presenti già in epoca antica: Egizi, Babilonesi, Greci, Romani hanno trasmesso una competenza ed una sensibilità peculiare che la Francia, in particolare, ha saputo portare avanti ed affinare, instaurando la visione di una qualità connessa al *terroir*.

La vite, origine e perno fondamentale del *terroir* e della sua evoluzione, pareva settorializzare l'indagine a causa della particolarità e complessità del processo produttivo, dall'impianto del tralcio al fermentato finale. In realtà, sono state svolte considerazioni mediante le quali si ritiene ragionevole potersi riferire al *terroir* con un raggio a spettro più ampio del solo prodotto vino. Abbiamo così valorizzato gli aspetti intrinseci ad un prodotto di *terroir*, esprimendo, da un lato, una sorta di doppio *step* in relazione a prodotti semplici e trasformati, dall'altro, la tensione relativa alla natura democratica o meno dell'elemento territoriale e pedoclimatico. Quest'ultima distinzione è visibile nei prodotti DOP e IGP, il cui *terroir* sembra essere, non senza ambiguità, “*non politically correct*” nel primo, “democratico” nel secondo.

Successivamente, interpretandone gli elementi costitutivi alla luce delle definizioni offerte dalle discipline ad esso più vicine, si è potuto comprendere come la complessa natura del concetto venga ricondotta e razionalizzata ad una parte inscindibile e ad una “evolutiva”. Nato come “terra”, elemento naturale, si è di lì a poco ampliato, inglobando prima i produttori e successivamente i diversi attori che intervengono nella filiera. “Nell'esperienza umana, infatti, i valori portanti del sistema alimentare non si definiscono in termini di “naturalità” bensì come esito e rappresentazione di processi culturali che prevedono l'addomesticamento, la trasformazione, la reinterpretazione della Natura” e ciò vale necessariamente per il *terroir*.⁴⁷⁶

Un ruolo particolare, inoltre, è svolto dalla figura del consumatore, in grado con le sue scelte di orientare a monte le politiche e a valle i mercati. Si pensi a come la notorietà indotta in e da esso sia in grado di promuovere un prodotto a IGP.

Infine, anche le dinamiche del mercato hanno trovato posto nel concetto, data la necessità di una nuova relazione “glocale” nell'odierno mondo internazionalizzato.

Quest'insieme di caratteristiche hanno trovato un luogo di valorizzazione comune nell'indirizzo “identitario” ed “immateriale” di ogni *terroir*, implicando, tuttavia, la difficoltà

⁴⁷⁶ Montanari, *op. cit.*, premessa, XI.

di erigere dei confini “di protezione” sia in senso geografico che in senso giuridico. Confini non come barriere, ma come bandiere in grado di comunicare valori leali e locali in uno scenario più ampio, aumentando la differenziazione e quindi il progresso. La competizione a livello internazionale dei mercati rappresenta il terreno di gioco strategico in cui valorizzare la propria cultura ed identità: in quest’arena il diritto europeo mira ad un bilanciamento non semplice tra la libertà del mercato ed il ricorso alla “scarsità” artificiale del *terroir*, considerato nell’ottica della proprietà intellettuale.

Il percorso (strutturato, nello studio, da un punto di visto logico-argomentativo) che ha indotto il legislatore ad estendere la categoria di beni immateriali alle DO e IG ed a configurare uno statuto proprietario *sui generis*, rappresenta oggi un dato imprescindibile e difficilmente contestabile.

La chiusura della prima parte di lavoro ha visto emergere proprio l’analisi di tali dinamiche in relazione, in particolare, ai concetti di provenienza, origine e *made in Italy*.

Si vuole riflettere sulla relazione tra *terroir* e origine: in che rapporto stanno questi due concetti? *Terroir* può essere considerato come la sintesi di un’origine composta e complessa. Origine geografica, naturale, territoriale e origine sociale, umana. Da un punto di vista tassonomico si ricomprende nel rapporto *genus* (origine) – *species* (*terroir*). Ma non solo, perché essendo *terroir* anche un concetto in divenire, dinamico ed interdisciplinare, ad origine si affianca evoluzione: non è un pensiero che nasce statico e così muore, bensì è un flusso, un *continuum* che evolve all’interno di una società e di un mercato. Emerge la visione del *terroir* quale specificazione complessa ed evoluzione stessa del suo genere, origine.

Alla luce di ciò è stato possibile valorizzare il *terroir* come un fenomeno culturale e sociale, che, consapevole della sua storia evolve secondo tradizione, innovazione ed evoluzione: “è tradizione in quanto costituita dai saperi, dalle tecniche, dai valori che ci vengono tramandati. È innovazione in quanto quei saperi, quelle tecniche e quei valori modificano la posizione dell’uomo nel contesto ambientale, rendendolo capace di sperimentare realtà nuove. Innovazione ben riuscita: così potremmo definire la tradizione”.⁴⁷⁷ Il *terroir* è l’interfaccia tra le due prospettive.

Nel secondo capitolo mi sono concentrato sul rapporto intercorrente tra *terroir* e segni distintivi geografici, riconducibili, in particolare, ai segni europei DOP e IGP, ma considerando specificatamente anche le menzioni vitivinicole storiche tradizionali italiane e francesi: DOCG, DOC, IGT e AOC.

La base di partenza concretamente assunta è stato il regolamento (UE) 1151/2012 al fine di valutare come vengono intesi, disciplinati e tutelati i prodotti originari di determinati luoghi. Primariamente è stata esaminata la differente relazione che i prodotti lavorati DOP

⁴⁷⁷ Montanari, *op. cit.*, 1. Sebbene il riferimento dell’autore sia alla Cultura ho considerato utile estenderlo al *terroir* ai fini del presente lavoro.

e IGP instaurano con il territorio.⁴⁷⁸ Successivamente si è analizzata la disciplina comune ad entrambi i segni: da un lato, il sistema di registrazione, dall'altro, il regime di protezione ai sensi dell'articolo 13 del regolamento sopra citato e la novità principale della protezione *ex officio*.

L'aspetto più rilevante dell'indagine, tuttavia, è stato monopolizzato dal concetto di qualità: qualità "astratta" e, soprattutto, "concreta", provando a chiederci se esistesse una definizione di essa.

Per qualità astratta intendiamo quella richiesta dalle prescrizioni *ex lege* e in generale da quanto previsto in sede europea. Si è più volte citato il Libro Verde del 2008 che intravede, curiosamente, una qualità come soddisfazione delle aspettative del consumatore.

Per qualità concreta intendiamo quella effettivamente interpretata e tradotta nel disciplinare. Il disciplinare di produzione rappresenta, a ben vedere, quel fondamentale documento che racchiude molte delle (eventuali) fortune di una denominazione di origine o indicazione geografica. Rappresenta la carta d'identità del prodotto e della sua regione di appartenenza nei confronti del mondo; ha un valore legale e di garanzia; dovrebbe detenere un'adeguata forza comunicativa; è un veicolo di verità ed informazioni preziose; esplicita le peculiarità date dall'ambiente e i confini entro cui è possibile ottenere il prodotto e tanto altro.

Ma quel che importa veramente sottolineare è che tutto ciò è il frutto di una "convenzione di qualità" privata con successiva validazione pubblica.⁴⁷⁹ Convenzione intesa come tavolo di discussione e contrattazione che, vagliando le proposte provenienti dai diversi attori intervenuti, codifica "l'esito di un processo storico collettivo e localizzato di accumulazione di conoscenza contestuale che si fonda su di una combinazione di risorse territoriali specifiche sia di natura fisica che antropica che dà luogo a un legame forte, unico e irriproducibile col territorio di origine".⁴⁸⁰

Riaffiora, così, una conclusione necessitata: cos'altro è la qualità se non un adeguamento a determinati *standards*?

