

**SUPSI**

# Le innovazioni nel processo di produzione del vino nell'area del bacino del Po

Nuove soluzioni per soddisfare le esigenze dei consumatori

---

Studente/essa

- Cesare Soldati

Relatore/trice

- Siegfried Alberton

---

Corso di laurea

- Business Administration

Indirizzo di approfondimento

- Innovation Management

---

Tesi di Master

## INDICE

<b>ABSTRACT .....</b>	<b>4</b>
<b>INTRODUZIONE .....</b>	<b>5</b>
<b>1. OBIETTIVI E METODOLOGIA DI LAVORO .....</b>	<b>8</b>
1.1 Argomento di ricerca .....	8
1.2 Obiettivi principali .....	8
1.3 Metodologia .....	8
<b>2. IL MERCATO VITIVINICOLO .....</b>	<b>10</b>
2.1 Cenni storici .....	11
2.2 Tendenze del mercato vitivinicolo mondiale .....	14
2.2.1 <i>Superfici vitate</i> .....	14
2.2.2 <i>Produzione di vino</i> .....	16
2.2.3 <i>Consumo di vino</i> .....	19
2.2.4 <i>Commercio mondiale di vino</i> .....	22
2.3 Differenze tra Vecchio Mondo e Nuovo Mondo .....	26
<b>3. L'INFLUENZA DELLE NORMATIVE SULLA POSSIBILITÀ DI INTRODURRE INNOVAZIONI NEL SETTORE VITIVINICOLO NELL'AREA DEL BACINO DEL PO .....</b>	<b>29</b>
3.1 Il vino come experience good .....	29
3.2 La tutela delle indicazioni di origine .....	31
3.3 La normativa italiana .....	32
3.4 La normativa ticinese .....	37
<b>4. LE INNOVAZIONI NEL SETTORE VITIVINICOLO .....</b>	<b>40</b>
4.1 Innovazioni di prodotto .....	40
4.2 Innovazioni di processo .....	42
4.3 Innovazioni commerciali .....	44
4.4 Innovazioni organizzative – tecnologiche .....	46
4.5 Innovazioni nel confezionamento .....	48
4.6 Innovazioni finanziarie .....	50
4.7 Innovazioni sociali .....	52

<b>5. LE INNOVAZIONI DI PROCESSO NEL SETTORE VITIVINICOLO. IL VINO</b>	
<b>BIOLOGICO</b> .....	<b>54</b>
5.1 La produzione del vino biologico .....	54
5.1.1 <i>Viticoltura biologica</i> .....	56
5.1.2 <i>Vinificazione biologica</i> .....	57
5.1.3 <i>Certificazione dei vini biologici</i> .....	59
5.2 Vino biologico ed esigenze dei consumatori .....	60
<b>CONCLUSIONI</b> .....	<b>61</b>
<b>BIBLIOGRAFIA</b> .....	<b>62</b>
<b>SITOGRAFIA</b> .....	<b>64</b>

## ABSTRACT

L'innovazione è una tematica fondamentale per lo sviluppo della società in cui viviamo. Essa spinge l'uomo a progredire cercando di migliorarsi costantemente là dove si riscontrano reali necessità. La ricerca della qualità nei prodotti che acquistiamo è un'esigenza crescente che negli ultimi anni ha spinto le aziende di molti settori a cercare nuove soluzioni investendo in innovazioni al fine di soddisfare le esigenze dei consumatori. Il settore vitivinicolo rappresenta un caso emblematico di questa tendenza soprattutto in relazione allo spostamento delle preferenze dei consumatori dalla quantità verso la qualità dei prodotti.

Nel settore vitivinicolo l'innovazione rappresenta un elemento fondamentale per tenere il passo con i tempi e competere con i produttori a livello internazionale. I concetti di tradizione e tipicità non costituiscono ostacoli al progresso ma, anzi, il connubio tra il rispetto delle tradizioni, la qualità del prodotto e l'innovazione rappresentano la base sulla quale costruire un'efficace strategia competitiva.

In questo lavoro viene analizzato il mondo del vino prestando attenzione alla sua recente evoluzione in merito alle mutate esigenze dei consumatori e ai comportamenti innovativi dei produttori attuati per soddisfare queste necessità.

## INTRODUZIONE

*L'uomo è per natura un animale sociale, tende per natura ad aggregarsi con altri individui e a costruirsi in società. [...] La natura, come ho detto non fa nulla inutilmente; l'uomo ha solo la ragione in più degli animali, dunque la voce è indice di dolore o di piacere, per questo anche gli altri animali la possiedono, la ragione al contrario è per mostrare l'utile e il danno, così anche il giusto e sbagliato; infatti ciò è proprio agli uomini differentemente dagli altri animali, l'aver solo la percezione del bene e del male, del giusto e sbagliato e di altre cose.*

Aristotele, *Politica*

Secondo Aristotele l'uomo si distingue dagli animali grazie alla sua socialità, la necessità di relazionarsi e aggregarsi con altri uomini che detta e governa ogni azione. Tutti i popoli attraverso l'umanità producono cultura, manifestando la propria attività creatrice tramite varie forme culturali quali la scienza, l'arte, ecc. L'uomo è quindi prima di tutto espressione di cultura, animale capace di innovarsi e rinnovarsi, di riflettere e operare tramite il ragionamento ed il pensiero. Gli artefatti umani, le opere d'arte, le teorie e le stesse tradizioni risultano essere un atto involontario del pensiero dell'uomo.

Ogni uomo quindi, inizialmente, si è sforzato di creare una società di qualità, costruendo tradizioni e valori, per poi evolversi, ricercando l'apertura, la valorizzazione del soggetto, la capacità di adattarsi e di fornire risposte ai nuovi bisogni, nella consapevolezza dei problemi emergenti.

La tradizione crea un sistema di riferimento, informazioni e conoscenze che si tramandano e si passano tra le generazioni le quali, pure rispettose nei confronti del passato, hanno l'impegno di guardare avanti per incentivare le forme di promozione umana.

Il compito dell'uomo contemporaneo è quello di riflettere sulla realtà e sulle proprie tradizioni cercando sempre un miglioramento attraverso l'innovazione.

In letteratura si ritrovano diverse definizioni di innovazione e ciò testimonia quanto sia complesso identificare i confini di un fenomeno sociale tanto importante per lo sviluppo e l'evoluzione della società in cui viviamo. Secondo l'economista austriaco Joseph A. Schumpeter l'innovazione si realizza *“ogni qualvolta l'economia o un settore, od alcune aziende di un settore fanno qualcosa di diverso, qualcosa che è diverso dalla pratica esistente”* (Schumpeter, 1928).

Tra i numerosi ambiti nei quali studiare l'innovazione, l'attenzione di questo lavoro si focalizza su un settore che risulta fortemente presente nella tradizione dell'ambito geografico in cui viviamo ma che allo stesso tempo ha subito una forte crescita negli ultimi anni a livello internazionale. L'ultimo decennio è stato caratterizzato da un ingente aumento dell'interesse, da parte di produttori e consumatori, verso la sfera della gastronomia che comprende prodotti biologici, alimenti a km zero, coltivazione ecosostenibili ecc. In particolare il settore vitivinicolo, che fino a pochi anni fa era considerato semplicemente come un prodotto alimentare, oggi riceve attenzione da una sempre più larga cerchia di popolazione con un'attenzione crescente verso i prodotti di qualità.

Elemento fortemente presente nella tradizione europea, il settore vitivinicolo ha subito quindi una forte crescita dettata dall'aumento della richiesta, per questo motivo anche i produttori hanno dovuto adeguarsi e migliorarsi con lo scopo di andare incontro alle esigenze sempre più severe dei consumatori senza dimenticare la qualità della tradizione e la possibilità di allargare il consumo a sempre maggiori utenze.

La tradizione che prosegue a pari passo con l'innovazione, la qualità di un prodotto locale migliorata grazie al rinnovamento tecnologico e sociale, scambi commerciali internazionali molto proficui, sono alcuni dei motivi per i quali il progetto prevede la stesura di un'attenta analisi del mercato vitivinicolo internazionale, prestando attenzione a quanto accade in Italia e in Svizzera, nella quale vengono spiegati l'impatto della crescente importanza della qualità nelle scelte dei consumatori e le principali innovazioni implementate nel settore vitivinicolo tenendo in considerazione ogni nuova esigenza espressa dall'utenza.

*Un'innovazione è l'implementazione di un prodotto (sia esso un bene o servizio) o di un processo, nuovo o considerevolmente migliorato.*

Ecco la definizione di innovazione così come viene indicata dall'OCSE, l'Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico, e dalla Commissione Europea nel Manuale di Oslo.

Il progetto delinea gli aspetti fondamentali del settore considerato e le sue possibili evoluzioni, con l'aspettativa che l'interesse dell'uomo per il continuo miglioramento di se stesso e della civiltà sia anche utile alla crescita economica e commerciale dei prodotti tipici che mantengono vive le tradizioni con uno sguardo favorevole ed innovativo verso il progresso.

Nello svolgere questo progetto di tesi, la scelta dell'argomento è ricaduta sul settore vitivinicolo per il particolare connubio tra tradizione ed innovazione che caratterizza il mondo del vino. Inoltre questo è un settore molto importante per l'economia dei

nostri paesi e ne rappresenta un motivo di vanto grazie alla qualità dei prodotti riconosciuta a livello internazionale. Infine, ma non meno importante, il settore vitivinicolo, almeno per le produzioni di qualità, è oggi uno dei più dinamici con interessanti prospettive di crescita a livello internazionale e attira l'attenzione di un numero sempre maggiore di persone.

La tesi è strutturata su cinque capitoli. Nel primo capitolo sono esposti gli obiettivi e la metodologia di ricerca.

Nel secondo capitolo, dopo aver sintetizzato la storia del vino, viene analizzata l'evoluzione del mercato vitivinicolo, prestando attenzione allo sviluppo della superfici vitate, della produzione, del consumo e del commercio mondiale di questo prodotto.

Nel terzo capitolo viene valutato l'impatto delle normative nel settore vitivinicolo portando l'attenzione sulla legislazione italiana e svizzera.

Nel quarto capitolo vengono analizzate le innovazioni introdotte negli ultimi anni nel settore vitivinicolo valutandone gli impatti in merito a come hanno risposto alle esigenze dei produttori e dei consumatori e verificando l'attuazione di queste innovazioni tra le aziende visitate durante lo svolgimento della tesi.

Nel quinto capitolo ci si sofferma sulle innovazioni di processo introdotte concentrando l'attenzione sul vino biologico che rappresenta la soluzione di maggior successo e diffusione tra le possibili innovazioni processuali.

## 1. OBIETTIVI E METODOLOGIA DI LAVORO

### 1.1 Argomento di ricerca

Questo lavoro tratta il tema dell'innovazione nel contesto del settore vitivinicolo evidenziando come l'innovazione stessa si relazioni con il rispetto delle tradizioni e delle tipicità locali e con le esigenze dei consumatori. La regione geografica presa in esame per lo svolgimento della tesi è stata l'area del bacino del Po, comprendente buona parte del nord Italia e il Canton Ticino in Svizzera.

### 1.2 Obiettivi principali

L'obiettivo principale di questo lavoro è quello di descrivere le principali innovazioni introdotte nel settore vitivinicolo focalizzando l'attenzione sulle innovazioni di processo introdotte nell'area del bacino del Po e valutando l'impatto che queste hanno avuto sul mercato, soprattutto in relazione alle esigenze dei consumatori.

Gli obiettivi specifici della tesi sono:

- Analizzare in modo chiaro il mercato vitivinicolo internazionale, prestando attenzione al caso italiano e svizzero;
- Spiegare gli impatti della crescente importanza della qualità nelle scelte dei consumatori;
- Valutare l'impatto delle normative sulle possibilità di introdurre innovazioni nell'area del bacino del Po;
- Spiegare in maniera chiara le principali innovazioni implementate nel settore vitivinicolo e verificare la loro attuazione nell'area del bacino del Po;
- Analizzare dettagliatamente le innovazioni di processo e gli impatti di queste in relazione alle esigenze dei consumatori nel settore vitivinicolo.

### 1.3 Metodologia

Dal punto di vista metodologico, il lavoro che ha portato alla stesura della tesi può essere diviso in due fasi distinte. Nella prima fase si è effettuata una prima raccolta di informazioni tramite l'analisi della letteratura e lo studio di documenti empirici e dati statistici che ha permesso di chiarire le peculiarità del settore vitivinicolo e la sua evoluzione storica e di analizzare l'evoluzione del mercato internazionale e le norme che lo regolano.



Identificate le caratteristiche del mondo della vite e del vino, nella seconda fase si è passati ad una metodologia più empirica che ha previsto la raccolta di informazioni tramite visite in aziende vitivinicole localizzate in nord Italia e in Canton Ticino e interviste ad esperti del settore al fine di analizzare le principali innovazioni introdotte dalle aziende di questa regione geografica e di valutare gli effetti ed i benefici delle innovazioni processuali nel mercato vitivinicolo, soprattutto in relazione alle esigenze dei consumatori.

Le aziende vitivinicole visitate in questa seconda fase sono state scelte in base all'elevata qualità dei prodotti realizzati, alla loro reputazione e alla disponibilità data, in quanto nel periodo autunnale, durante il quale sono state effettuate le visite, molte aziende non ricevono oppure richiedono prenotazioni con largo anticipo dovute all'elevata criticità di questo periodo nel quale sono svolte fasi molto importanti per le aziende del settore come la vendemmia e l'inizio della vinificazione. Le aziende visitate, o i cui esperti sono stati intervistati, sono state:

- Azienda agricola Giuseppe Quitarelli (visita)
  - o Località: Negrar (VE)
- Azienda agricola Trabucchi d'Illasi (visita)
  - o Località: Illasi (VE)
- Casa vinicola Nino Negri (visita)
  - o Località: Chiuro (SO)
- Azienda vinicola Ca' del Bosco (visita)
  - o Località: Erbusco (BS)
- Tenuta agricola Luigina (visita)
  - o Località: Stabio (Ticino)
- Associazione Comunità il Gabbiano Onlus (visita)
  - o Località: Sondrio
- Azienda vinicola Agriloro (intervista)
  - o Località: Genestrerio (Ticino)
- Azienda Valsangiacomo (intervista)
  - o Località: Mendrisio (Ticino)

## 2. IL MERCATO VITIVINICOLO

Il settore vitivinicolo è oggi uno dei settori più dinamici a livello globale, soprattutto nelle fasce premium nelle quali la qualità del prodotto rappresenta la principale discriminante di scelta nelle decisioni dei consumatori. A partire dagli anni '80 del secolo scorso, hanno preso avvio importanti mutamenti nel quadro istituzionale del settore, innescati dall'ingresso sul mercato di nuovi *competitors* provenienti da regioni tradizionalmente lontane dal mondo del vino.