Per meglio individuare la tipologia di qualità accolta in relazione ai prodotti DOP/IGP è stato strutturato un percorso attraverso l'analisi della giurisprudenza della Corte di Giustizia e della "diatriba" con la Commissione europea. Dall'orientamento dei casi *Dassonville* e *Sekt* al cambio di prospettiva nelle sentenze *Exportur*, *Warsteiner*, *Rioja II*, *Grana Padano*, *Prosciutto di Parma*: dall'interpretazione di una qualità basata su elementi

⁴⁷⁸ È chiaro che per i prodotti semplici la fase di produzione coinciderà con quella di coltivazione e sarà necessariamente corrispondente al luogo indicato nella denominazione o indicazione.

⁴⁷⁹ Questa sinergia tra pubblico e privato, mancante in tutti gli altri prodotti, può rappresentare "un'arma" vincente nel mercato.

⁴⁸⁰ G. Belletti, G. Brunori, A. Marescotti, A. Paciani, A. Rossi, *Il processo di valorizzazione delle produzioni agroalimentari tipiche*, in B. Rocchi, D. Romano (a cura di), *Tipicamente buono. Concezioni di qualità lungo la filiera dei prodotti agro-alimentari in Toscana*, Milano, Franco Angeli, 2006, cit. in Arfini, Belletti, Marescotti, *op. cit.*, 15.

materiali ed oggettivi ad un orientamento che favorisce la tutela del nome geografico di un prodotto quando esso “gode di una grande reputazione presso i consumatori e costituisce per i produttori, stabiliti nei luoghi che esse designano, un mezzo essenziale per costituirsi una clientela. Esse devono quindi essere tutelate”.⁴⁸¹

In altre parole, l'opposizione tra filosofia materiale e immateriale può collocarsi nell'attuale tendenza economico-produttiva alla delocalizzazione e all'esportazione di *know how*: se si collega il toponimo alla modalità di produzione, si legittima l'utilizzo replicabile in qualunque luogo. Viceversa, tutelare la dimensione identitaria e di appartenenza, di rinomanza e notorietà, di luoghi materiali e immateriali comporta la “logica esclusione da qualsivoglia diritto di utilizzazione del nome da parte del soggetto che non appartenga al territorio (meglio: alla comunità che è stabilita ed opera sul territorio dal quale proviene l'alimento)” e la valorizzazione del *terroir*.⁴⁸²

È stata poi individuata una declinazione peculiare di tale percorso nel legame con l'ambiente e nel problema dei confini: come delimitare, racchiudere e proteggere le peculiarità naturali e umane di un territorio? Quali criteri adottare per tutelare i diversi *terroir* e le bandiere di appartenenza? I due poli determinanti sono risultati essere i criteri fisici, espressione di un lavoro di zonizzazione e mappatura dell'areale e i criteri amministrativi, sulla base di una definita “comunità” umana. All'interno di questi, motivi storici, sociali, identitari ed economici risultano spesso determinanti.

Abbiamo individuato una differenza sottile, ma importante nella definizione tra DOP/IGP di prodotti agroalimentare e DOP/IGP per i vini e abbiamo preso come spunto due casi giurisprudenziali che contestavano la delimitazione dell'area geografica, rispettivamente, di un formaggio, Feta DOP, e di un vino, Venezia DOC: in questo caso giustizia europea e italiana hanno espresso approcci simili, determinando l'omogeneità a monte dei fattori umani e naturali a partire dall'omogeneità del prodotto a valle. L'analisi di altri casi, ha permesso di verificare come possano essere altri i criteri adottabili: storici, economici, identitari... È emerso come “«il territorio» è anche, se non soprattutto, una costruzione artificiale, frutto dell'interazione, dialogica e, talora, conflittuale, tra diversi saperi [...]. In questo processo il diritto gioca un ruolo che non è neutrale; lungi dall'essere un dato pre-costituito, che gli ordinamenti si limitano a recepire meccanicamente da altri saperi, il territorio viene de- e ri-costruito anche grazie al gioco di un plesso di norme che, oltre a fornire un foro in cui discutere e contestare i suoi confini, contribuiscono a definirne i caratteri rilevanti, le funzioni che deve svolgere, i limiti di cui impone il rispetto”.⁴⁸³

Passando ad analizzare le peculiarità enologiche nazionali, si è potuto evidenziare la

⁴⁸¹ Punto 28, sentenza della Corte di Giustizia del 10 novembre 1992, in causa n. C-3/91, nota come sentenza *Exportur*.

⁴⁸² Albinetti, *L'aceto balsamico di Modena, il torrone di Alicante e la birra di Warstein*, op. cit., 119.

⁴⁸³ Ferrari, *Il territorio nelle denominazioni geografiche: spunti comparatistici* (Nota a Cons. Stato, sez III, 23 ottobre 2014, n. 5224), in *Il Foro Italiano*, III, 2015, 363.

tendenza degli ordinamenti a perseguire la strada della “microzonizzazione”, valorizzando con segni *ad hoc* il percorso da un’area più vasta ad una sempre più ristretta, coincidente con un singolo vigneto. Questa impostazione è ben visibile in Francia, dove storicamente la via intrapresa con l’AOC ha contribuito alla determinazione e valorizzazione dei singoli *crus* di un’*Appellation*. Si è tentato di spiegare come si fosse arrivati a questa concezione partendo dalle difficoltà socio-economiche di fine ‘800 e, in particolare, attraverso lo studio di un insetto e dell’impatto che ha avuto. Oltre a questo, sono stati valorizzati lungo il corso del lavoro diversi esempi di come in Francia, ancor prima delle denominazioni, la logica intrapresa fosse quella della qualità determinata in base al *terroir*.

Per quanto riguarda l’Italia, dopo aver analizzato da un punto di vista storico le menzioni tradizionali, è apparso degno di approfondimento l’introduzione recente del T. U. sul vino, il quale sembra porre un decisivo tassello nella direzione sopra citata, data la possibilità che una denominazione si specifichi in aree sempre più ristrette e determinabili: sottozone, unità geografiche aggiuntive e, infine, “vigne”.

Nel paragrafo conclusivo della seconda parte del lavoro si è voluto approfondire la natura ed il rapporto tra i segni distintivi DO/IG e i marchi collettivi geografici: tratti comuni (natura collettiva e legame prodotto-territorio) e distintivi (carattere pubblicitario e paradigma proprietario) hanno posto in luce come siano identificabili situazioni di incompatibilità e coesistenza ben regolate dalle norme, ma anche di integrazione, dove il caso maggiormente auspicabile è divenuto quello in cui vi sia collaborazione tra soggetti di una medesima area “denominata” e “marchiata” collettivamente.

Partendo da un caso concreto, il terzo capitolo ha permesso di porre in luce alcuni elementi di criticità nell’apparato istituzionale che ha tradotto il *terroir* giuridico; su tutti: l’assenza di un’attenzione alla dimensione storica, logica, fisica di ogni *terroir*, l’ambiente naturale. Il “fenomeno Prosecco” ha consentito quindi, da un lato, di analizzare in concreto le dinamiche sottostanti le ragioni d’uso di un nome geografico, dall’altro, di ragionare diffusamente sull’ampio tema, per certi versi inscindibile, della sostenibilità.

Il dato conclusivo del regolamento 1151/2012 è rappresentato dal fatto che ciò che rende, o dovrebbe contribuire a rendere peculiare il prodotto non è oggetto di norme che tutelino la preservazione, la conservazione, il miglioramento delle aree agricole e più in generale del territorio.

Rileggendo le DOP e IGP e confrontando tale regolamento con quello sul BIO si è potuta evidenziare la sproporzione, nel primo, della declinazione socio-economica della sostenibilità, scissa e resa monca nella sua parte ambientale. La natura “spuria” del regolamento 834/2007 è apparsa maggiormente rispettosa della sostenibilità, pur senza avere come fine un prodotto ad identità “territoriale”. Ci si è chiesti, allora, se le norme disciplinanti la produzione biologica potessero essere estese alle DOP e IGP. Tuttavia, pena la sovrapposizione e quindi inutilità e banalizzazione di strumenti, si è preferito optare

per una proposta, in prospettiva *de jure condendo*, di integrazione di sensibilità offerte dai sistemi socio-ecologici e in particolare dalle declinazioni della diversità alimentare. La prospettiva, sia in via di costruzione che di interpretazione della realtà giuridica, che si ritiene essere capace di esprimere questo compromesso è quella sinergica tra diritto alimentare e diritto dell'ambiente, i cui oggetti medesimi non sembrano passibili di scissione ulteriore.

Il cibo ed il suo ambiente, i prodotti di *terroir* ed il *terroir* devono essere letti e regolati unitariamente. Così come unitariamente deve essere considerato il rapporto che le società umane hanno con i sistemi naturali: l'uomo vive in essi ed ha una responsabilità attiva nei confronti delle generazioni future, secondo il celebre motto per cui “non ereditiamo la terra dai nostri antenati, la prendiamo in prestito dai nostri figli”. In questa prospettiva tecnologia ed innovazione trovano terreno fertile con cui aprire importanti tavoli di lavoro. Lungi dall'essere conservatore, il *terroir* è aperto all'evoluzione della scienza e della tecnica.

In relazione al valore della diversità, una riflessione interessante ha letto il prodotto tipico come “ossimoro”, permettendo di comprendere meglio il rapporto di tali prodotti nello scenario globale: il prodotto tipico DOP/IGP come emblema della diversità e della identità locale si è volutamente sottoposto a regole “*standards*”, omologanti per circolare nei mercati globali, perdendo, tuttavia, parte delle caratteristiche di unicità e mutevolezza intrinseche. L'ampiezza di questo “rischio” sarà pur sempre dipendente dalla convenzione di qualità così come sottoscritta nel disciplinare e alla corretta comunicazione al consumatore.

In riferimento a quest'ultimo, si è reputato di porlo in esponente, quale attore, valorizzato dalle norme, protagonista dell'attuale scenario socio-economico. La riflessione proposta come titolo e come sfondo al paragrafo, costituita dal bilanciamento tra diritto all'informazione e “diritto” alla corretta percezione, ha visto ancora una sproporzione del consumatore nel ricevere informazioni chiare, complete e correttamente interpretabili. Così si è indicato un principio giusto per il nuovo ruolo del consumatore, “maggiori onori, maggiori responsabilità”, ma non ancora pienamente esprimibile a causa di una distanza tra mondo dell'informazione e cultura nella percezione.

Infine ci si è chiesti se e come il sistema delle DOP e IGP potrebbe essere implementato con riferimento al tema ambientale: una nuova lettera i) *ex* articolo 7, regolamento 1151/2012?⁴⁸⁴ Nell'attesa di un auspicato intervento, una strada percorribile sembra essere quella di una concertazione tra i partecipanti attivi della filiera, i quali, attraverso la valorizzazione del principio di cooperazione, valorizzino il benessere del proprio *terroir*. Non mancano esempi socialmente utili e attivi che vanno in questa direzione, come testimoniato da iniziative private ed enti di tutela.

La rilettura dei segni DOP/IGP non può mancare di evidenziare, infine, qualche nota di incoerenza nell'interpretare il *terroir*. Ad esempio, alcuni rinomati prodotti trasformati

⁴⁸⁴ L'art. L 641-6, co. 3 del *Code Rural* francese potrebbe essere un valido esempio ispiratore.

insigniti della IGP paiono collegati ad una tradizionalità gastronomica che non ha nulla a che vedere con il *terroir*-naturale. In questo senso ci si chiede se non sia più corretto valorizzarli nel sistema di quei segni di qualità – STG – che esprimono proprio il carattere di garanzia di una tradizione e di un processo produttivo. Questa differente allocazione dei prodotti in diversi segni potrebbe costituire un elemento fondamentale di chiarezza anche agli occhi del consumatore, così da renderlo più consapevole nelle proprie scelte.

Concludendo, parlare di *terroir* oggi, in un momento storico, sociale ed economico di grande difficoltà a causa della scarsità di risorse, della infertilità dei terreni, dovuta ad un uso poco consapevole degli stessi in una logica di fredda utilità e separatezza, degli sprechi alimentari e della diminuita sicurezza alimentare, potrebbe apparire anacronistico. Ci sono Paesi dove il problema del *terroir* viene addirittura negato, anzi, nemmeno esiste. Ma, in realtà, poter scrivere e ragionare sul *terroir* come concetto giuridico ha un senso proprio per riflettere sullo stato del diritto alimentare nel XXI° secolo, per meglio comprendere quanta strada questa scienza sociale abbia compiuto e come gli strumenti giuridici siano in costante tensione, all'avanguardia nel tentare di interpretare, rispondere, ragionare sui problemi che il mondo pone.

Il *terroir*, inteso come vera passione, non si ferma qui. Il presente contributo ha voluto stimolare la conoscenza sulle opportunità che tale passione offre al ricercatore, all'imprenditore e al singolo cittadino che vuole essere protagonista delle sue scelte alimentari.⁴⁸⁵

⁴⁸⁵ Come disse Chamfort: “le passioni fanno vivere l'uomo, la saggezza lo fa soltanto vivere a lungo”.

BIBLIOGRAFIA

ADORNATO F., *Le “declinazioni della qualità”: una nota introduttiva*, in *Rivista di diritto alimentare*, 3, 2009

ALBISINNI F., *Continuiamo a farci del male: la Corte Costituzionale e il Made in Lazio*, in *Diritto e giurisprudenza agraria, alimentare e dell'ambiente*, 9, 2012

ALBISINNI F., *Dalla legislazione al diritto alimentare: tre casi*, in *Rivista di diritto alimentare*, 1, 2007

ALBISINNI F., *Il territorio come regola? In I segni del territorio. L'identità agraria come regola e come risorsa, nello spazio rurale e nel mercato globalizzato*, in *Quaderni dell'Accademia dei Georgofili*, 1999-III, Firenze, 2000,

ALBISINNI F., *L'aceto balsamico di Modena, il torrone di Alicante e la birra di Warstein (denominazioni geografiche e regole del commercio alimentare)*, in *Rivista di diritto agrario, Giurisprudenza*, 2, 2001

ALBISINNI F., *L'origine dei prodotti alimentari*, in A. GERMANÒ, E. ROOK BASILE (a cura di), *Il diritto alimentare tra comunicazione e sicurezza dei prodotti*, Torino, Giappichelli, 2005

ALBISINNI F., *La comunicazione al consumatore di alimenti, le disposizioni nazionali e l'origine dei prodotti*, in *Rivista di diritto agrario*, I, 2012,

ALBISINNI F., *La OCM vino: denominazioni di origine, etichettatura e tracciabilità nel nuovo disegno disciplinare europeo*, in *Agriregionieuropa*, anno 4, n. 12, 2008

ALBISINNI F., *Marchi e indicazioni geografiche: una coesistenza difficile*, in *Rivista di diritto agrario*, 2015, 434-469

ALBISINNI F., *Mercati agroalimentari e disciplini di filiera*, in *Rivista di diritto alimentare*, 1, 2014

ALBISINNI F., *Nomi geografici e marchi commerciali: regole del mercato e sistemi locali*, in *Economia e diritto agroalimentare*, 12, 2, 2007

ALBISINNI F., *Strumentario di diritto alimentare europeo*, II ed, Torino, Utet, 2015

ALBISINNI F., *Un libro verde sulla comunicazione, verso il 2013*, in *Rivista di diritto alimentare*, 1, 2009

AMOROSINO S., *La disciplina giuridica del vino: profili di diritto amministrativo*, in *Rivista di diritto alimentare*, 1, 2014

ARCHETTI G., *La civiltà del vino – Fonti, temi e produzioni dal Medioevo al Novecento*, Centro Culturale Artistico di Franciacorta e del Sebino, 2001

ARFINI F., *Il nuovo Pacchetto Qualità: uno strumento (potenziale) a supporto delle politiche di sviluppo rurale*, in *Agriregionieuropa*, anno 9, n. 35, 2013

ARFINI F., BELLETTI G., MARESCOTTI A., *Prodotti tipici e denominazioni geografiche. Strumenti di tutela e valorizzazione*, Gruppo 2013, Roma, Tellus, 2010