In questo contesto, gli operatori dell'Europa mediterranea hanno mantenuto il ruolo di guida nel settore ma si sono trovati progressivamente ad entrare in competizione con nuovi concorrenti operanti in paesi extraeuropei. La globalizzazione delle produzioni e dei consumi di vino ha portato negli ultimi anni ad una dicotomia tra i paesi a maggior tradizione vitivinicola e i paesi che più di recente hanno iniziato ad operare in questo ambito: i paesi europei, in primis Francia, Italia, Spagna, Germania e Portogallo (Vecchio Mondo), pur mantenendo il primato in termini di quantitativi di vino prodotto e consumato, registrano un complessivo calo delle produzioni e dei consumi di vino, mentre alcuni paesi extraeuropei tra i quali, principalmente, Australia, Nuova Zelanda, Argentina, Cile, Sud Africa e Stati Uniti (Nuovo Mondo) mostrano un graduale incremento delle superfici vitate e dei volumi di produzione spinti da un significativo aumento dei consumi. Negli anni più recenti è poi da segnalarsi l'ingresso sul mercato vitivinicolo di altri paesi emergenti, tra i quali la Cina che mostra notevoli tassi di crescita sia delle produzioni che dei consumi.

Il calo dei quantitativi di vino prodotto e consumato nei paesi del Vecchio Mondo è imputabile ad un cambiamento nei modelli di consumo caratterizzato dallo spostamento delle preferenze dei consumatori verso prodotti di maggior qualità e dalla progressiva diminuzione delle quantità consumate. Differente è la situazione nei paesi del Nuovo Mondo nei quali l'aumento dei quantitativi in commercio è legato alla progressiva introduzione del vino negli stili di vita degli abitanti di questi paesi, tradizionalmente non consumatori di questo prodotto, in sostituzione ad altre bevande.

## 2.1 Cenni storici

Le origini del vino sprofondano nei tempi più remoti e la sua storia è intrecciata a quella dell'uomo. È difficile stabilire con precisione quando si sia iniziato a produrre questa bevanda anche se alcuni rinvenimenti archeologici ci forniscono importanti indizi in merito.

Grazie ai numerosi reperti paleontologici ritrovati si può affermare che già nel Cretaceo (periodo compreso tra 145 e 65 milioni di anni fa) erano presenti piante riferibili al genere *vitis* che, favorite da condizioni climatiche più miti di quelle odierne, avevano una diffusione quasi certamente maggiore rispetto alla vite attuale. In seguito alle glaciazioni sopravvissero solo alcune specie del genere *vitis* e la loro diffusione si ridusse alle zone temperate del pianeta. Tra di esse vi era la *vitis vinifera*, chiamata così dai botanici per indicare la vite atta a produrre il vino, che, come testimoniano diversi ritrovamenti, cresceva spontaneamente già prima della comparsa dell'uomo in alcune zone dell'area euro-asiatica.

È difficile stabilire con precisione quando e dove l'uomo iniziò a coltivare la vite, anche se le ipotesi con maggiori riscontri fanno risalire le origini di questa pratica nella regione transcaucasica, ossia l'area compresa tra il mar Nero e il mar Caspio, oppure nell'Anatolia meridionale nella zona dell'antica Mesopotamia tra le sorgenti dei fiumi Tigri ed Eufrate, in un'età compresa tra il 7000 e il 6000 a.C..

Parallelamente ai primi tentativi di domesticazione della vite, si svilupparono tecniche per conservarne i frutti che portarono alla scoperta del vino; si pensa, infatti, che la scoperta fu casuale e dovuta alla fermentazione naturale avvenuta in contenitori dove gli uomini riponevano l'uva: dagli acini posti in fondo a questi contenitori, sotto il peso dei grappoli sovrastanti, fuoriusciva del succo che dopo poco tempo, grazie ai lieviti presenti nelle bucce degli acini, iniziava a fermentare fino a trasformarsi in una bevanda dal gusto piacevole e inebriante.

Le tecniche di coltivazione della vite e di produzione del vino si sono sviluppate nel tempo e hanno attraversato la storia dell'uomo; risalgono al VI millennio a.C. le più antiche tracce di vino mai rinvenute; si tratta di una sostanza secca proveniente da grappoli di uva ritrovata in un'anfora di terracotta scoperta sui monti Zagros nell'Iran settentrionale. Pochi anni fa sono stati invece rinvenuti in un sito archeologico in Armenia i più antichi reperti di macchinari per la produzione vinicola, risalenti circa al 4100 a.C.; questo antichissimo impianto di vinificazione comprendeva un torchio

rudimentale, una tinozza per la fermentazione, una tazza e una ciotola oltre a resti di uva spremuta e a tralci di vite disseccata<sup>1</sup>.

Le prime testimonianze sulla diffusione del vino ci giungono dai Sumeri sotto forma di caratteri cuneiformi su tavolette d'argilla e rappresentazioni su bassorilievi e vasi in cui sono riportate scene di consumo durante banchetti e celebrazioni. Tuttavia è con la civiltà egizia che si ebbe un notevole sviluppo delle tecniche vitivinicole e proprio all'antico Egitto risalgono le prime indicazioni sui metodi di vinificazione riportate su numerosi geroglifici che rappresentano con grande ricchezza di particolari tutte le fasi del processo di produzione del vino, dalla vigna alla conservazione. Nonostante la grande importanza attribuitagli, al tempo dei faraoni il vino era una bevanda abituale solo dei ceti sociali più elevati e una sua maggior diffusione si ebbe solo con l'avvento della civiltà greca; sempre grazie ai Greci, e ai Fenici, il vino iniziò il suo viaggio verso occidente seguendo le rotte del commercio marittimo fino a diffondersi in molte zone costiere del mediterraneo. Tuttavia, il contributo maggiore alla diffusione del vino è da attribuirsi all'Impero Romano. I Romani appresero le basi delle tecniche vitivinicole dai Greci e dai Fenici e in seguito le perfezionarono introducendo numerose innovazioni lungo le diverse fasi del processo di produzione e di conservazione del vino. Con l'espandersi dell'Impero dei Cesari, la produzione vitivinicola venne introdotta in tutte le province imperiali diventando una delle colture principali nel bacino del mediterraneo e raggiungendo le regioni continentali dell'Europa settentrionale dove prima di allora i popoli indigeni conoscevano solo la birra<sup>2</sup>. Con l'Impero Romano, grazie all'aumento della produzione favorito dall'affinamento delle tecniche produttive e dall'aumento delle superfici vitate, il vino divenne una bevanda di consumo quotidiano in tutti i ceti sociali; ai nobili erano destinate le produzioni migliori ottenute da uve selezionate mentre la plebe poteva permettersi vini di qualità più modesta.

Il declino dell'Impero Romano e la conquista di territori da parte di popolazioni barbariche, segnarono l'inizio di un periodo buio per il vino che venne superato nei consumi dalla birra, bevanda legata maggiormente alla tradizione nordica. A ciò si aggiunse la diffusione dell'Islamismo nel Mediterraneo che vedeva le bevande alcoliche come qualcosa di negativo e per questo le metteva al bando. Furono alcuni ordini monastici, assieme alle comunità ebraiche, a portare avanti quasi clandestinamente le pratiche vitivinicole per produrre il vino destinato alle funzioni religiose.

---

<sup>1</sup> <http://lastoriaviva.it/storia-della-vite-e-del-vino-dalla-preistoria-a-roma/>

<sup>2</sup> <http://www.wineowine.com/enciclopedia-del-vino/storia-del-vino.html>

La rinascita della vitivinicoltura cominciò con il nuovo millennio grazie alla ripresa del commercio e alla nascita delle Repubbliche Marinare che progressivamente videro il vino diventare uno dei beni più richiesti negli scambi con gli altri paesi. Il vino divenne una bevanda sempre più apprezzata che però, a partire dal XVII secolo iniziò a subire la concorrenza di prodotti come la cioccolata, il tè ed il caffè provenienti da paesi lontani e la diffusione della birra e altri distillati prodotti in molti paesi europei. Questo ha spinto i produttori a intensificare le ricerche per migliorare le tecniche produttive al fine di ottenere vini di qualità maggiore in grado di competere meglio con i nuovi prodotti; questa spinta evolutiva ha avuto notevoli riflessi anche sui metodi di conservazione con la diffusione in questo periodo delle bottiglie di vetro e dei tappi di sughero che facilitarono il trasporto del vino favorendone il commercio<sup>3</sup>. Ma il vero sviluppo nelle tecniche vitivinicole si ebbe a partire dal XIX secolo grazie alle ricerche focalizzate su questo tema di alcuni studiosi che gettarono le basi dell'odierna enologia. Sempre nel XIX secolo si registrano due importanti eventi nella storia del vino: la produzione vitivinicola, dopo le Americhe e il Sud Africa, venne introdotta anche in Australia e in Nuova Zelanda diffondendosi così in tutti e cinque i continenti abitati. In seguito, a partire dalla metà del secolo, si abbatté sull'Europa il flagello della *fillossera*, un parassita proveniente dall'America che colpisce le radici della vite europea, distruggendo enormi quantità di vigneti e costringendo i coltivatori ad innestare i vitigni europei sopravvissuti su radici di vitigni americani, immuni a questo parassita.

La storia recente del vino vede invece un importante spostamento dell'attenzione verso la tutela della qualità e questo si segnala con l'introduzione, a partire dalla metà del Novecento, di normative che hanno regolamentato la produzione portando ad un notevole aumento qualitativo del vino e alla conseguente riduzione delle quantità prodotte. Inoltre, a partire dagli anni '80 del secolo scorso, la produzione vinicola, da sempre appannaggio dei paesi del Vecchio Mondo, ha iniziato ad essere praticata con maggior intensità anche al di fuori dall'Europa e i paesi del Nuovo Mondo hanno iniziato ad affacciarsi come nuovi concorrenti sul mercato vinicolo mondiale.

---

<sup>3</sup> [http://bereilvino.jimdo.com/storia\\_del\\_vino.php](http://bereilvino.jimdo.com/storia_del_vino.php)

## 2.2 Tendenze del mercato vitivinicolo mondiale

L'evoluzione del mercato del vino, a partire dalla fine del secolo scorso, ha abbandonato l'andamento pacato e incrementale che aveva caratterizzato la sua storia fino ad allora registrando rapidi cambiamenti che hanno modificato in maniera radicale la competizione nel settore a livello globale.

La caduta delle barriere al commercio e alla circolazione delle persone ed il conseguente aumento degli scambi internazionali, ha avuto notevoli ripercussioni sul mercato vitivinicolo favorendo la globalizzazione delle produzioni e dei consumi e l'affermazione sui mercati internazionali dei paesi del Nuovo Mondo quali nuovi *competitors*, favoriti dal trasferimento internazionale del *know how*.

Di pari passo, si è verificata una progressiva riqualificazione del settore che ha portato ad un graduale miglioramento della qualità media del vino in tutte le aree produttive del globo grazie all'avanzamento della tecnologia e delle conoscenze agronomiche ed enologiche. Contestualmente si è assistito ad un mutamento nei modelli di consumo caratterizzato da una contrazione delle quantità consumate e dallo spostamento della domanda verso prodotti di maggiore qualità (Nosi, 2012).

L'allargamento del numero dei concorrenti e l'evoluzione delle richieste dei consumatori hanno inasprito la competizione a livello globale spingendo le aziende del comparto vitivinicolo ad accentuare i livelli di innovazione al fine di tenere il passo con i tempi e competere con i produttori sul mercato internazionale.

Nelle pagine seguenti saranno analizzati alcuni dati a livello mondiale relativi all'evoluzione recente delle superfici vitate, della produzione, del consumo e del commercio internazionale del vino basati sui dati statistici riportati nei report diffusi annualmente dall'OIV (Organizzazione Internazionale della Vite e del Vino), al fine di illustrare l'andamento recente del mercato vitivinicolo globale. È bene chiarire che, a causa dell'enorme mole di dati da analizzare, le statistiche vengono diffuse dopo circa due anni rispetto all'annata cui si riferiscono, per questo nelle analisi proposte di seguito i dati definitivi più recenti sono relativi al 2012 mentre i dati relativi al 2013 sono previsionali.