AUTERI P., *Indicazioni geografiche, disciplina delle pratiche commerciali scorrette e concorrenza sleale*, in *Studi in onore di Paola A.E. Frassi*, Milano, Giuffrè, 2010

- BARHAM E., *Translating terroir: the global challenge of French AOC labeling*, in *Journal of Rural Studies*, 19, 2003
- BEEBE B., *Intellectual Property Law and the Sumptuary Code*, in *Harvard Law Review*, Vol 123, No. 4, (2010), 809-889
- BELLETTI G., *Ruralità e turismo*, in *Agriregionieuropa*, anno 6, n. 20, 2010
- BÉRARD L., MARCHENAY P., *Lieux, temps et preuves. La construction sociale des produits de terroir*, in *Terrain* [en ligne], 24/1995, consultabile all'indirizzo: <<http://terrain.revues.org/3128>>
- BODIN F., *Contribution à l'étude du terroir viticole en Anjou. Approche utilisant un modèle de terrain et une enquête auprès des vignerons*. Thèse, Angers (FRA), Université d'Angers, 2003
- BOKULICH N.A., THORNGATE J.H., RICHARDSON P.M., MILLS D.A., *Microbial biogeography of wine grapes is conditioned by cultivar, vintage, and climate*, in *PNAS*, 2013
- BONA, RUMIATI R., *Psicologia cognitiva per il diritto. Ricordare, pensare, decidere nell'esperienza forense*, Bologna, il Mulino, 2013
- BORGHI P., *I requisiti di tutela dei prodotti di qualità*, in *Rivista di diritto alimentare*, 2, 2009
- BORGHI P., *L'insostenibile leggerezza delle versioni linguistiche: condizionamento e confezionamento dei prodotti DOP e IGP nel recente regolamento UE n. 1151/2012*, in *Rivista di diritto alimentare*, 3, 2013
- BORGHI P., *L'origine dei prodotti alimentari nell'accordo Trips*, in *Tracciabilità ed etichettatura degli alimenti. Partecipazione e sicurezza*, in *Quaderni dell'Accademia dei Georgofili*, 2011-VII, Firenze, Polistampa, 2012
- BORRACCETTI M., *La tutela del vino di qualità può ammettere una deroga al divieto di misure di effetto equivalente: il caso Rioja*, in *Rivista di diritto agrario*, II, 2000
- BOURGUIGNON C., L., *Il suolo, un patrimonio da salvare*, Bra, Slow Food Editore, 2004
- BROUDE T., *Taking "Trade and Culture" Seriously: Geographical Indications and Cultural Protection in WTO Law*, in *University of Pennsylvania Journal of International Law*, 26, 4, 623 (2005)
- CANFORA I., *Il caso "Parmigiano reggiano": denominazioni di origine composte e strumenti di tutela tra competenze nazionali e diritto comunitario*, in *Rivista di diritto agrario*, II, 2008
- CANFORA I., *La tutela delle indicazioni geografiche di qualità ai margini della normativa comunitaria sulle denominazioni di origine e indicazioni geografiche protette*, in G. RESTA (a cura di), *Diritti esclusivi e nuovi beni immateriali*, Torino, Utet, 2011
- CAPELLI F., *Il Regolamento (UE) n. 1151/2012 sui regimi di qualità dei prodotti agro-alimentari: luci ed ombre*, in *Rivista di diritto alimentare*, 1, 2014
- CAPUZZI G., *Indicazioni geografiche e tutela della qualità agro-alimentare*, in *Studi in onore di Paola A.E. Frassi*, Milano, Giuffrè, 2010
- CASTELLI G., *La protezione ex officio delle DOP e IGP dei prodotti agricoli ed alimentari*, in *Rivista di diritto agrario*, 1, 2013

CHARTERS S., *Marketing terroir: A conceptual approach*, Refereed paper, 5th International Academy of Wine Business Research Conference, Auckland 8-10 Feb. 2010

CHIODO E., *Vino: cosa cambia con DOP e IGP al posto di DOC e IGT?*, in *Agriregionieuropa*, anno 4, n. 15, 2008

COLUMELLA L.I.M., *De re rustica*; ed. it. *L'arte dell'agricoltura*, trad. di Rosa Calzecchi Onesti, Einaudi, 2010

COPPOLA N., *Lo studio della questione della competenza degli Stati membri in materia di IG agroalimentari da parte dei membri AIDA: lezioni e sviluppi*, in *Rivista di diritto alimentare*, 1, 2015

COPPOLA N., *Tutela delle indicazioni geografiche e scambi internazionali: fra nomi di dominio e free trade agreements*, in *Rivista di diritto alimentare*, 4, 2013

COSTANTINI C., *Spazialità, geografie politiche e rappresentazioni giuridiche*, in *Polemos*, 2010

COSTANTINI E.A.C., BUCELLI P., *Suolo, vite ed altre colture di qualità: l'introduzione e la pratica dei concetti "terroir" e "zonazione"*, in *Italian Journal of Agronomy, An International Journal of Agroecosystem Management*, Vol. 3, No. 1, 2008

COSTATO L., *Agricoltura, ambiente e alimentazione nell'evoluzione del diritto dell'Unione europea*, in *Rivista di diritto agrario*, 2015, 2

COSTATO L., *Diritto alimentare, mercati e studi giuridici*, in *Rivista di diritto alimentare*, 2, 2014

COSTATO L., *Il nuovo titolo dedicato all'agricoltura nel TFUE*, in *Rivista di diritto agrario*, 2, 2011

COSTATO L., *L'agricoltura, cenerentola d'Europa*, in *Rivista di diritto agrario*, 2, 2013

COSTATO L., *OGM che passione*, in *Rivista di diritto alimentare*, 1, 2015

COSTATO L., *Prodotti agricoli ed alimentari e studio del diritto alimentare*, in *Rivista di diritto alimentare*, 3, 2014

COSTATO L., *Tracciabilità e territorio: il confezionamento delle DOP e IGP*, in *Diritto e giurisprudenza agraria, alimentare e dell'ambiente*, 2003

CROSS R., PLANTINGA A.J., STAVINS R.N., *What is the Value of Terroir?*, in *The American Economic Review*, 101, 3 (2011)

DE CASTRO P., ADINOLFI F., DI PASQUALE J., CAPTANIO F., *PAC post 2013. Alla ricerca di un trade off tra funzione economica e funzione ambientale*, in *Rivista di Economia Agraria*, n. 1, 2012

DEMOSSIER M., *Beyond terroir: territorial construction, hegemonic discourses, and French wine culture*, in *Journal of the Royal Anthropological Institute*, 17, 2011

DI CATALDO V., *Liti fra birrai, marchi e denominazioni di origine: evoluzioni del linguaggio e mutamenti dei prodotti*, in *Giurisprudenza commerciale*, II, 2014

FERRARI M., *Denominazione d'origine e prodotti agricoli*, in R. SACCO (a cura di), *DIGESTO delle Discipline Privatistiche*, Utet, 2012

FERRARI M., *Il nesso fra origine geografica e qualità dei prodotti agroalimentari: i diversi modelli*

di tutela europei e nordamericani, in *Rivista di diritto agrario*, 2014

FERRARI M., *Il territorio nelle denominazioni geografiche: spunti comparatistici* (Nota a Cons. Stato, Sez. III, 23 ottobre 2014, n. 5224), in *Il Foro Italiano*, III, 2015

FERRARI M., *La dimensione proprietaria delle indicazioni geografiche. Uno studio di diritto comparato*, in *Collana della Facoltà di giurisprudenza dell'Università degli Studi di Trento*, Napoli, Editoriale Scientifica, 2015

FERRARI M., *The narratives of geographical indications*, in *International Journal of Law in Context*, Vol 10, 2, 2014, 222-248

FERRARI M., *The regulation of Geographical Indications in the Wine Sector*, in *Social Science Research Network Electronic Library, Working Paper Series*, 2009

FERRARI M., IZZO U., *Diritto alimentare comparato. Regole del cibo e ruolo della tecnologia*, Bologna, Il mulino, 2012