### 2.2.1 Superfici vitate

Nei suoi documenti l'OIV definisce le superfici vitate come *“le aree complessivamente coltivate a vigneto, incluse quelle non ancora in produzione o non ancora vendemmiate<sup>4</sup>”* (OIV, 2014); in questa definizione sono dunque comprese non solo

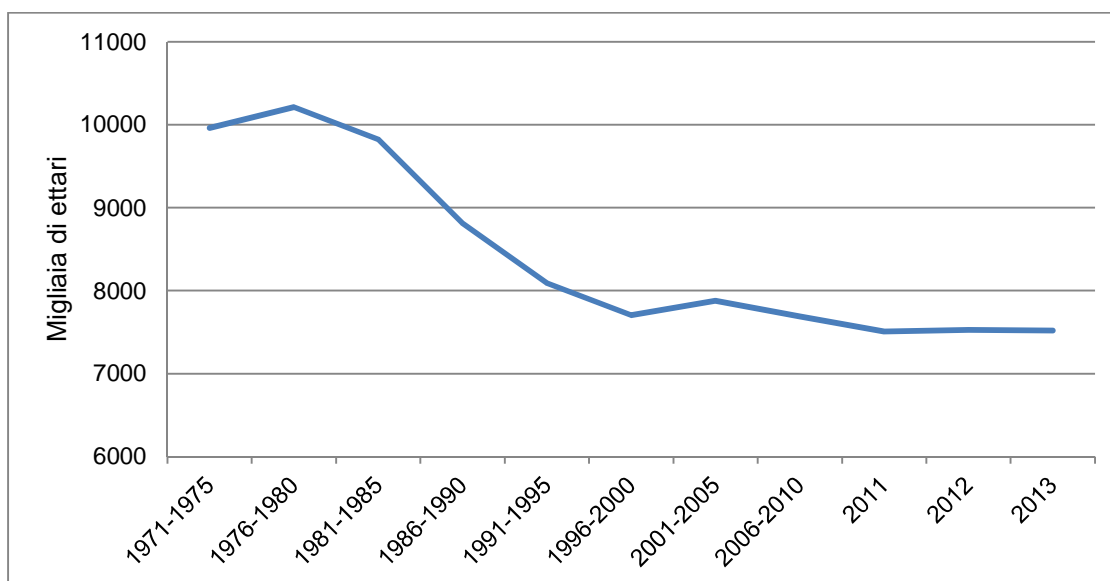
---

<sup>4</sup> OIV, (2014). *Vine and Wine Outlook 2010-2011* (p. 8)

le viti i cui frutti sono destinati alla produzione di vino o altre bevande ma anche quelle destinate a produrre uve fresche da consumare direttamente.

La dimensione della superficie vitata mondiale, che fino alla fine degli anni '70 del secolo scorso era in costante crescita, ha registrato, a partire dagli anni '80, un'inversione di tendenza che ha visto l'area destinata a vigneto ridursi costantemente fino ad oggi, seppur con lievi variazioni percentuali tra un anno e l'altro. La ragione principale di tale battuta d'arresto è legata alla diminuzione del vigneto europeo che, pur restando il più vasto a livello mondiale (l'area destinata a vigneto in Europa nel 2013 è stimata al 55% del totale globale), è stato sottoposto negli ultimi tre decenni ad un processo di riqualificazione orientato all'aumento della qualità che negli anni più recenti è stato accentuato dall'applicazione nei paesi dell'UE di incentivi per l'abbandono definitivo dei vigneti concessi al fine di conseguire un migliore equilibrio tra l'offerta e la domanda sul mercato comunitario e di rendere il settore più competitivo a lungo termine<sup>5</sup>. La diminuzione del vigneto europeo è stata in parte compensata dall'aumento delle superfici coltivate a vite nei paesi del Nuovo Mondo e dalla notevole espansione del vigneto cinese che oggi è uno dei più vasti del pianeta.

**Figura 1: Evoluzione del vigneto mondiale**



Fonte: Elaborazione dell'autore su dati OIV 2007 e 2014

A livello nazionale, nel 2013 il paese con la superficie vitata più grande del mondo è la Spagna, seguita da Francia, Italia, Cina e Turchia; la somma dei vigneti di questi cinque paesi costituisce circa il 50% del vigneto mondiale. A differenza degli altri

<sup>5</sup> [http://europa.eu/legislation\\_summaries/other/l60031\\_it.htm](http://europa.eu/legislation_summaries/other/l60031_it.htm)

quattro paesi, però, l'industria viticola turca è diretta quasi esclusivamente alla produzione di uva da tavola.

**Tabella 1: Evoluzione delle superfici vitate di alcuni paesi (migliaia di ettari)**

Paesi	86-90	91-95	96-00	01-05	06-10	2011	2012	Previsione 2013	Var. % 2013/1986
Francia	996	940	915	894	853	806	800	764	-23,3%
Germania	102	106	104	102	102	102	102	102	0,0%
<b>Italia</b>	<b>1063</b>	<b>985</b>	<b>909</b>	<b>863</b>	<b>823</b>	<b>776</b>	<b>759</b>	<b>752</b>	<b>-29,3%</b>
Portogallo	282	269	257	248	246	240	236	229	-18,8%
Spagna	1506	1290	1183	1199	1041	1032	1018	1023	-32,1%
<b>Vecchio Mondo</b>	<b>3949</b>	<b>3590</b>	<b>3368</b>	<b>3306</b>	<b>3065</b>	<b>2956</b>	<b>2915</b>	<b>2870</b>	<b>-27,3%</b>
% mondiale	44,8%	44,4%	43,7%	42,0%	39,9%	39,4%	38,7%	38,2%	
<b>Svizzera</b>	<b>14</b>	<b>15</b>	<b>15</b>	<b>15</b>	<b>15</b>	<b>15</b>	<b>15</b>	<b>15</b>	<b>7,1%</b>
Argentina	259	209	208	211	224	218	221	224	-13,5%
Australia	59	65	106	159	173	170	162	158	167,8%
Cile	124	124	147	186	198	200	205	207	66,9%
Nuova Zelanda	5	6	11	19	33	37	38	38	660,0%
Stati Uniti	329	331	376	410	401	407	407	408	24,0%
Sud Africa	100	102	111	131	133	131	131	130	30,0%
<b>Nuovo Mondo</b>	<b>876</b>	<b>837</b>	<b>959</b>	<b>1116</b>	<b>1162</b>	<b>1163</b>	<b>1164</b>	<b>1165</b>	<b>33,0%</b>
% mondiale	9,9%	10,3%	12,4%	14,2%	15,1%	15,5%	15,5%	15,5%	
Cina	148	153	218	423	491	560	580	600	305,4%
<b>Totale mondiale</b>	<b>8813</b>	<b>8091</b>	<b>7705</b>	<b>7878</b>	<b>7689</b>	<b>7509</b>	<b>7528</b>	<b>7519</b>	<b>-14,7%</b>
Var % per. prec.		-8,2%	-4,8%	2,2%	-2,4%	-2,3%	0,3%	-0,1%	

Fonte: elaborazione dell'autore su dati OIV 2007 e 2014

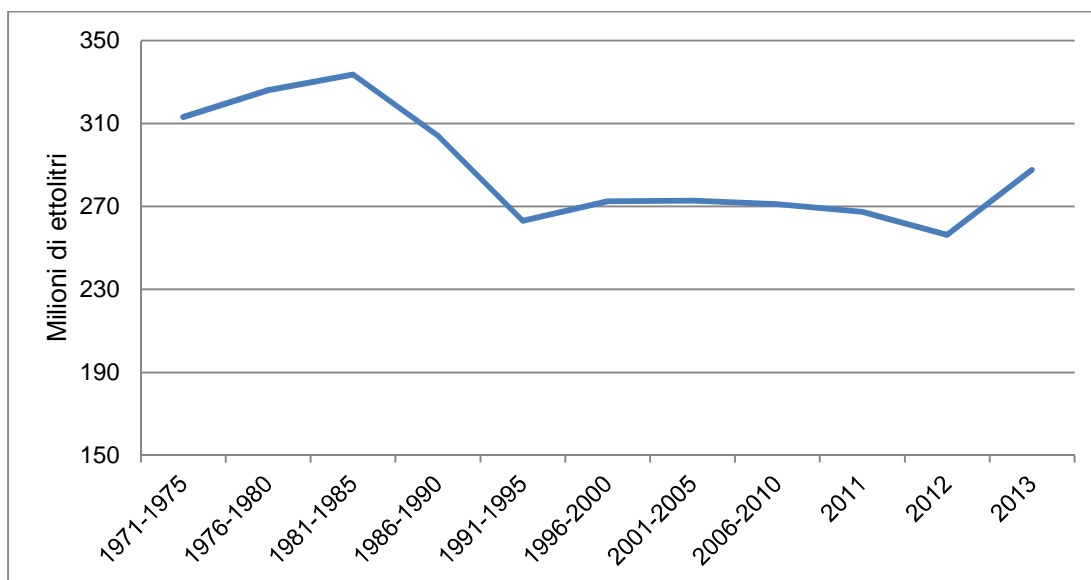
### 2.2.2 Produzione di vino

La produzione mondiale di vino ha mostrato negli anni un'evoluzione simile a quella delle superfici vitate. Dalla metà degli anni '80 fino all'avvento del nuovo millennio la produzione di vino ha subito una netta flessione mentre negli anni successivi ha avuto un andamento più altalenante. La diminuzione dei quantitativi prodotti a livello globale è imputabile principalmente ai paesi del Vecchio Mondo e più in generale a buona parte dei paesi europei ed è legata sia alla diminuzione delle superfici vitate sia alla messa in atto di azioni volte alla riqualificazione del settore che hanno portato alla riduzione delle rese per ettaro e al miglioramento del prodotto finito; inoltre i paesi del vecchio mondo hanno applicato, a partire dalle metà del Novecento, normative a tutela delle tipicità locali che hanno imposto vincoli



stringenti alla possibilità di introduzione di innovazioni volte all'aumento della produttività. A partire dagli anni '90, la diminuzione delle quantità di vino prodotte in Europa è stata compensata dall'aumento dei tassi di crescita delle produzioni nei paesi extraeuropei che hanno potuto operare in contesti caratterizzati da normative meno stringenti puntando su strategie orientate all'efficienza produttiva.

**Figura 2: Evoluzione della produzione mondiale di vino**



Fonte: Elaborazione dell'autore su dati OIV 2007 e 2014

La produzione del vino non dipende solo dall'agire dell'uomo ma anche dalle particolari condizioni meteorologiche e climatiche che condizionano il ciclo viticolo influenzando la quantità e la qualità del raccolto e, di conseguenza, del prodotto finito. Le differenze osservabili nella produzione degli ultimi due anni sono riferibili principalmente a questo fattore: il 2012 è stato infatti caratterizzato da condizioni climatiche avverse che hanno comportato un raccolto inferiore rispetto agli anni precedenti mentre nel 2013 si sono registrate condizioni particolarmente favorevoli soprattutto nei paesi dell'Europa mediterranea che hanno portato alcuni di essi a delle produzioni record.

Nel 2013, il paese con la maggior produzione di vino al mondo è l'Italia seguita da Spagna e Francia che insieme rappresentano quasi il 50% della produzione mondiale mentre la somma dei primi dieci produttori supera la soglia dell'80%. La Spagna rappresenta un'eccezione alla diminuzione della produzione europea grazie a un massiccio progetto di ristrutturazione del settore vitivinicolo che le ha permesso di aumentare la produttività, riuscendo ad aumentare i quantitativi prodotti a fronte della diminuzione della superficie vitata, pur rimanendo nell'ambito delle stringenti normative europee. L'Argentina, invece, pur rientrando nei paesi del Nuovo Mondo,

presenta numerose analogie con i paesi europei che si possono notare osservando l'evoluzione sia della produzione di vino sia delle superfici vitate che risultano in linea con quelle dei paesi del Vecchio Mondo. Ciò può essere spiegato con il fatto che in Argentina si sono stabiliti, a partire dalla fine del XIX secolo, moltissimi emigranti provenienti dall'Europa (soprattutto da Italia e Spagna) che hanno contribuito a diffondere nel paese la cultura del vino che qui si è largamente diffuso prima che negli altri paesi dell'emisfero australe e le dinamiche del settore hanno ricalcato quelle del Vecchio Mondo con una riduzione, a partire dagli anni '70, delle superfici vitate e delle produzioni al fine di riequilibrare domanda e offerta.

**Tabella 2: Evoluzione della produzione di vino in alcuni paesi (milioni di ettolitri)**

Paesi	86-90	91-95	96-00	01-05	06-10	2011	2012	Previsione 2013	Var. % 2013/1986
Francia	64,6	52,9	56,3	51,9	46,2	50,8	41,5	42,0	-35,0%
Germania	10,0	10,4	10,0	9,2	9,1	9,1	9,0	8,4	-16,0%
<b>Italia</b>	<b>65,7</b>	<b>60,8</b>	<b>54,4</b>	<b>46,9</b>	<b>48,2</b>	<b>42,8</b>	<b>45,6</b>	<b>52,4</b>	<b>-20,2%</b>
Portogallo	8,4	7,3	6,8	7,3	6,5	5,6	6,3	6,2	-26,2%
Spagna	33,5	26,4	34,2	37,3	36,4	33,4	31,1	45,6	36,1%
<b>Vecchio Mondo</b>	<b>182,2</b>	<b>157,8</b>	<b>161,7</b>	<b>152,6</b>	<b>146,4</b>	<b>141,7</b>	<b>133,5</b>	<b>154,6</b>	<b>-15,1%</b>
% mondiale	59,9%	60,0%	59,3%	55,9%	54,0%	53,0%	52,1%	53,8%	
<b>Svizzera</b>	<b>1,3</b>	<b>1,2</b>	<b>1,2</b>	<b>1,1</b>	<b>1,0</b>	<b>1,1</b>	<b>1,0</b>	<b>0,8</b>	<b>-38,5%</b>
Argentina	19,9	15,6	13,5	14,5	17,7	15,5	11,8	15,0	-24,6%
Australia	4,3	4,8	7,4	12,5	11,9	11,2	12,3	12,3	186,0%
Cile	4,1	3,3	5,1	6,4	8,9	10,5	12,5	12,8	212,2%
Nuova Zelanda	0,4	0,4	0,6	0,8	1,8	2,3	1,9	2,5	525,0%
Stati Uniti	18,2	17,6	20,4	20,4	20,3	19,1	21,7	23,5	29,1%
Sud Africa	7,7	8,2	7,8	8,0	9,7	9,7	10,6	11,0	42,9%
<b>Nuovo Mondo</b>	<b>54,6</b>	<b>49,9</b>	<b>54,8</b>	<b>62,6</b>	<b>70,3</b>	<b>68,3</b>	<b>70,8</b>	<b>77,1</b>	<b>41,2%</b>
% mondiale	17,9%	19,0%	20,1%	22,9%	25,9%	25,5%	27,6%	26,8%	
Cina	2,7	5,1	9,6	11,5	12,6	13,2	13,8	11,8	337,0%
<b>Totale mondiale</b>	<b>304,2</b>	<b>263,1</b>	<b>272,6</b>	<b>272,8</b>	<b>271,1</b>	<b>267,4</b>	<b>256,2</b>	<b>287,6</b>	<b>-5,5%</b>
Var % per. prec.		-13,5%	3,6%	0,1%	-0,6%	-1,4%	-4,2%	12,3%	