FERRARI M., IZZO U., *Intorno al concetto di sostenibilità nel diritto alimentare*, in *Eticaeconomia*, Menabò n. 37, 2016, in <http://www.eticaeconomia.it/intorno-al-concepto-di-sostenibilita-nel-diritto-alimentare/>

FLORIDIA G., *La disciplina del "made in Italy": analisi e prospettive*, in *Diritto Industriale*, 4, 2010

FRANCESCHELLI V., *"Made in Italy" much ado about nothing*, in *Studi in onore di Paola A.E. Frassi*, Milano, Giuffrè, 2010

FREGONI M., *L'humus e il terroir*, in *VQ. Vite, vino & qualità*, 2010

GADE D. W., *Tradition, Territory, and Terroir in French Viniculture: Cassis, France, and Appellation Controlée*, in *Annals of the Association of American Geographers*, Vol. 94, No. 4 (Dec., 2004), pp. 848-867

GALLI C., *I segni geografici sul mercato globale: convergenze e conflitti*, *Relazione del Convegno "Nutrire il mondo, tutelare la qualità"*, Milano 20-21 maggio 2015

GALLI F., *Una DOP per quali obiettivi? Le aspettative dei diversi portatori di interesse*, in *Agriregionieuropa*, anno 7, n. 25, 2011

GAMACHE B., *Les marques géographiques: un survol du terroir*, in *8 Les cahiers de propriété intellectuelle*, 1996

GENCARELLI F., *Il caso "parmigiano": la responsabilità degli Stati nella tutela delle DOP e IGP tra interventi legislativi e giurisprudenziali*, in *Diritto dell'Unione europea*, 2008

GERMANÒ A., *Gli Stati membri hanno l'obbligo di difendere di ufficio le denominazioni geografiche protette?*, in *Diritto e giurisprudenza agraria, alimentare e dell'ambiente*, 2008

GERMANÒ A., *La disciplina dei vini dalla produzione al mercato*, in *Rivista di diritto alimentare*, 2, 2007

GERMANÒ A., *La qualità dei prodotti agro-alimentari secondo la Comunità europea*, in *Rivista di diritto agrario*, I, 2009

GERMANÒ A., *La regolazione dell'origine e della provenienza nel mercato globale*, in M. GOLDONI, E. SIRSI (a cura di), *Il ruolo del diritto nella valorizzazione e nella promozione dei*

- prodotti agro-alimentari, Atti del Convegno Pisa 1-2 luglio*, Giuffrè, 2010
- GERMANÒ A., *Le indicazioni geografiche nell'accordo Trips*, in *Rivista di diritto agrario*, 3, 2000
- GERMANÒ A., *Le politiche europee della qualità alimentare*, in *Rivista di diritto alimentare*, 3, 2009
- GERMANÒ A., RAGIONIERI M.P., ROOK BASILE E., *Diritto agroalimentare. Le regole del mercato degli alimenti e dell'informazione alimentare*, Torino, Giappichelli, 2014
- GLADSTONE J., *Wine, Terroir and Climate Change*, Adelaide: Wakefield Press, 2007
- GRESSENI C., *Re-inventing food: Alpine cheese in the age of global heritage*, in *Patrimoines alimentaires*, 8, 2011
- HAYNES S.J., *Geology and Wine 1. Concept of Terroir and Rule of Geology*, in *Journal of the Geological Association of Canada*, 26, 4, (1999)
- HILLMAN J., *L'ANIMA dei LUOGHI*, Rizzoli, 2004
- HUGGETT J.M., *Geology and wine: a review*, in *Proceedings of the Geologists' Association*, 2006
- Il cibo e il vino*, AIS, Milano, 2014
- Il mondo del sommelier*, AIS, Milano, 2013
- Il vino italiano*, AIS, Milano, 2010
- Il vino nel mondo*, AIS, Milano, 2014
- IZZO U., *Alle origini del copyright e del diritto d'autore. Tecnologia, interessi e cambiamento giuridico*, Roma, Carocci, 2010
- JANNARELLI A., *I prodotti agricoli tra alimenti e merci: alle radici moderne dell'“eccezionalità agricola”*, in *Rivista di diritto agrario*, 2013, 405-438
- JANNARELLI A., *“Proprietà”, “immateriale”, “atipicità”: i nuovi scenari di tutela*, in G. RESTA (a cura di), *Diritti esclusivi e nuovi beni immateriali*, Torino, Utet, 2011
- JOHNSON H., *Il vino. Storia, tradizioni, cultura*, Muzzio, Padova, 1993
- JOSLING T., *The war on terroir: geographical indications as a transatlantic trade conflict*, in *Journal of Agricultural Economics*, Vol. 57, No. 3, (2006)
- LATTANZI P., *Denominazione d'origine protetta e marchio collettivo geografico: il caso del «grana padano»*, in *Rivista di diritto agrario*, 2002
- LENGLET F., *Influence of terroir products meaning on consumer's expectation and likings*, in *Food Quality and Preference*, 32, 264 (2014)
- LIBERTINI M., *L'informazione sull'origine dei prodotti nella disciplina comunitaria*, in *Rivista di Diritto Industriale*, 6, 2010
- LOSAVIO C., *Il consumatore di alimenti nell'Unione europea e il suo diritto ad essere informato*, Milano, Giuffrè, 2007
- LUCIFERO N., *Il territorio: rapporto tra regole del produrre e regole del vendere*, in A. GERMANÒ, E. ROOK BASILE (a cura di), *Il diritto alimentare tra comunicazione e sicurezza*

dei prodotti, Torino, Giappichelli, 2005

LUPO A., *Sostenibilità del settore agro-alimentare, biotecnologie e food safety nell'Unione Europea: il paradigma degli organismi geneticamente modificati*, in *Rivista quadrimestrale di diritto dell'ambiente*, n. 1, 2015

MAGELLI S., *Denominazioni d'origine: profili di concorrenza con il diritto dei segni distintivi*, in *Il diritto industriale*, 2, 2011

MAGELLI S., *Made in Italy in Cina*, in *Il diritto Industriale*, 3, 2014

MALTMAN, A., *Minerality in wine: a geological perspective*, in *Journal of Wine Research*, 24(3), 169-181, 2013

MARESCOTTI A., *Il ruolo del disciplinare di produzione nella costruzione dei legami tra prodotti DOP e IGP e sviluppo rurale*, in *Agriregionieuropa*, 20, 2010

MARESCOTTI A., *Prodotti tipici e sviluppo rurale alla luce della teoria economica delle convenzioni*, in E. Basile, D. Romano (Eds.), *Sviluppo Rurale: società, territorio, impresa, (atti del Congresso SIDEA, Firenze, 5 maggio 2000)*, Milano, Franco Angeli, 2001

MASINI S., *Sull'imbottigliamento in zona d'origine: conflitto di filiera e modello di sviluppo territoriale*, in *Rivista di diritto alimentare*, 2, 2012

MASTRONARDI L., GIACCIO V., GIANNELLI A., SCARDERA A., *Agriturismo e sostenibilità ambientale. Primi risultati di un'analisi aziendale*, in *Agriregionieuropa*, anno 11, n. 40, 2015

McGOVERN P.E., *L'archeologo e l'uva. Vite e vino dal Neolitico alla Grecia arcaica*, Carocci, Roma, 2004

MIGNELLA CALVOSA F., PILOZZI F., TOTAFORTI S., *Disarticolazione del rapporto terra-uomo-cibo e politiche dell'alimentazione*, in *Rivista quadrimestrale di diritto dell'ambiente*, n. 1, 2015

MINELLI M., *L'uso di prodotti DOP e IGP come componenti*, in *Rivista di diritto alimentare*, 1, 2014

MONTANARI M., *I racconti della tavola*, Roma, Laterza, 2014

MONTANARI M., *Il cibo come cultura*, Roma, Bari, Laterza, 2006

MONTEDURO M., *Diritto dell'ambiente e diversità alimentare*, in *Rivista quadrimestrale di diritto dell'ambiente*, n. 1, 2015

MORLAT R., BARBEAU G., ASSELIN C., *Facteurs naturels et humains des terroirs viticoles français: méthode d'étude et valorisation Études et Recherches sur les Systèmes Agraires et le Développement*, INRA Editions, 2001, 111-127