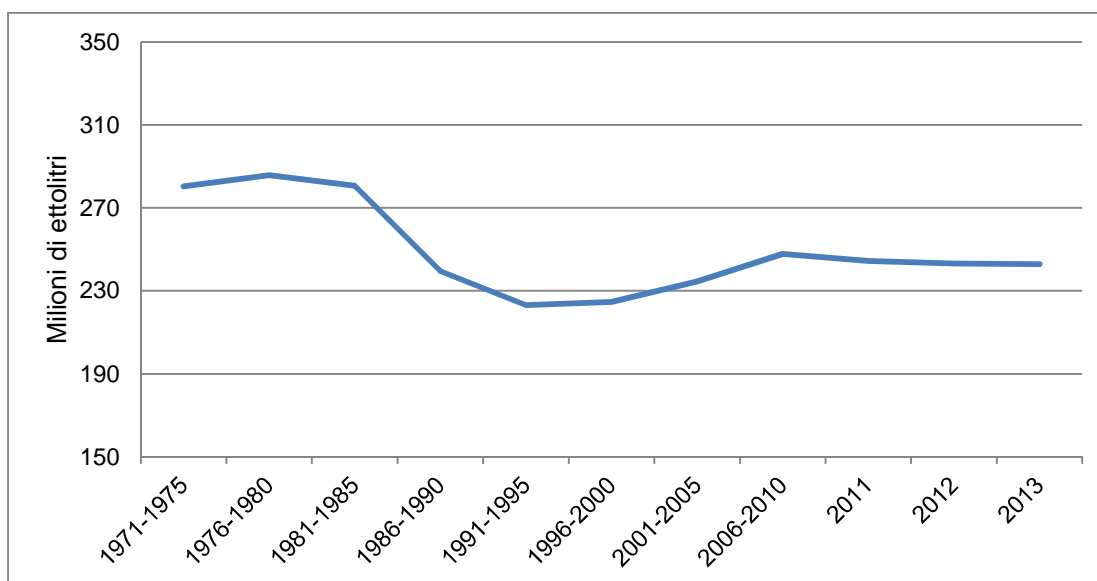
Fonte: Elaborazione dell'autore su dati OIV 2007 e 2014

### 2.2.3 Consumo di vino

Il consumo mondiale di vino ha avuto, dall'inizio degli anni '80 fino alla seconda metà degli anni '90, un netto andamento decrescente causato principalmente dai cambiamenti sociali avvenuti nel tempo che hanno comportato il mutamento degli stili di vita e dei modelli di consumo degli individui. In linea con queste tendenze, anche le abitudini alimentari sono cambiate e il vino ne è un chiaro esempio. Come descritto per la produzione, anche le dinamiche del consumo sono state influenzate, fino alla fine del secolo scorso, principalmente dai paesi del Vecchio Mondo dove si è registrato un cambiamento nei modelli di fruizione del vino con la diminuzione del consumo quotidiano, tradizionalmente diffuso soprattutto in Italia e Francia, in favore di un consumo più occasionale e ricercato. In questi paesi, partendo dagli ultimi due decenni del secolo scorso, il vino ha progressivamente smesso di essere visto solamente come un bene alimentare la cui unica funzione era l'accompagnamento del pasto, sostituendo a questo nuove utilità di carattere più edonistico e conviviale. Ciò ha comportato una costante diminuzione dei consumi e lo spostamento delle preferenze verso prodotti di qualità maggiore.

Con il nuovo millennio, la tendenza al ribasso si interrompe e i consumi mondiali tornano a crescere per poi stabilizzarsi su valori poco superiori ai 240 milioni di ettolitri. Questo cambio di rotta è dovuto principalmente alla crescente diffusione del vino nei paesi del Nuovo Mondo e dall'esplosione dei consumi in paesi tradizionalmente non consumatori con Cina, Russia e Regno Unito capofila di questa tendenza.

**Figura 3: Evoluzione del consumo mondiale di vino**



Fonte: Elaborazione dell'autore su dati OIV 2007 e 2014

Nel 2013 gli Stati Uniti sono diventati il primo mercato mondiale in termini di consumo totale di vino diventando il primo paese extraeuropeo a vantare un primato così rilevante nel settore vitivinicolo. Questo testimonia una volta di più la crescente attenzione che il vino sta riscuotendo al di fuori dei confini europei e la notevole importanza del mercato americano al quale gli operatori del settore guardano con sempre maggior interesse. Al pari degli Stati Uniti, anche gli altri stati del Nuovo Mondo hanno visto i loro consumi interni aumentare negli anni in maniera cospicua; le eccezioni a questa tendenza sono l'Argentina che, come detto in precedenza, ha un andamento del settore vitivinicolo più simile a quello dei paesi mediterranei e il Cile che dopo il brusco calo dei consumi degli anni '80 e '90 sta lentamente tornando ai valori precedenti a questo decremento. Inoltre, con l'inizio del nuovo millennio, si è assistito alla notevole crescita dell'interesse verso il mondo del vino in alcuni paesi che culturalmente ne erano lontani i quali hanno registrato sorprendenti tassi di crescita dei consumi e alcuni di essi, tra i quali principalmente Cina, Russia e Regno Unito, rappresentano interessanti opportunità per gli operatori del settore, anche in considerazione di ulteriori incrementi nel loro vasto mercato potenziale.

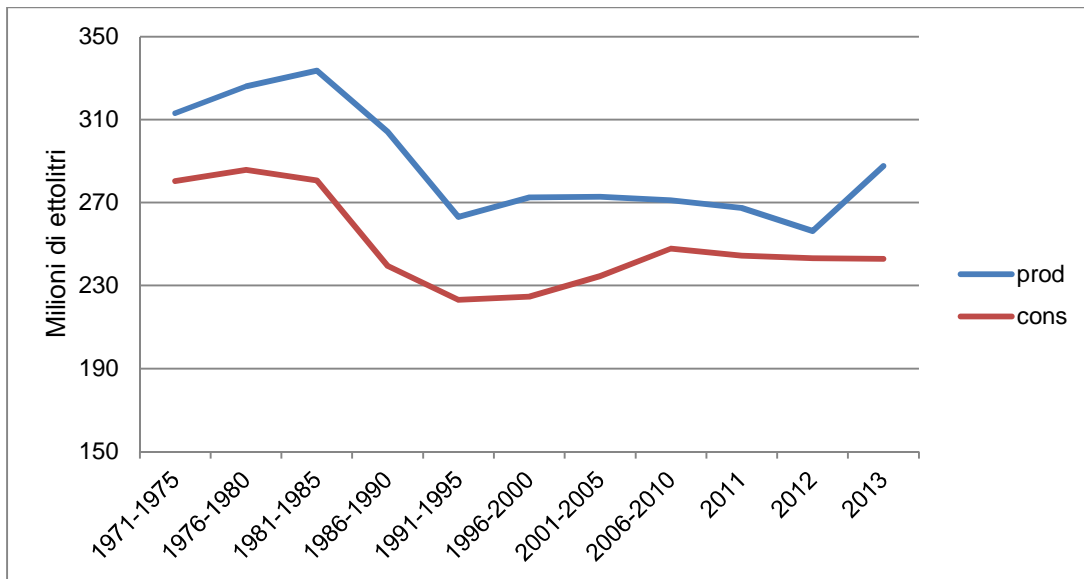
Agli incrementi registrati nel Nuovo Mondo e nei paesi emergenti, fanno da contraltare le diminuzioni dei consumi registrate nei paesi del Vecchio Mondo legate, come scritto in precedenza, allo spostamento delle preferenze dalla quantità verso la qualità del vino. La diminuzione dei consumi, soprattutto nei paesi dell'Europa mediterranea, a partire dagli anni '80 presenta caratteri di sistematicità e risulta particolarmente rilevante in considerazione degli elevatissimi valori di partenza.

**Tabella 3: Evoluzione del consumo di vino in alcuni paesi (milioni di ettolitri)**

Paesi	86-90	91-95	96-00	01-05	06-10	2011	2012	Previsione 2013	Var. % 2013/1986
Francia	41,7	37,3	35,3	33,9	31,1	29,3	30,3	28,2	-32,4%
Germania	18,4	18,5	19,3	19,9	20,4	19,7	20	20,3	10,3%
<b>Italia</b>	<b>36,6</b>	<b>35,1</b>	<b>31,9</b>	<b>28,5</b>	<b>25,8</b>	<b>23,1</b>	<b>22,6</b>	<b>21,8</b>	<b>-40,4%</b>
Portogallo	5,9	5,6	5,1	4,9	4,6	4,7	4,6	4,5	-23,7%
Spagna	17,4	15,41	14,4	13,9	12,2	9,9	9,3	9,1	-47,7%
<b>Vecchio Mondo</b>	<b>120</b>	<b>111,91</b>	<b>106</b>	<b>101,1</b>	<b>94,1</b>	<b>86,7</b>	<b>86,8</b>	<b>83,9</b>	<b>-30,1%</b>
% mondiale	50,1%	50,2%	47,2%	43,1%	38,0%	35,5%	35,7%	34,5%	
<b>Svizzera</b>	<b>3,1</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>2,9</b>	<b>2,7</b>	<b>2,7</b>	<b>2,6</b>	<b>-16,1%</b>
Argentina	17,8	15,7	12,9	11,7	10,6	9,8	10,1	10,3	-42,1%
Australia	3,3	3,2	3,6	4,2	5	5,3	5,4	5,3	60,6%
Cile	3,5	2,3	2,4	2,5	2,8	3	3,1	3,1	-11,4%
Nuova Zelanda	0,4	0,4	0,4	0,7	0,9	0,9	0,9	0,9	125,0%
Stati Uniti	20,8	18,8	20,2	23,9	27,4	28,4	29	29,1	39,9%
Sud Africa	3,4	3,7	3,9	3,6	3,5	3,5	3,6	3,7	8,8%
<b>Nuovo Mondo</b>	<b>49,2</b>	<b>44,1</b>	<b>43,4</b>	<b>46,6</b>	<b>50,2</b>	<b>50,9</b>	<b>52,1</b>	<b>52,4</b>	<b>6,5%</b>
% mondiale	20,5%	19,8%	19,3%	19,9%	20,3%	20,8%	21,4%	21,6%	
Cina	2,7	5,1	9,9	11,9	14,1	16,3	17,5	16,8	522,2%
<b>Totale mondiale</b>	<b>239,5</b>	<b>223,1</b>	<b>224,6</b>	<b>234,5</b>	<b>247,9</b>	<b>244,3</b>	<b>243,2</b>	<b>242,9</b>	<b>1,4%</b>
Var % per. prec.		-6,8%	0,7%	4,4%	5,7%	-1,4%	-0,5%	-0,1%	

Fonte: Elaborazione dell'autore su dati OIV 2007 e 2014

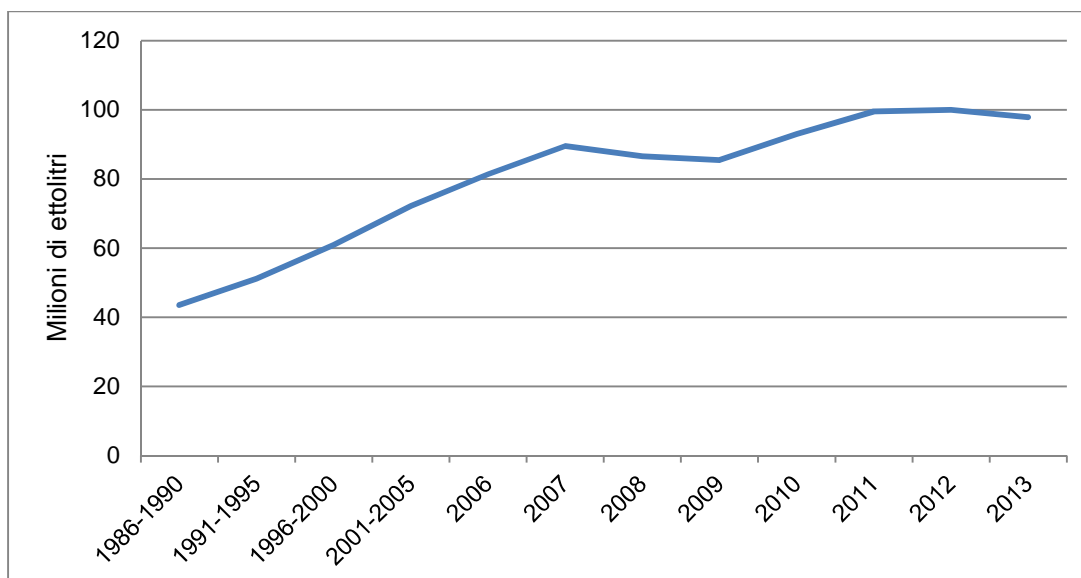
Mettendo in relazione i dati sulla produzione e quelli sul consumo mondiale di vino si nota una sistematica eccedenza delle quantità prodotte rispetto a quelle consumate. Questo può portare a ritenere che il settore vinicolo sia in declino o perlomeno maturo nel suo complesso e ha portato le autorità governative di alcuni paesi produttori a emanare direttive volte alla riduzione delle quantità prodotte al fine di ridurre l'offerta difendendo la redditività dei prodotti vitivinicoli; in realtà, il settore vinicolo viaggia a due velocità differenti essendo caratterizzato da produzioni di bassa qualità per le quali il mercato è stagnante, se non in declino, e produzioni di qualità maggiore che rappresentano segmenti di mercato molto dinamici e sfidanti all'interno dei quali la domanda è in ascesa (Nosi, 2012). La diminuzione della produzione, soprattutto nei paesi europei, e la crescita dei consumi internazionali inducono tuttavia a pensare che, nei prossimi anni, i volumi di produzione e consumo tenderanno ad avvicinarsi.

**Figura 4: Confronto tra produzione e consumo mondiale di vino**

Fonte: Elaborazione dell'autore su dati OIV 2007 e 2014

#### 2.2.4 Commercio mondiale di vino

Il commercio mondiale di vino, considerato dall'OIV nei suoi report come la somma delle esportazioni di tutti i paesi, negli ultimi trent'anni è cresciuto costantemente, a parte la flessione del biennio 2008-2009 dovuta agli effetti della crisi economica, raggiungendo un volume vicino ai 100 milioni di ettolitri. La caduta delle barriere al commercio e la crescente omologazione degli stili di vita e dei consumi a livello globale hanno favorito il rapido incremento degli scambi internazionali nel settore vinicolo tanto che le esportazioni, col passare degli anni, stanno coprendo una quota crescente del consumo mondiale favorendo la diffusione del vino anche in paesi con scarse attitudini produttive.

**Figura 5: Evoluzione del commercio mondiale di vino**

Fonte: Elaborazione dell'autore su dati OIV 2007 e 2014

Dagli anni '80 ad oggi il commercio mondiale di vino è aumentato costantemente con un ritmo sostenuto anche se, col passare del tempo, è andata consolidandosi la concentrazione delle esportazioni nelle mani di pochi paesi produttori; infatti, da circa un decennio, più del 90% degli scambi internazionali sono controllati dai paesi del Vecchio Mondo, che, pur avendo aumentato le esportazioni del 75,1% dal 1986 ad oggi, hanno visto ridursi la loro quota di mercato dal 78,4% al 61,0% nello stesso periodo, e dai paesi del Nuovo Mondo, che hanno notevolmente incrementato le loro esportazioni, pari pressoché a zero fino alla fine degli anni '80, aumentando la loro quota di mercato dal 3,2% al 31,3%. La crescita sorprendente delle esportazioni del vino proveniente dai paesi del Nuovo Mondo e la rapidità con la quale questi produttori hanno aumentato la loro presenza sul mercato globale, sono forse i dati che testimoniano maggiormente la crescente importanza di questi paesi nel settore vinicolo e mostrano l'aggressività con cui si sono affacciati sullo scenario mondiale. L'affermarsi negli scambi internazionali di questi paesi extraeuropei ha ridisegnato lo scenario competitivo a livello globale portandoli a contendere spazio sul mercato mondiale ai tradizionali produttori. Le esportazioni dei paesi del Nuovo Mondo rappresentano una minaccia per i paesi europei non in relazione alla possibile conquista di quote nel loro mercato interno, quanto nel contendersi i nuovi mercati emergenti, come quello cinese e quello russo, che negli ultimi anni hanno aumentato le importazioni di vino dai paesi del Nuovo Mondo, in grado di offrire ottimi rapporti qualità prezzo. Nonostante quanto detto sinora, nel

2013 il maggior esportatore di vino al mondo è l'Italia, seguita da Spagna e Francia che insieme coprono il 54% del commercio estero mondiale.

**Tabella 4: Evoluzione del commercio mondiale di vino (milioni di ettolitri)**

Paesi	86-90	91-95	96-00	01-05	06-10	2011	2012	Previsione 2013	Var. % 2013/1986
Francia	12,8	11,5	15,3	14,8	13,8	14,5	14,8	14,6	14,1%
Germania	2,7	2,7	2,3	2,6	3,6	4	4	4	48,1%
<b>Italia</b>	<b>12,5</b>	<b>15,1</b>	<b>14,8</b>	<b>14,9</b>	<b>19,2</b>	<b>23,2</b>	<b>21,5</b>	<b>20,3</b>	<b>62,4%</b>
Portogallo	1,5	1,9	2,1	2,6	2,8	3,1	3,2	3,1	106,7%
Spagna	4,6	7,3	8,8	12,1	15,6	22,4	21,5	17,7	284,8%
<b>Vecchio Mondo</b>	<b>34,1</b>	<b>38,5</b>	<b>43,3</b>	<b>47</b>	<b>55</b>	<b>67,2</b>	<b>65</b>	<b>59,7</b>	<b>75,1%</b>
% mondiale	78,4%	75,3%	71,1%	65,1%	63,1%	67,5%	65,0%	61,0%	
<b>Svizzera</b>	<b>0,014</b>	<b>0,012</b>	<b>0,013</b>	<b>0,017</b>	<b>0,021</b>	<b>0,02</b>			<b>n.d.</b>
Argentina	0,2	0,6	1	1,5	3,2	3,1	3,4	3,2	1500,0%
Australia	0,2	1	2,1	5,4	7,6	7,1	7,2	7,1	3450,0%
Cile	0,2	0,9	2,2	3,9	6,2	6,2	7,1	8,8	4300,0%
Nuova Zelanda	0,1	0,1	0,2	0,3	0,9	1,5	1,8	1,8	1700,0%
Stati Uniti	0,6	1,2	2,3	3,2	4,1	4,2	4	4,1	583,3%
Sud Africa	0,1	0,4	1,2	2,4	3,5	3,6	4,1	5,6	5500,0%
<b>Nuovo Mondo</b>	<b>1,4</b>	<b>4,2</b>	<b>9</b>	<b>16,7</b>	<b>25,5</b>	<b>25,7</b>	<b>27,6</b>	<b>30,6</b>	<b>2085,7%</b>
% mondiale	3,2%	8,2%	14,8%	23,1%	29,3%	25,8%	27,6%	31,3%	
Cina	0	0	0,1	0,1	0,1	0,2			n.d.
<b>Totale mondiale</b>	<b>43,5</b>	<b>51,1</b>	<b>60,9</b>	<b>72,2</b>	<b>87,1</b>	<b>99,5</b>	<b>100</b>	<b>97,8</b>	<b>124,8%</b>
Var % per. prec.		17,5%	19,2%	18,6%	20,6%	14,2%	0,5%	-2,2%	

Fonte: Elaborazione dell'autore su dati OIV 2007 e 2014

È necessario considerare con cautela le variazioni esposte nella tabella sopra riportata tenendo in considerazione le differenti situazioni di partenza: i paesi del Vecchio Mondo esportano notevoli quantità di vino da parecchi anni; le produzioni dei paesi del Nuovo Mondo, viceversa, fino agli anni '90 erano praticamente assenti dal commercio estero e quindi anche piccoli aumenti delle esportazioni in valore assoluto si traducono in grandi balzi avanti in valore relativo.

A livello globale, dal 2000 ad oggi, il tasso di crescita del commercio estero calcolato in valore (milioni di euro), è stato maggiore rispetto ai dati relativi allo stesso calcolo effettuato in volume (milioni di ettolitri); questa tendenza evidenzia l'aumento del prezzo dell'export per unità di prodotto che rappresenta un ulteriore dato a conferma dello spostamento delle preferenze dei consumatori verso prodotti



di maggiore qualità. In questo caso è da notare la diminuzione del prezzo medio unitario delle esportazioni provenienti dai paesi del Nuovo Mondo; questo dato, che potrebbe sembrare in controtendenza rispetto all'evoluzione del mercato di questi paesi, mette in luce la politica aggressiva che i produttori del nuovo mondo hanno attuato nel nuovo millennio allo scopo di penetrare i mercati internazionali sfruttando una politica di abbassamento dei prezzi, permessa da una maggior efficienza produttiva, che ha consentito loro di aumentare notevolmente il rapporto qualità prezzo. Questa strategia è stata perseguita al fine di competere meglio con i paesi del vecchio mondo, cercando di bilanciare il minor potere del brand dei prodotti di questi paesi rispetto a quello dei vini europei.

**Tabella 5: Evoluzione del commercio mondiale di vino**

Paesi	VOLUME			VALORE			EURO/L		
	86-90	Prev. 2013	Var. % 2013/2000	86-90	Prev. 2013	Var. % 2013/2000	86-90	Prev. 2013	Var. % 2013/2000
Francia	15	14,6	-2,7%	5494,2	7812,1	42,2%	3,66	5,35	46,2%
Germania	2,4	4	66,7%	394,2	998,9	153,4%	1,64	2,5	52,4%
<b>Italia</b>	<b>14,7</b>	<b>20,3</b>	<b>38,1%</b>	<b>2471,8</b>	<b>5005</b>	<b>102,5%</b>	<b>1,68</b>	<b>2,47</b>	<b>47,0%</b>
Portogallo	1,9	3,1	63,2%	506,7	724,4	43,0%	2,67	2,34	-12,4%
Spagna	8,6	17,7	105,8%	1256	2466,9	96,4%	1,46	1,39	-4,8%
<b>NM</b>	<b>42,6</b>	<b>59,7</b>	<b>40,1%</b>	<b>10122,9</b>	<b>17007,3</b>	<b>68,0%</b>	<b>2,22</b>	<b>2,81</b>	<b>26,5%</b>
% mondiale	71,1%	61,0%		73,9%	66,2%				
Argentina	0,8	3,2	300,0%	173,2	657,7	279,7%	2,16	2,05	-5,1%
Australia	3,1	7,1	129,0%	976,2	1337,2	37,0%	3,15	1,88	-40,3%
Cile	2,6	8,8	238,5%	633,9	1409,2	122,3%	2,44	1,6	-34,4%
Nuova Zelanda	0,2	1,8	800,0%	97,1	773,1	696,2%	4,85	4,29	-11,5%
Stati Uniti	2,8	4,1	46,4%	580,3	1173,8	102,3%	2,07	2,86	38,2%
Sud Africa	1,4	5,6	300,0%	264,2	618,9	134,3%	1,89	1,11	-41,3%
<b>VM</b>	<b>10,9</b>	<b>30,6</b>	<b>180,7%</b>	<b>2724,9</b>	<b>5969,9</b>	<b>119,1%</b>	<b>2,76</b>	<b>2,30</b>	<b>-16,7%</b>
% mondiale	18,2%	31,3%		19,9%	23,3%				
<b>Tot. Mondiale</b>	<b>59,9</b>	<b>97,8</b>	<b>63,3%</b>	<b>13704</b>	<b>25675</b>	<b>87,4%</b>	<b>2,29</b>	<b>2,62</b>	<b>14,4%</b>

Fonte: Elaborazione dell'autore su dati OIV 2007 e 2014

L'evoluzione del mercato vinicolo internazionale ha fatto sì che nel XXI secolo alcune nazioni, pur avendo una produzione di vino pressoché nulla, raggiungano dei valori di esportazione ragguardevoli. Questo è il caso di alcuni piccoli paesi che si sono affermati come importanti centri finanziari e commerciali, come Singapore e Hong Kong (regione amministrativa speciale della Repubblica popolare cinese), che si sono specializzati nella riesportazione di vini provenienti dai principali paesi

produttori. Questi paesi oggi rappresentano delle interessanti realtà soprattutto per il commercio di vini di alta fascia tanto da essere nel 2013 i primi due esportatori asiatici in termini di valore (risultato raggiunto soprattutto grazie al ruolo di intermediari nelle importazioni orientali).

### **2.3 Differenze tra Vecchio Mondo e Nuovo Mondo**

Nelle pagine precedenti sono stati analizzati i differenti percorsi evolutivi dei principali mercati vitivinicoli a livello mondiale; in questo paragrafo ci si sofferma invece sulle strategie e sui contesti in cui si collocano i paesi del Vecchio Mondo e quelli del Nuovo Mondo al fine di individuare le peculiarità che ne hanno influenzato l'evoluzione.

Osservando le tendenze principali nel comportamento strategico dei paesi produttori, si possono individuare due approcci principali che risultano in contrasto in molti degli aspetti da cui sono definiti: l'orientamento al prodotto, tipico delle imprese del Vecchio Mondo, e l'orientamento al marketing, proprio delle imprese del Nuovo Mondo. Questa distinzione, seppur di carattere generale, è utile per riassumere le principali strategie a livello di macro aree, anche se è possibile che all'interno di esse vi siano imprese che adottano comportamenti differenti<sup>6</sup> (Unioncamere, Camere di Commercio d'Italia, 2010).

La produzione vinicola dei paesi del Vecchio Mondo è caratterizzata da antiche tradizioni e dal legame inscindibile tra le molteplici tipologie di vino e il loro luogo d'origine. Per le imprese europee il territorio riveste un'importanza centrale e le differenti caratteristiche dei vitigni autoctoni rappresentano la base per gli attributi distintivi del prodotto finito. La rigidità dei disciplinari, al fine di difendere le tradizioni e le tipicità locali, garantendo la qualità del prodotto, impone vincoli sia strutturali, legati alla localizzazione dei vitigni e degli impianti di trasformazione, sia processuali, legati ai metodi di produzione, che hanno fortemente inibito la possibilità di introdurre innovazioni radicali per i produttori che vogliono fregiare i loro vini con denominazioni (Nosi, 2012). I vincoli strutturali prescrivono che i vitigni siano coltivati in aree circoscritte e individuate a priori e che, all'interno di esse, sia svolto anche il processo di vinificazione; questo comporta il raggiungimento di scarse economie di scala ad ha favorito alti livelli di integrazione verticale con le imprese che svolgono all'interno della tenuta le diverse fasi che conducono alla produzione del vino, dalla vigna al confezionamento. L'attaccamento alle tradizioni è

---

<sup>6</sup> Unioncamere, Camere di Commercio d'Italia (2010). *Rapporto Nazionale sul settore Vitivinicolo*. Roma

un altro elemento che ha portato ad una moderata introduzione di innovazione e ad un utilizzo non invasivo della tecnologia. Il forte legame con il territorio, il rispetto delle molteplici tipicità locali e le normative sulle denominazioni spiegano la grande frammentazione del settore vitivinicolo, che rappresenta comunque un elemento culturale dei paesi del vecchio mondo. I vini di qualità dei paesi europei hanno un'elevata complessità organolettica, che li rende difficili da gustare e da apprezzare pienamente dai non esperti, e un altrettanto elevata complessità cognitiva, legata alla ricchezza di informazioni presenti sulle etichette, che in alcuni casi sono difficilmente decifrabili dai consumatori meno preparati. Inoltre, i produttori di vini di qualità nei paesi del Vecchio Mondo, mostrano una certa reticenza verso i sistemi di distribuzione moderna, vendendo i loro prodotti prevalentemente tramite canali specializzati e affidandosi raramente alle tecnologie informatiche quali sistemi di vendita diretta. Questo, insieme alla bassa attenzione alle attività promozionali, quasi assenti a livello collettivo, evidenzia una scarsa propensione verso strategie di marketing aggressive e la preferenza nell'affidarsi alla qualità e alle caratteristiche distintive dei prodotti per raggiungere i consumatori.