NORBERG-SHULZ C., *Genius Loci*, Milano, Mondadori Electa, 2011

PAGANIZZA V., *La Direttiva (UE) 2015/412 dell'11 marzo 2015 e la possibilità per gli Stati membri di limitare o vietare la coltivazione di OGM sul loro territorio*, in *Rivista di diritto alimentare*, 1, 2015

PAPA C., *Il prodotto tipico come ossimoro: il caso dell'olio extravergine d'oliva umbro*, in V. SINISCALCHI (a cura di), *Frammenti di economie. Ricerche di antropologia economica in Italia*,

Cosenza, Pellegrini, 2002, 159

PARRY B., *Geographical Indications: Not All 'Champagne and Roses'*, in L. BENTLY, J. DAVIS, J.C. GINSBURG (eds.), *Trade Marks and Brands. An Interdisciplinary Critique*, Cambridge, 2008

PASCUZZI G., *Cercare il diritto*, Bologna, Zanichelli, 2005

PASCUZZI G., *Giuristi si diventa. Come riconoscere e apprendere le abilità proprie delle professioni legali*, Bologna, il Mulino, 2008

PASCUZZI G., *La creatività del giurista: tecniche e strategie dell'innovazione giuridica*, Bologna, Zanichelli, 2013

PENCARELLI T., FRANCH M., DE SALVO P., CALZATI V., SPLENDIANI S., *La valorizzazione del territorio in ottica esperienziale attraverso i percorsi del tipico: riflessioni teoriche ed evidenze empiriche in Italia*, in *The firms role in the economy. Does a growth oriented business model exists?*, Bari: Cacucci Editore, 2013

PETRINI C., *Il valore delle economie locali e la centralità delle comunità del cibo per una agricoltura buona, pulita e giusta*, in *Rivista di Economia Agraria*, n. 3, 2012

PEZZOTTI M., ET AL., *Il terroir interpretato attraverso l'espressione del genoma della vite*, in *Giornata di studio: Eccellenza del vino e territorio*, Accademia dei Georgofili, Firenze, 6 novembre 2013

RAUSTIALA K., MUNZER S.R., *The Global Struggle over Geographic Indications*, in *The European Journal of International Law*, 18, 2, (2007)

RESTA G., *Nuovi beni immateriali e numerus clausus dei diritti esclusivi*, in G. RESTA (a cura di), *Diritti esclusivi e nuovi beni immateriali*, Torino, Utet, 3, 2011

RINELLA A., "Food Sovereignty", in *Rivista quadrimestrale di diritto dell'ambiente*, 1, 2015

ROCKSTRÖM J. ET AL., *Planetary boundaries: exploring the safe operating space for humanity*, in *Ecology and Society*, Vol. 14, Issue 2, art. 32, 2009

ROSSI G., *Diritto dell'ambiente e diritto dell'alimentazione*, in *Rivista quadrimestrale di diritto dell'ambiente*, 1, 2015

ROULLIER-GALL C., BOUTEGRABET L., GOUGEON R., SCHMITT-KOPPLIN P., *A grape and wine chemodiversity comparison of different appellations in Burgundy: Vintage vs terroir effects*, in *Food chemistry*, 152, 100, 2014

RUBINO V., *La protezione delle denominazioni geografiche dei prodotti alimentari nell'Unione europea dopo il regolamento 1151/2012 UE*, in *Rivista di diritto alimentare*, 4, 2013

SACCO R., *Introduzione al diritto comparato*, Torino, Utet, V Edizione, 2004

SACCO R., *Sistemi giuridici comparati*, Torino, Utet, III Edizione, 2008

SALVATI L., ZITTI M., *Eco-sostenibilità dell'agricoltura e spazio rurale: profili territoriali di vulnerabilità al degrado delle terre*, in *Rivista di Economia Agraria*, n. 1, 2013

SALVI L., *Tutela dei vini Dop e Igp: procedimento di modifica del disciplinare e valorizzazione del legame col territorio*, in *Rivista di diritto alimentare*, 3, 2014

SARTI D., *Le indicazioni di origine geografica: storia, questioni terminologiche e proposte*

interpretative, in *Studi in onore di Paola A.E. Frassi*, Milano, Giuffrè, 2010

SCIAUDONE A., *Le regole dell'UE in tema di qualità dei prodotti agroalimentari e il commercio con i paesi terzi*, in *Rivista di diritto dell'ambiente*, 4, 2010

STANZIANI A., *Informazione, «expertise» e qualità dei prodotti in Francia (1871-1914)*, in *Quaderni Storici*, vol. 37, no. 111 (3), 2002, 681-717

STANZIANI A., *La falsification du vin en France, 1880-1905: un cas de fraude agroalimentaire*, in *Revue d'histoire moderne et contemporaine*, 2, 2003, 154-186

STANZIANI A., *Wine Reputation and Quality Controls: The Origin of the AOCs in 19th Century France*, in *European Journal of Law and Economics*, 18, 2004

STARA P., *Il discorso del vino. Origine, identità e qualità come problemi storico-sociali*, Milano: zero in condotta (2013)

STRAMBI G., *I prodotti tradizionali e la politica di qualità dell'Unione europea*, in *Rivista di diritto alimentare*, 1, 2010,

TAYLOR M.W., TSAI P., ANFANG N., ROSS H.A., GODDARD M.R., *Pyrosequencing reveals regional differences in fruit-associated fungal communities*, in *Environmental Microbiology*, 16 (9), 2014, 2848-2858

TEIL G., HANSEN J., GRANT L.L., *No Such Thing as Terroir? Objectivities and the Regimes of Existence of Objects*, in *Science, Technology, & Human Values*, Vol. 37, No. 5 (September 2012), 478-505

TOMMASINI A., *Proprietà privata, sicurezza agroalimentare e tutela ambientale (a proposito della gestione dei siti contaminati)*, in *Rivista di diritto alimentare*, 1, 2015

TRAPÈ I., *I segni del territorio. Profili giuridici delle indicazioni di origine dei prodotti agroalimentari tra competitività, interessi dei consumatori e sviluppo rurale*, Milano, Giuffrè, 2012

TRUBEK A.B., *The taste of place: A cultural journey into terroir*, London: University of California Press., (2008)

TRUBEK A.B., *Place matters*, in C. KORSMEYER (ed.) *The taste culture reader: experiencing food and drink*, Oxford, 2005

TRUCHE M., REBOUD S., *L'enfermement stratégique de l'entreprise de terroir: une étude de cas*, in 10 ième CIFEPME – Bordeaux, Association Internationale de Recherche en Entrepreneuriat et PME, 2010 (link: <http://airepme.org/index.php?action=section&id=449&lang=fr>)

UNWIN T., *Storia del vino. Geografie, culture e miti dall'antichità ai giorni nostri*, Donzelli, Roma, 1993

VAN LEEUWEN C., SEGUIN G., *The Concept of Terroir in Viticulture*, in *Journal of Wine Research*, 1, 2006

VANZETTI A., DI CATALDO V., *Manuale di diritto industriale*, Milano, 2012

VETTOREL A., *L'indicazione obbligatoria relativa al Paese d'origine o al luogo di provenienza degli alimenti: quale informazione?*, in *Rivista di diritto alimentare*, 2, 2014

VAUDOUR E., *I terroir. Definizioni, caratterizzazione e protezione*, Edagricole, Bologna,

2005

WILSON J.E., *The Origin and Odyssey of Terroir, Geology and Wine 4*, in *Journal of the Geological Association of Canada*, 28, 3, (2001)

WILSON J.E., *TERROIR: terroir (tair-whar) a French term meaning total elements of the vineyard*, University of California Press; San Francisco: Wine Appreciation Guild, Berkeley (1999)

The Student Paper Series of the Trento LawTech Research Group is published since 2010

<http://www.lawtech.jus.unitn.it/index.php/student-paper-series?start=1>

Freely downloadable papers already published:

STUDENT PAPER N. 33

La gravità del fatto nella commisurazione del danno non patrimoniale: una indagine (anche) nella giurisprudenza di merito

DAVIDE MARISELLI (2017), *La gravità del fatto nella commisurazione del danno non patrimoniale: una indagine (anche) nella giurisprudenza di merito*, Trento Law and Technology Research Group. Student Paper Series; 33. Trento: Università degli Studi di Trento. ISBN: 978-88-8443-728-0

STUDENT PAPER N. 32

«Edible Insects»: L'entomofagia nel quadro delle nuove regole europee sui novel foods

TASINI FEDERICO (2016), «Edible Insects»: *L'entomofagia nel quadro delle nuove regole europee sui novel foods*, Trento Law and Technology Research Group. Student Paper Series; 32. Trento: Università degli Studi di Trento. ISBN: 978-88-8443-709-9

STUDENT PAPER N. 31

L'insegnamento dello sci: responsabilità civile e assicurazione per i danni ad allievi e terzi

TAUFER FRANCESCO (2016) *L'insegnamento dello sci: responsabilità civile e assicurazione per i danni ad allievi e terzi*, Law and Technology Research Group. Student Paper Series; 31. Trento: Università degli Studi di Trento. ISBN 978-88-8443-697-9

STUDENT PAPER N. 30

Incrocio tra Contratti e Proprietà Intellettuale nella Innovazione scientifica e tecnologica: il Modello del Consortium Agreement europeo

MAGGIOLO ANNA (2016), Incrocio tra Contratti e Proprietà Intellettuale nella Innovazione scientifica e tecnologica: il Modello del Consortium Agreement europeo, Trento Law and Technology Research Group. Student Paper Series; 30. Trento: Università degli Studi di Trento. ISBN: 978-88-8443-696-2

STUDENT PAPER N. 29

La neutralità della rete

BIASIN ELISABETTA (2016) La neutralità della rete, Law and Technology Research Group. Student Paper Series; 29. Trento: Università degli Studi di Trento. ISBN 978-88-8443-693-1

STUDENT PAPER N. 28

Negotiation Bases and Application Perspectives of TTIP with Reference to Food Law

ACERBI GIOVANNI (2016) Negotiation Bases and Application Perspectives of TTIP with Reference to Food Law. The Trento Law and Technology Research Group. Student Paper Series; 28. Trento: Università degli Studi di Trento. ISBN 978-88-8443-563-7

STUDENT PAPER N. 27

Privacy and Health Data: A Comparative analysis

FOGLIA CAROLINA (2016) Privacy and Health Data: A Comparative analysis. The Trento Law and Technology Research Group. Student Paper Series; 27. Trento: Università

STUDENT PAPER N. 26

Big Data: Privacy and Intellectual Property in a Comparative Perspective

SARTORE FEDERICO (2016) Big Data: Privacy and Intellectual Property in a Comparative Perspective. The Trento Law and Technology Research Group. Student Paper Series; 26. Trento: Università degli Studi di Trento. ISBN 978-88-8443-534-7

STUDENT PAPER N. 25

Leggere (nel)la giurisprudenza: 53 sentenze inedite in tema di responsabilità civile nelle analisi di 53 annotatori in formazione = Reading (in) the caselaw: 53 unpublished judgements dealing with civil liability law analyzed with annotations and comments by 53 students during their civil law course.

REMO ANDREOLLI, DALILA MACCIONI, ALBERTO MANTOVANI, CHIARA MARCHETTO, MARIASOLE MASCHIO, GIULIA MASSIMO, ALICE MATTEOTTI, MICHELE MAZZETTI, PIERA MIGNEMI, CHIARA MILANESE, GIACOMO MINGARDO, ANNA LAURA MOGETTA, AMEDEO MONTI, SARA MORANDI, BENEDETTA MUNARI, EDOARDO NADALINI, SERENA NANNI, VANIA ODORIZZI, ANTONIA PALOMBELLA, EMANUELE PASTORINO, JULIA PAU, TOMMASO PEDRAZZANI, PATRIZIA PEDRETTI, VERA PERRICONE, BEATRICE PEVARELLO, LARA PIASERE, MARTA PILOTTO, MARCO POLI, ANNA POLITO, CARLO ALBERTO PULEJO, SILVIA RICCAMBONI, ROBERTA RICCHIUTI, LORENZO RICCO, ELEONORA RIGHI, FRANCESCA RIGO, CHIARA ROMANO, ANTONIO ROSSI, ELEONORA ROTOLA, ALESSANDRO RUFFINI, DENISE SACCO, GIULIA SAKAZI, CHIARA SALATI, MATTEO SANTOMAURO, SILVIA SARTORI, ANGELA SETTE, BIANCA STELZER, GIORGIA TRENTINI, SILVIA TROVATO, GIULIA URBANIS, MARIA CRISTINA URBANO, NICOL VECCARO, VERONICA VILLOTTI, GIULIA VISENTINI, LETIZIA ZAVATTI, ELENA ZUCCHI (2016) Leggere (nel)la giurisprudenza: 53 sentenze inedite in tema di responsabilità civile nelle analisi di 53 annotatori in formazione = Reading (in) the caselaw: 53 unpublished judgements dealing with civil liability law analyzed with annotations and comments by 53 students during their civil law course. The Trento Law and Technology Research Group. Student Paper Series; 25. Trento: Università degli Studi di Trento. ISBN 978-88-8443-664-1

STUDENT PAPER N. 24

La digitalizzazione del prodotto difettoso: stampa 3D e responsabilità civile= The Digital Defective Product: 3D Product and Civil Liability

CAERAN, MIRCO (2016) La digitalizzazione del prodotto difettoso: stampa 3D e responsabilità civile= The Digital Defective Product: 3D Product and Civil Liability. The Trento Law and Technology Research Group. Student Papers Series; 24. Trento: Università degli Studi di Trento. ISBN 978-88-8443-663-4

STUDENT PAPER N. 23

La gestione della proprietà intellettuale nelle università australiane = Intellectual Property Management in Australian Universities

CHIARUTTINI, MARIA OTTAVIA (2015) La gestione della proprietà intellettuale nelle università australiane = Intellectual Property Management in Australian Universities. The Trento Law and Technology Research Group. Student Papers Series; 23. Trento: Università degli Studi di Trento. ISBN 978-88-8443-626-9

STUDENT PAPER N. 22

Trasferimento tecnologico e realtà locale: vecchie problematiche e nuove prospettive per una collaborazione tra università, industria e territorio = Technology Transfer and Regional Context: Old Problems and New Perspectives for a Sustainable Co-operation among University, Entrepreneurship and Local Economy

CALGARO, GIOVANNI (2014) Trasferimento tecnologico e realtà locale: vecchie problematiche e nuove prospettive per una collaborazione tra università, industria e territorio. The Trento Law and Technology Research Group. Student Papers Series; 22. Trento: Università degli Studi di Trento. ISBN 978-88-8443-525-5

STUDENT PAPER N. 21

La responsabilità dell'Internet Service Provider per violazione del diritto d'autore: un'analisi comparata = Internet Service Provider liability and copyright infringement: a comparative analysis.