I paesi del Nuovo Mondo, invece, avendo una limitata tradizione in campo vitivinicolo e non disponendo di varietà di vitigni autoctoni e tipicità locali paragonabili a quelle dei paesi europei, puntano su strategie focalizzate sulla domanda dedicando parecchie risorse ad analisi di mercato al fine di impostare le condizioni ottimali per assecondare le esigenze dei consumatori. Alla complessità dei prodotti europei, i produttori del Nuovo Mondo contrappongono una sostanziale demistificazione del vino, puntando sulla semplificazione organolettica e cognitiva del prodotto, che parte dalla vigna, tramite l'impianto di vitigni internazionali, come Chardonnay, Merlot e Sauvignon, facilmente identificabili anche da consumatori non esperti, fino al confezionamento con etichette semplici ed essenziali. Nei paesi extraeuropei il sistema normativo del settore vitivinicolo è relativamente blando imponendo, nella maggior parte dei casi, solo vincoli strutturali legati alla provenienza delle uve. Sfruttando la libertà consentita dai disciplinari, i produttori hanno potuto localizzare i vitigni in base alla vocazione dei territori e gli impianti di vinificazione laddove sussistono le migliori condizioni produttive, secondo esigenze di convenienza economica (Nosi, 2012). Inoltre, grazie alla mancanza, o alla morbidezza, di disciplinari processuali, nei paesi del nuovo mondo è presente maggior libertà all'introduzione di innovazioni e si fa un uso intensivo della tecnologia. Questo si traduce in aumenti di efficienza ed efficacia produttiva che hanno consentito alle imprese di sfruttare maggiori economie di scala, ottenute attraverso l'incremento dei volumi di produzione. Grazie anche a queste condizioni, i

mercati del nuovo mondo presentano un elevato grado di concentrazione, con la presenza di imprese di grandi dimensioni con elevate quote di mercato, grandi risorse finanziarie e forte cultura manageriale. Questi produttori, spinti da una domanda interna ancora insufficiente, impiegano strategie di marketing aggressive al fine di penetrare i mercati internazionali aumentando le loro esportazioni. Inoltre, per facilitare la distribuzione, le imprese si affidano a differenti canali di vendita affiancando ai negozi specializzati la grande distribuzione, le vendite su catalogo e, in misura sempre crescente, internet.

**Tabella 6: Principali differenze tra Vecchio Mondo e Nuovo Mondo**

<b>Paesi del Nuovo Mondo</b>	<b>Paesi del Vecchio Mondo</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Orientamento al prodotto</li> <li>- Antiche tradizioni</li> <li>- Forte legame al territorio d'origine</li> <li>- Grande varietà vitigni autoctoni e tipicità locali</li> <li>- Rigidità dei disciplinari</li> <li>- Vincoli strutturali e processuali</li> <li>- Scarse economie di scala</li> <li>- Moderata introduzione di innovazioni</li> <li>- Uso della tecnologia limitato e non invasivo</li> <li>- Mercato frammentato</li> <li>- Complessità del prodotto</li> <li>- Reticenza verso distribuzione modera</li> <li>- Scarsa attenzione al marketing</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Orientamento al marketing</li> <li>- Cultura vinicola recente</li> <li>- Convenienza prima del legame al territorio</li> <li>- Limitata varietà di vitigni autoctoni e tipicità locali (utilizzo vitigni internazionali)</li> <li>- Disciplinari blandi</li> <li>- Vincoli solo strutturali</li> <li>- Forti economie di scala</li> <li>- Forte propensione all'innovazione</li> <li>- Uso intensivo della tecnologia</li> <li>- Mercato concentrato</li> <li>- Semplificazione del prodotto</li> <li>- Distribuzione multicanale</li> <li>- Grande attenzione al marketing</li> </ul>

Fonte: *Elaborazione dell'autore*

### **3. L'INFLUENZA DELLE NORMATIVE SULLA POSSIBILITÀ DI INTRODURRE INNOVAZIONI NEL SETTORE VITIVINICOLO NELL'AREA DEL BACINO DEL PO**

Nel settore vitivinicolo, come negli altri settori agroalimentari, il quadro normativo ha un'importanza fondamentale in quanto, attraverso il sistema delle indicazioni geografiche, stabilisce importanti distinzioni tra i prodotti alle quali i consumatori possono fare affidamento nel momento dell'acquisto. Per questo motivo, il rispetto delle norme a cui fa seguito l'assegnazione di un'indicazione geografica, oltre ad imporre dei vincoli al lavoro dei produttori, assegna loro anche una fonte di vantaggio competitivo.

Nonostante in tutto il mondo sia riconosciuto il ruolo fondamentale dei disciplinari a garanzia di determinati standard operativi nei settori agroalimentari, le regole che stabiliscono la loro applicazione variano molto da paese a paese e, come accennato in precedenza, questo dà luogo a difformità rilevanti negli adempimenti cui sono sottoposte le imprese (Nosi, 2012).

In questo capitolo saranno esposte le motivazioni per l'introduzione di normative e classificazioni nel settore vitivinicolo e saranno analizzate le peculiarità dei disciplinari europei focalizzando l'attenzione su come queste norme influiscono sulla possibilità di introdurre innovazioni nel Vecchio Continente.

#### **3.1 Il vino come *experience good***

Per un consumatore non esperto è molto difficile, se non impossibile, valutare la qualità di un vino prima di averlo assaggiato; per questo motivo, al momento dell'acquisto, esso dovrà scegliere quale prodotto comprare affidandosi alle informazioni che può reperire sulla bottiglia. Questa caratteristica del vino, e di molti altri prodotti agroalimentari, lo fa rientrare nella categoria degli *experience good*, ossia di quei beni le cui caratteristiche e qualità possono essere accertate e valutate solo dopo il consumo. Nei mercati di questi prodotti vi è quindi un'elevata asimmetria informativa in favore del produttore che, ipotizzando l'assenza di diritti di proprietà intellettuale, può portare a problemi nella struttura del mercato; in letteratura, uno dei contributi più importanti su questo tema è quello proposto dall'economista americano George Akerlof nel suo celebre articolo "*The Market for Lemons: Quality Uncertainty and the Market Mechanism*" (Akerlof, 1970) nel quale l'autore spiega le conseguenze negative per il mercato causate dall'interazione tra qualità eterogenea dei prodotti e asimmetria informativa tra le parti. Nella teoria

proposta in questo articolo, esemplificata sul mercato delle auto usate, si ipotizza che siano in commercio sia auto usate in buono stato sia auto usate in cattive condizioni (“bidoni” o, nel gergo statunitense, “limoni”) ma la stessa teoria può essere esemplificata anche sul mercato vitivinicolo ipotizzando la presenza in commercio di vini buoni e vini scadenti e la mancanza di informazioni da parte dei consumatori; secondo questa teoria, gli acquirenti di un vino, non conoscendo a priori la qualità del prodotto che stanno acquistando, ipotizzano l’acquisto di un vino di media qualità e saranno disposti a pagare un prezzo compreso tra quello dei vini buoni e quello dei vini scadenti. A questo prezzo, i venditori, che invece conoscono perfettamente la qualità dei prodotti messi in vendita, non saranno più disposti a vendere vini di buona qualità, ritirandoli dal mercato. Il ritiro dei prodotti buoni, riduce il livello qualitativo medio dei vini in commercio e i consumatori, accorgendosi di questa tendenza, rivedono al ribasso le aspettative sulla qualità dei vini e non saranno più disposti a pagare il prezzo di prima. La diminuzione del prezzo di acquisto, spinge fuori dal mercato i prodotti moderatamente buoni determinando una nuova revisione al ribasso della qualità e via discorrendo fino a quando sul mercato non saranno presenti solo vini scadenti. In assenza di strumenti di garanzia per i consumatori, situazioni di questo tipo si potrebbero verificare realmente nel mercato vitivinicolo; questa è una delle motivazioni principali per l’introduzione di istituti giuridici come le indicazioni geografiche e le denominazioni di origine che, imponendo il rispetto di determinate regole produttive, garantiscono livelli minimi di qualità obiettivi. Oltre alle indicazioni geografiche e alle denominazioni di origine, che rappresentano marchi di qualità collettivi, nel mercato del vino è di notevole importanza il contributo dei marchi individuali che, testimoniando la reputazione di ogni singolo produttore, spingono a produrre beni di elevata qualità. L’introduzione di questi strumenti giuridici nel mercato del vino nasce dunque dalla necessità di ridurre l’asimmetria informativa sollevando il consumatore dalla sua condizione di sotto informazione rispetto alle qualità e alle caratteristiche del prodotto che intende acquistare (Sagre, 2003). In questo modo, imponendo il rispetto di standard da osservare, relativamente all’origine del prodotto e alle sue qualità, e incrementando le informazioni disponibili su di esso, si abbassano i costi di transazione per il consumatore, legati alla ricerca del prodotto che esso desidera, e si incentivano i produttori alla fornitura di beni di alta qualità.

### 3.2 La tutela delle indicazioni di origine

Come esposto nel capitolo precedente, nei paesi del Vecchio Mondo la produzione vinicola ha un legame inscindibile con il suo luogo d'origine tanto che la provenienza di un vino da una determinata zona ne rappresenta un attributo qualificante e differenziante, fonte di vantaggio competitivo. L'importanza del luogo nasce dalla moltitudine di tipicità locali presenti nelle diverse regioni europee che si sono sviluppate secondo antiche e differenti tradizioni, in grado di conferire ai prodotti caratteristiche e qualità uniche. Questa differenziazione ha origine sia dalle proprietà dei territori su cui sono impiantate le vigne e dalle caratteristiche delle uve che da esse hanno origine, sia dalle differenti culture produttive che si sono sviluppate al loro interno.

Per difendere la qualità e la provenienza dei propri vini dalle azioni imitative dei concorrenti e per fornire ai consumatori un valido strumento a supporto delle loro decisioni di acquisto, i paesi del Vecchio Mondo si sono dotati già da parecchi anni di legislazioni a tutela delle tipicità locali basate su marchi di qualità come le indicazioni geografiche e le denominazioni di origine che impongono il rispetto di determinati disciplinari di produzione. Nel 1930 la Francia è stata il primo paese ad approvare norme in questo ambito seguita dall'Italia nel 1963. La svolta principale si è avuta però con l'accordo TRIPS del 1994, promosso dall'Organizzazione Mondiale del Commercio, all'interno del quale le indicazioni geografiche sono state trattate come diritti di proprietà intellettuale, alla stregua di brevetti, marchi e copyright, e tutelate a livello internazionale tra gli stati membri. A livello europeo, il Regolamento CEE numero 2081 del 1992, abrogato dal Regolamento CE numero 510 del 2006<sup>7</sup>, relativo alla protezione delle indicazioni geografiche e delle denominazioni di origine dei prodotti agroalimentari, escluso il settore vitivinicolo, ha armonizzato le legislazioni degli stati membri dettando i requisiti che un prodotto deve rispettare per avere un marchio di qualità. Il settore vitivinicolo, non coperto da queste norme, è stato regolato con la legislazione relativa all'Organizzazione Comune di Mercato Vino (OCM Vino) che disciplina la produzione e gli scambi dei prodotti agricoli di tutti gli stati membri dell'Unione Europea<sup>8</sup>. La riforma introdotta con il regolamento numero 479 del 2008 (Nuova OCM Vino) distingue i prodotti vitivinicoli in due macro categorie:

---

<sup>7</sup> Sostituito a sua volta dal Regolamento CE numero 1151 del 2012 che però non è ancora entrato in vigore interamente.

<sup>8</sup> [http://europa.eu/legislation\\_summaries/glossary/common\\_agricultural\\_markets\\_it.htm](http://europa.eu/legislation_summaries/glossary/common_agricultural_markets_it.htm)

- Vini a origine geografica (DOP e IGP): vini con uno specifico legame con il territorio la cui realizzazione è sottoposta ad un disciplinare di produzione;
- Vini senza origine geografica (vini da tavola): vini senza uno specifico legame con il territorio la cui realizzazione non è sottoposta a disciplinare di produzione.

La Nuova OCM Vino ha introdotto anche per il settore vitivinicolo i termini denominazione di origine protetta (DOP) e indicazione geografica protetta (IGP), richiamando la disciplina prevista dal regolamento 510/2006 applicata agli altri settori agroalimentari, che in questo ambito sono definiti come<sup>9</sup>:

- Denominazione di origine protetta (DOP): il nome di un prodotto le cui qualità e caratteristiche sono dovute essenzialmente o esclusivamente ad un particolare ambiente geografico ed ai suoi fattori naturali e umani. Tale prodotto deve essere ottenuto da uve provenienti esclusivamente dalla zona in oggetto e la produzione deve avvenire nella zona stessa;
- Indicazione geografica protetta (IGP): il nome di un prodotto che possiede qualità, notorietà o altre caratteristiche specifiche attribuibili a una determinata area geografica. Tale prodotto deve essere ottenuto da uve provenienti per almeno l'85% dalla zona in oggetto e la produzione deve avvenire nella zona stessa.

### 3.3 La normativa italiana

Il Regolamento europeo 479/2008 è stato recepito in Italia dal Decreto Legislativo numero 61 del 2010 (in sostituzione della legge 164 del 1992 che aveva regolato il settore vitivinicolo italiano fino ad allora) sulla "tutela delle denominazioni di origine e delle indicazioni geografiche dei vini". In base a questa norma, partendo dalle classificazioni dettate nei regolamenti europei, i vini italiani sono classificati secondo una gerarchia qualitativa che può essere riassunta schematicamente in una piramide suddivisa in cinque livelli che in letteratura viene definita *piramide della qualità*. Questa classificazione è composta da<sup>10</sup>:

---

<sup>9</sup> <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2008:148:0001:0061:IT:PDF>

<sup>10</sup> [http://www.pv.camcom.it/files/Agricoltura/D.LGS.\\_N.\\_61\\_08.04.2010.pdf](http://www.pv.camcom.it/files/Agricoltura/D.LGS._N._61_08.04.2010.pdf)

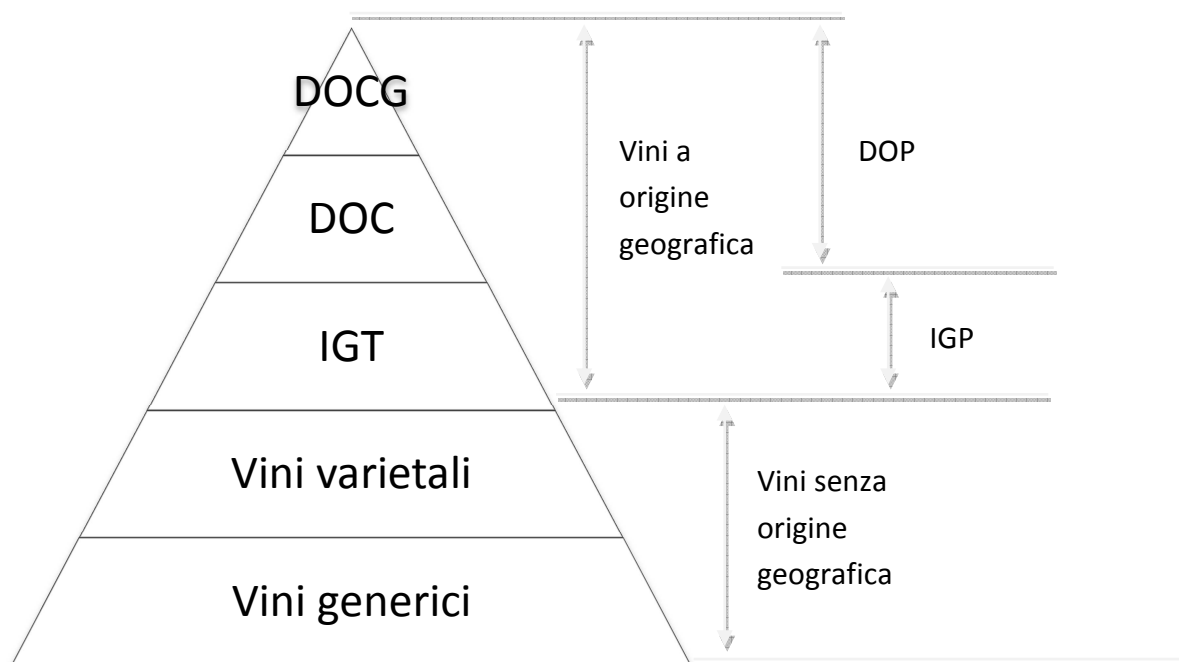


- Vini generici: tali vini non sono sottoposti a disciplinari produttivi, devono solo essere prodotti con uve autorizzate e rispettare vincoli qualitativi molto ampi; sulle etichette di questi prodotti non sono previste indicazioni in merito alla provenienza, al vitigno e all'annata;
- Vini varietali: questi vini sono sottoposti a una regolamentazione blanda e possono essere prodotti solo con uve provenienti da vitigni autorizzati (solitamente vitigni internazionali come Chardonnay, Merlot e Sauvignon); almeno l'85% delle uve con cui sono prodotti questi vini deve appartenere alla varietà che li identifica e il vitigno può essere indicato in etichetta; non è invece prevista l'indicazione della provenienza; queste prime due classificazioni corrispondono alla categoria comunitaria dei vini senza origine geografica;
- Vini a indicazione geografica tipica (IGT): si tratta di vini prodotti in aree geografiche determinate generalmente molto estese e la loro provenienza è indicata sull'etichetta; sono sottoposti a un disciplinare di produzione obbligatorio, redatto secondo le norme dell'UE; oltre alla provenienza, possono essere indicati anche il vitigno (o i vitigni) e l'annata di raccolta delle uve; questa classificazione corrisponde alla categoria comunitaria IGP;
- Vini a denominazione di origine controllata (DOC): questi vini sono prodotti in aree geografiche limitate e con una particolare vocazione; sono prodotti rinomati e di qualità e le loro caratteristiche sono connesse all'ambiente naturale ed ai fattori umani della zona di produzione; devono rispettare un rigido disciplinare produttivo che indica, tra l'altro, la zona di produzione, i vitigni ammessi, le rese per ettaro e specifiche procedure realizzative; sia la coltivazione delle vigne che la vinificazione devono essere effettuati all'interno dell'area indicata; per poter essere messi in commercio, devono superare un'analisi chimico-fisica e un esame organolettico in fase di produzione che certifichi il rispetto dei requisiti previsti dal disciplinare; è obbligatoria l'indicazione dell'annata di raccolta delle uve;
- Vini a denominazione di origine controllata e garantita (DOCG): si tratta di vini prodotti in zone geografiche limitate seguendo un disciplinare produttivo ancora più rigido di quello previsto per i vini DOC specialmente in ordine alle rese per ettaro dei vigneti, alla gradazione minima del vino e al periodo di affinamento o invecchiamento obbligatorio; *“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*" (D. Lgs. 61/2010); sia la coltivazione delle vigne che la vinificazione devono essere effettuati all'interno dell'area indicata; per poter essere messi in commercio, devono superare un'analisi chimico-fisica e un esame organolettico in fase di produzione che, a differenza dei vini DOC, deve essere ripetuto, partita per partita, anche in fase di imbottigliamento per certificare il rispetto dei requisiti previsti dal disciplinare; è obbligatoria l'indicazione dell'annata di raccolta delle uve; queste ultime due classificazioni corrispondono alla categoria comunitaria DOP.

I vini DOC e DOCG possono essere arricchiti con delle menzioni speciali relative a sottozone di produzione, sottodenominazioni o altre indicazioni come "classico", "superiore" o "novello", che richiedono il rispetto di apposite norme nei disciplinari di produzione.

È importante chiarire che la piramide della qualità rappresenta una classificazione teorica della qualità dei vini ordinati in modo arbitrario dal basso verso l'alto secondo le regole produttive di riferimento. La distinzione espressa in questi termini non si riflette necessariamente sulla fascia di prezzo dei prodotti che la definiscono, infatti non è raro trovare bottiglie classificate nei livelli alla base della piramide vendute a prezzi anche molto superiori rispetto a quelle collocate al vertice. Essa rappresenta quindi una convenzione e, più che per discriminare la qualità di un vino, è utile per compiere valutazioni in merito ai vincoli che ne condizionano i processi produttivi, anche se è bene sottolineare che il rispetto di questi può favorire il raggiungimento di livelli qualitativi più elevati.

**Figura 6: La piramide della qualità dei vini italiani**

Fonte: Elaborazione dell'autore

Osservando la piramide della qualità dei vini italiani e la descrizione dei livelli che la compongono, si nota che i piani più alti, occupati dai vini a origine geografica (IGT, DOC e DOCG), sono sottoposti a disciplinari produttivi obbligatori, differenti a seconda della denominazione, che impongono vincoli sia strutturali (legati alla localizzazione degli impianti) sia processuali (legati al processo produttivo). I vincoli strutturali, andando verso il vertice della piramide, impongono che la produzione sia localizzata in territori specifici di dimensioni via via più limitate con determinate caratteristiche naturali dell'ambiente quali il clima, il terreno, l'altitudine e l'esposizione, e stabiliscono i vitigni che possono essere utilizzati, le rese massime per ettaro dei vigneti, la densità delle viti e le caratteristiche delle uve<sup>11</sup>. Riguardo ai vincoli processuali, i disciplinari impongono il rispetto di specifiche regole di vinificazione, stabiliscono i periodi minimi di invecchiamento e affinamento e indicano le caratteristiche tecniche del prodotto finito come colore, odore, gradazione alcolica effettiva e potenziale, che devono risultare conformi a standard qualitativi prestabiliti. Inoltre, per i vini DOC e DOCG, è stabilito che sia la produzione delle uve sia il processo di vinificazione siano svolti all'interno dell'area indicata dalla denominazione; ciò comporta che la scelta della localizzazione degli impianti di trasformazione non può essere compiuta sulla base di valutazioni

<sup>11</sup> [http://www.pv.camcom.it/files/Agricoltura/D.LGS.\\_N.\\_61\\_08.04.2010.pdf](http://www.pv.camcom.it/files/Agricoltura/D.LGS._N._61_08.04.2010.pdf)

sull'economicità dei fattori di produzione (costo della manodopera, costo dei terreni, dotazioni infrastrutturali, prossimità ai mercati di sbocco, ecc.) (Nosi, 2012) ma deve seguire i dettami del disciplinare di produzione. Queste norme hanno la conseguenza di precludere lo sfruttamento appieno dei vantaggi legati alle economie di scala impedendo ai produttori che possiedono più vigneti localizzati in territori diversi, di costruire un unico impianto produttivo in grado di raccogliere le uve provenienti da essi e, per questo, hanno inibito l'aumento dimensionale delle imprese, favorendo un'elevata frammentazione del mercato. Anche l'imbottigliamento segue norme inserite nei disciplinari che impongono che debba essere effettuato all'interno delle aree coperte dalle denominazioni e fissano vincoli riguardo forme, materiali, dimensioni e chiusure (tappi). Infine, le etichette, che rappresentano la carta d'identità del vino, sono anch'esse fortemente regolamentate attraverso diciture obbligatorie e facoltative che devono comparire su di esse a seconda del livello della piramide della qualità in cui si colloca il vino che le indossa. La stringente legislazione a cui sono sottoposte le produzioni a denominazione, ha spinto diversi produttori a "declassare" i propri vini, da DOP a IGP o a vini senza origine geografica, al fine di poter operare con maggiore discrezionalità introducendo innovazioni sia di prodotto che di processo. È il caso dei celeberrimi *Super Tuscan* che, a partire dagli anni '70, ha visto alcuni produttori abbandonare volontariamente la denominazione per poter realizzare prodotti innovativi in grado di assecondare le esigenze dei consumatori.

Quanto detto sinora, mette in luce come la normativa italiana regoli in modo pervasivo l'intero ciclo di produzione del vino, dalla vigna al confezionamento, limitando la discrezionalità dei produttori che vogliono fregiare i loro prodotti con denominazioni poste ai vertici della piramide della qualità. Questo porta ad inibire l'innovazione nelle sue forme differenti rendendo il settore vitivinicolo italiano molto rigido, almeno per quanto riguarda le produzioni coperte da denominazioni. Se da un lato il forte attaccamento al prodotto, alle tradizioni e alle tipicità locali favorisce indubbiamente la produzione di vini di qualità, dall'altro, i vincoli alle possibilità di innovare e di sperimentare soluzioni alternative limitano l'efficienza produttiva e rendono difficile l'adattamento dell'offerta a possibili mutamenti dei gusti e delle preferenze da parte della domanda.

### 3.4 La normativa ticinese

Nel Canton Ticino, a partire dagli anni '80, la viticoltura ha iniziato un percorso evolutivo che in poco più di tre decenni ne ha profondamente cambiato l'aspetto. Come avvenuto in altri paesi europei, la riqualificazione del settore partita alla fine del secolo scorso ha spostato l'attenzione verso la qualità delle produzioni e la tutela delle tipicità locali. A questo fine, i marchi di qualità rivestono un ruolo importante valorizzando l'identità e la tipicità del prodotto e garantendo il raggiungimento di criteri qualitativi certi a tutela delle aspettative dei consumatori. La piramide della qualità dei vini ticinesi è suddivisa in quattro livelli ed è composta da<sup>12</sup>:

- Vini da tavola (Vdt): questi vini non hanno nessun limite varietale e possono quindi essere realizzati con qualsiasi vitigno; sono sottoposti a vincoli qualitativi molto ampi; sulle etichette è vietata l'indicazione dell'origine, della provenienza, del vitigno e dell'annata;
- Vini a indicazione geografica tipica (IGT): questi vini sono prodotti in Ticino e l'indicazione ammessa è "Vino della Svizzera italiana"; sono sottoposti ad un disciplinare di produzione blando con norme relative alla gradazione minima e alla produzione massima; può essere utilizzato qualsiasi vitigno che rispetti i limiti di produzione; sull'etichetta può essere indicata l'annata di raccolta delle uve;
- Vini a indicazione geografica tipica (IGT) nostrani: questi vini hanno una regolamentazione pari a quella dei vini IGT tranne che i vitigni utilizzati devono essere di ceppo europeo;
- Vini a denominazione di origine controllata (DOC): questi vini sono prodotti in Ticino e le indicazioni previste sono "TICINO DOC" o "Rosso-Bianco-Rosato del Ticino o Ticinese DOC" a seconda che si tratti di un vino prodotto con un unico vitigno o con più vitigni; sono prodotti pregiati con un forte legame al territorio e le loro caratteristiche dipendono dall'ambiente naturale e dai fattori umani della zona di produzione; sono sottoposti ad un disciplinare produttivo che riguarda la delimitazione della zona di produzione, i vitigni ammessi, le tecniche di coltura, le rese massime per ettaro e le procedure di vinificazione; prima di poter essere messi in commercio, una commissione di degustatori qualificati deve eseguire un'analisi qualitativa e un esame organolettico al fine di valutare la qualità