IMPERADORI, ROSSELLA (2014) La responsabilità dell'Internet Service Provider per violazione del diritto d'autore: un'analisi comparata. The Trento Law and Technology Research Group. Student Papers Series; 21. Trento: Università degli Studi di Trento. ISBN

STUDENT PAPER N. 20

Open innovation e patent: un'analisi comparata = Open innovation and patent: a comparative analysis

PONTI, STEFANIA (2014) Open innovation e patent: un'analisi comparata. The Trento Law and Technology Research Group. Student Papers Series; 20. Trento: Università degli Studi di Trento. ISBN 978-88-8443-573-6

STUDENT PAPER N. 19

La responsabilità civile nell'attività sciistica = Ski Accidents and Civil Liability

CAPPA, MARISA (2014) La responsabilità civile nell'attività sciistica = Ski Accidents and Civil Liability. The Trento Law and Technology Research Group. Student Papers Series; 19. Trento: Università degli Studi di Trento. ISBN 978-88-8443-548-4

STUDENT PAPER N. 18

Biodiversità agricola e tutela degli agricoltori dall'Hold-Up brevettuale: il caso degli OGM = Agricultural Biodiversity and the Protection of Farmers from Patent Hold-Up: The Case of GMOs

TEBANO, GIANLUIGI (2014) Biodiversità agricola e tutela degli agricoltori dall'Hold-Up brevettuale: il caso degli OGM. The Trento Law and Technology Research Group. Student Papers Series; 18. Trento: Università degli Studi di Trento. ISBN 978-88-8443-527-9

STUDENT PAPER N. 17

Produrre e nutrirsi "bio": analisi comparata del diritto degli alimenti biologici = Producing and Eating "Bio": A Comparative Analysis of the Law of Organic Food

MAFFEI, STEPHANIE (2013) Produrre e nutrirsi "bio" : analisi comparata del diritto degli alimenti biologici. The Trento Law and Technology Research Group. Student Paper

STUDENT PAPER N. 16

La tutela delle indicazioni geografiche nel settore vitivinicolo: un'analisi comparata = The Protection of Geographical Indications in the Wine Sector: A Comparative Analysis

SIMONI, CHIARA (2013) La tutela delle indicazioni geografiche nel settore vitivinicolo: un'analisi comparata. The Trento Law and Technology Research Group. Student Papers Series; 16. Trento: Università degli Studi di Trento.

STUDENT PAPER N. 15

Regole di sicurezza e responsabilità civile nelle attività di mountain biking e downhill montano

SALVADORI, IVAN (2013) Regole di sicurezza e responsabilità civile nelle attività di mountain biking e downhill montano. Trento Law and Technology Research Group. Student Paper; 15. Trento: Università degli Studi di Trento.

STUDENT PAPER N. 14

Plagio, proprietà intellettuale e musica: un'analisi interdisciplinare

VIZZIELLO, VIVIANA (2013) Plagio, proprietà intellettuale e musica: un'analisi interdisciplinare. Trento Law and Technology Research Group. Student Paper; 14. Trento: Università degli Studi di Trento.

STUDENT PAPER N.13

The Intellectual Property and Open Source Approaches to Biological Material

CARVALHO, ALEXANDRA (2013) The Intellectual Property and Open Source Approaches to Biological Material. Trento Law and Technology Research Group. Student Paper Series; 13. Trento: Università degli Studi di Trento.

STUDENT PAPER N.12

Per un'archeologia del diritto alimentare: 54 anni di repertori giurisprudenziali sulla sicurezza e qualità del cibo (1876-1930)

TRESTINI, SILVIA (2012) Per un'archeologia del diritto alimentare: 54 anni di repertori giurisprudenziali sulla sicurezza e qualità del cibo (1876-1930) = For an Archeology of Food Law: 54 Years of Case Law Collections Concerning the Safety and Quality of Food (1876-1930). The Trento Law and Technology Research Group. Student Papers Series, 12.

STUDENT PAPER N.11

Dalle Alpi ai Pirenei: analisi comparata della responsabilità civile per attività turistico-ricreative legate alla montagna nel diritto italiano e spagnolo

PICCIN, CHIARA (2012) Dalle Alpi ai Pirenei: analisi comparata della responsabilità civile per attività turistico-ricreative legate alla montagna nel diritto italiano e spagnolo = From the Alps to the Pyrenees: Comparative Analysis of Civil Liability for Mountain Sport Activities in Italian and Spanish Law. The Trento Law and Technology Research Group. Student Papers Series, 11

STUDENT PAPER N.10

Copynorms: Norme Sociali e Diritto d'Autore

PERRI, THOMAS (2012) Copynorms: Norme Sociali e Diritto d'Autore = Copynorms: Social Norms and Copyright. Trento Law and Technology Research Group. Students Paper Series, 10

STUDENT PAPER N. 9

L'export vitivinicolo negli Stati Uniti: regole di settore e prassi contrattuali con particolare riferimento al caso del Prosecco

ALESSANDRA ZUCCATO (2012), L'export vitivinicolo negli Stati Uniti: regole di settore e prassi contrattuali con particolare riferimento al caso del Prosecco = Exporting Wines to the United States: Rules and Contractual Practices with Specific Reference to the Case of Prosecco Trento: Università degli Studi di Trento (Trento Law and Technology Research Group. Students Paper Series 9)

STUDENT PAPER N.8

Equo compenso e diritto d'autore: un'analisi comparata = Fair Compensation and Author's Rights: a Comparative Analysis.

RUGGERO, BROGI (2011) Equo compenso e diritto d'autore: un'analisi comparata = Fair Compensation and Author's Rights: a Comparative Analysis. Trento: Università degli Studi di Trento (TrentoLawand Technology Research Group. Student Papers Series, 8)

STUDENT PAPER N.7

Evoluzione tecnologica e mutamento del concetto di plagio nella musica

TREVISA, ANDREA (2012) Evoluzione tecnologica e mutamento del concetto di plagio nella musica = Technological evolution and change of the notion of plagiarism in music Trento: Università degli Studi di Trento (Trento Law and Technology Research Group. Students Paper Series 7)

STUDENT PAPER N.6

Il trasferimento tecnologico università-imprese: profili giuridici ed economici

SIRAGNA, SARA (2011) Il trasferimento tecnologico università-imprese: profili giuridici ed economici = University-Enterprises Technological Transfer: Legal and Economic issues Trento: Università degli Studi di Trento (Trento Law and Technology Research Group. Students Paper Series 6)

STUDENT PAPER N.5

Conciliare la responsabilità medica: il modello "generalista" italiano a confronto col modello "specializzato" francese

GUERRINI, SUSANNA (2011) Conciliare la responsabilità medica: il modello "generalista" italiano a confronto col modello "specializzato" francese = Mediation & Medical Liability: The Italian "General Approach" Compared to the Specialized Model Applied in France Trento: Università degli Studi di Trento (Trento Law and Technology Research Group. Students Paper Series 5)

STUDENT PAPER N.4

“Gun Control” e Responsabilità Civile: una comparazione fra Stati Uniti e Italia

PODETTI, MASSIMILIANO (2011) “Gun Control” e Responsabilità Civile: una comparazione fra Stati Uniti e Italia = Gun Control and Tort Liability: A Comparison between the U.S. and Italy Trento: Università degli Studi di Trento. (Trento Law and Technology Research Group. Students Paper Series 4)

STUDENT PAPER N.3

Smart Foods e Integratori Alimentari: Profili di Regolamentazione e Responsabilità in una comparazione tra Europa e Stati Uniti

TOGNI, ENRICO (2011) Smart Foods e Integratori Alimentari: Profili di Regolamentazione e Responsabilità in una comparazione tra Europa e Stati Uniti = Smart Foods and Dietary Supplements: Regulatory and Civil Liability Issues in a Comparison between Europe and United States Trento: Università degli Studi di Trento - (Trento Law and Technology Research Group. Students Paper Series; 3)

STUDENT PAPER N.2

Il ruolo della responsabilità civile nella famiglia: una comparazione tra Italia e Francia

SARTOR, MARTA (2010) Il ruolo della responsabilità civile nella famiglia: una comparazione tra Italia e Francia = The Role of Tort Law within the Family: A Comparison between Italy and France Trento: Università degli Studi di Trento - (Trento Law and Technology Research Group. Students Paper Series; 2)

STUDENT PAPER N.1

Tecnologie belliche e danno al proprio combattente: il ruolo della responsabilità civile in una comparazione fra il caso statunitense dell’Agent

Orange e il caso italiano dell'uranio impoverito

RIZZETTO, FEDERICO (2010) Tecnologie belliche e danno al proprio combattente: il ruolo della responsabilità civile in una comparazione fra il caso statunitense dell'Agent Orange e il caso italiano dell'uranio impoverito = War Technologies and Home Soldiers Injuries: The Role of Tort Law in a Comparison between the American "Agent Orange" and the Italian "Depleted Uranium" Litigations Trento: Università degli Studi di Trento - (Trento Law and Technology Research Group. Students Paper Series; 1)