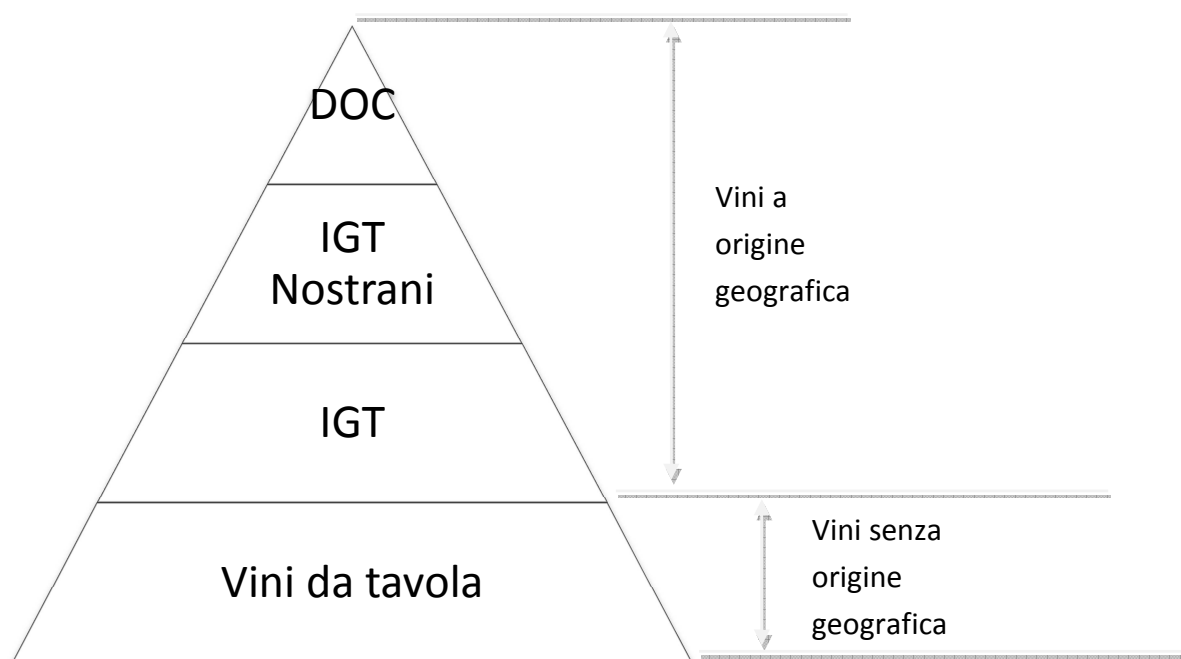
---

<sup>12</sup> <http://www4.ti.ch/fileadmin/DFE/DE-SA/viticoltura/viticoltura-classificazione-vini.pdf>

del prodotto e le sue caratteristiche tecniche che devono risultare conformi con quanto previsto dal disciplinare; è obbligatoria l'indicazione in etichetta del vitigno mentre l'indicazione dell'annata di raccolta delle uve è facoltativa. L'istituzione della DOC in Ticino è stata possibile grazie all'approvazione da parte dell'UE delle Denominazioni di Origine Controllate svizzere, avvenuta nel 1994<sup>13</sup> e il primo vino DOC ticinese risale alla vendemmia 1997.

La tutela della tipicità dei vini DOC può essere ulteriormente completata con l'indicazione di un'area geografica maggiormente circoscritta come la parte del Cantone, il Distretto, il Comune, la frazione o i nomi catastali. È inoltre previsto l'utilizzo del termine "riserva" per i vini che sono messi in commercio dopo un determinato periodo di tempo.

**Figura 7: La piramide della qualità dei vini svizzeri**



Fonte: Elaborazione dell'autore

In Svizzera, la sperimentazione nel settore vitivinicolo ha sempre avuto una grande importanza e il Canton Ticino, essendo uno dei cantoni leader a livello nazionale per la produzione di vino, ha giocato negli anni un ruolo di primo ordine. In seguito alla devastazione del patrimonio viticolo europeo a causa della *fillossera*, avvenuta nella seconda metà del XIX secolo, le autorità cantonali hanno saputo trarre profitto da

<sup>13</sup> <http://www.ticinowine.ch/index.php?page=doc-in-ticino>

questa grave situazione ridisegnando la viticoltura ticinese; per fare questo, hanno lanciato un programma di studi e sperimentazioni finalizzate alla ricostruzione del patrimonio viticolo ponendo grande attenzione all'aspetto qualitativo. Gli studi effettuati hanno spinto nel 1906 ad impiantare il primo vitigno Merlot che, in seguito agli ottimi risultati ottenuti da questo impianto, hanno indotto le autorità e i principali produttori a promuoverne la diffusione tanto che col passare degli anni il Merlot è diventato il massimo rappresentante della viticoltura ticinese e oggi copre oltre l'80% della superficie vitata cantonale<sup>14</sup>. La sperimentazione è sempre stata sostenuta dalle autorità ma col passare degli anni la crescente attenzione verso la tutela delle tradizioni e delle tipicità locali ha portato all'introduzione di alcuni paletti giustificati dal sistema dei marchi di qualità. Oggi la normativa che disciplina i vini DOC ticinesi è simile a quella prevista per i vini DOC italiani e prevede vincoli sia strutturali che processuali che hanno portato a limitare la possibilità di introdurre innovazioni radicali per le imprese che vogliono rientrare nei termini della denominazione.

---

<sup>14</sup> <http://www.ticinowine.ch/index.php?page=viticultura-in-ticino>

## 4. LE INNOVAZIONI NEL SETTORE VITIVINICOLO

Come detto nel capitolo precedente, le imprese operanti in paesi nei quali vi è un sistema dei marchi di qualità con una normativa particolarmente pervasiva hanno forti vincoli alla possibilità di introdurre innovazioni radicali nel settore vitivinicolo. Tuttavia l'innovazione riveste un ruolo molto importante nell'evoluzione del mondo del vino e anche nei paesi più attaccati alle tradizioni vi è spazio per il progresso. Questi paesi, infatti, pur mantenendo la filosofia di fondo ancorata alle antiche tradizioni, hanno saputo negli anni introdurre innovazioni incrementali che hanno mantenuto il settore aggiornato e al passo con i tempi e in alcuni casi le innovazioni stesse hanno tratto ispirazione dalle buone abitudini del passato.

In linea con quanto detto sinora, le imprese operanti nell'area del bacino del Po, comprendente buona parte del nord Italia e il Canton Ticino in Svizzera, pur essendo sottoposte a normative particolarmente stringenti, sono riuscite negli anni ad aggiornarsi costantemente introducendo innovazioni senza stravolgere le peculiarità delle produzioni locali. I vincoli più stringenti sono applicati alle imprese che operano all'interno di una denominazione di origine, le quali, come visto in precedenza, sono sottoposte a rigidi disciplinari produttivi, mentre le imprese che producono vini senza origine geografica hanno una maggior libertà di azione.

In questo capitolo sono esposte le principali innovazioni introdotte dalle imprese del settore vitivinicolo evidenziando gli esempi riscontrati nelle aziende visitate per la realizzazione della tesi.

### 4.1 Innovazioni di prodotto

Per un'impresa vitivinicola operante nell'area del bacino del Po, introdurre prodotti innovativi è possibile ma questi, almeno per un certo periodo di tempo, non potranno essere classificati ai vertici della piramide della qualità in quanto le denominazioni di origine sono assegnate solo a prodotti tipici dopo che essi sono stati classificati come IGT per alcuni anni. Inoltre, non è possibile introdurre innovazioni di prodotto all'interno di denominazioni di origine già esistenti in quanto i disciplinari di produzione stabiliscono precisamente le regole di realizzazione dei vini coperti dalla denominazione stessa. In quest'ottica rientrano i casi, già accennati in precedenza, di quei produttori che per operare con maggior libertà, sono usciti volontariamente dalla denominazione realizzando prodotti innovativi che in alcuni casi hanno avuto un enorme successo.



In teoria, le possibilità di introdurre innovazioni di prodotto nel settore vitivinicolo sono sostanzialmente illimitate; infatti combinando in modo differente diversi vitigni e variando le loro proporzioni si possono ottenere prodotti sempre originali. In realtà, però, per realizzare un nuovo vino in grado di avere successo commerciale servono studi approfonditi realizzati da enologi qualificati. In quest'ottica rientrano quei prodotti realizzati partendo dallo studio dei gusti e delle esigenze dei consumatori seguendo strategie improntate sulla domanda e sulle richieste del mercato. Seguendo questa strategia di tipo *market pull*, i produttori, partendo da approfondite analisi di mercato, raccolgono numerose informazioni sulle esigenze dei consumatori e realizzano i loro prodotti con lo scopo di soddisfarle sperimentando diverse soluzioni fino al raggiungimento del risultato desiderato. Per realizzare questi vini i produttori si affidano spesso a vitigni internazionali non ancorati a determinati luoghi di produzione, come Chardonnay, Merlot e Sauvignon, che risultano maggiormente riconoscibili anche da consumatori poco esperti. Questa cultura del vitigno decontestualizzato dal luogo d'origine è attuata soprattutto nei paesi del Nuovo Mondo al fine di colmare il *gap* competitivo derivante dalla mancanza di una riconosciuta tradizione vitivinicola (Rea, D'Antone, 2010) e si inserisce all'interno del comportamento strategico di orientamento al marketing diffuso in questi paesi.

Per quanto concerne l'introduzione di innovazioni di prodotto che si traducono in vini con caratteristiche particolari che li differenziano dai prodotti tradizionali, sono da ricordare i vini biologici, i vini naturali e i vini biodinamici che però, dato che sono le peculiarità dei metodi realizzativi che ne caratterizzano l'innovatività, saranno trattati nel paragrafo relativo alle innovazioni di processo.

### ***Innovazioni di prodotto nelle aziende visitate***

Anche se non può essere considerato recentissimo, uno degli esempi più significativi di innovazioni di prodotto introdotte dai produttori localizzati nell'area del bacino del Po è senza dubbio la vinificazione in bianco del Merlot introdotta nel Canton Ticino alla fine degli anni '90. Per ottenere vini bianchi dal vitigno Merlot, da sempre utilizzato per produrre vini rossi e ritenuto non adatto per la realizzazione dei vini bianchi, le uve, dopo la pigiatura, vengono separate dalle bucce molto prima che nella produzione del tradizionale Merlot rosso restando a contatto col mosto per un tempo molto breve e non sufficiente per il passaggio di tutte le sostanze necessarie per la colorazione rossa dei vini, presenti nelle bucce stesse. Il Bianco di Merlot è un prodotto tipico del Canton Ticino, che da pochi anni ha ottenuto la DOC, e viene prodotto con successo da produttori come la Tenuta Agricola Luigina di

Stabio e l'Azienda Valsangiacomo di Mendrisio che hanno deciso di lanciarsi nella produzione di questo vino originale al fine di dare un ulteriore slancio al successo commerciale del Merlot Ticinese che negli ultimi anni ha ottenuto notevoli risultati in diversi concorsi internazionali.

## 4.2 Innovazioni di processo

Uno degli obiettivi del settore vitivinicolo di oggi è quello di andare incontro alle esigenze di consumatori sempre più attenti ed informati verso le tematiche ambientali e i modi in cui i prodotti che acquistano sono realizzati, garantendo allo stesso tempo livelli qualitativi elevati.

Dopo molti anni nei quali l'agricoltura intensiva e l'industrializzazione delle colture rappresentavano la pratica dominante, dall'inizio degli anni '80 è aumentata l'attenzione dei produttori e dei consumatori verso pratiche più attente alle tematiche della sostenibilità ambientale e della salubrità dei prodotti. Il settore vitivinicolo, che proprio in quegli anni iniziava un percorso di riqualificazione orientato alla qualità dei prodotti, è stato uno dei primi ad andare in questa direzione, incentivato anche dalla volontà di riprendersi dopo alcuni gravi scandali che ne hanno minato la reputazione, come lo scandalo del metanolo in Italia del 1986. Questo cambio di prospettiva ha portato, oltre all'introduzione di una regolamentazione molto più rigida rispetto al passato, allo sviluppo di metodologie di produzione alternative con peculiarità rivolte verso l'eco-sostenibilità e la salubrità dei prodotti. Queste nuove metodologie produttive rappresentano delle innovazioni nel processo di produzione che guardano alle buone abitudini del passato, quando i prodotti agroalimentari erano realizzati seguendo la natura senza forzature esterne introdotte dall'uomo per aumentarne la produttività.

Dal punto di vista delle modalità con le quali si effettuano le lavorazioni (nel vigneto e in cantina), i principali processi innovativi introdotti nel settore vitivinicolo ricorrendo a tecniche e procedimenti particolari per coltivare le viti, ottenere le uve e produrre il vino, hanno portato allo sviluppo di prodotti nuovi e particolari che devono le loro caratteristiche alle peculiarità dei processi produttivi innovativi tramite i quali sono realizzati. In quest'ottica si distinguono:

- I vini biologici: questi prodotti sono disciplinati da apposite normative previste sia a livello nazionale che comunitario. I vini biologici sono realizzati attraverso la riduzione delle sostanze chimiche utilizzate sia nel vigneto che nelle fasi di vinificazione e la loro filosofia produttiva è legata al rispetto del

territorio, della natura e della genuinità del prodotto. I vini biologici possono essere prodotti utilizzando solo uve provenienti da agricoltura biologica coltivate senza l'ausilio di sostanze chimiche di sintesi (concimi, diserbanti, insetticidi, pesticidi) e senza l'impiego di organismi geneticamente modificati utilizzando tecniche di coltura biologica che prevengono gli attacchi parassitari in maniera naturale. La vinificazione deve essere effettuata riducendo al minimo l'utilizzo di additivi e sostanze coadiuvanti che devono comunque essere approvati da appositi enti di certificazione. Come gli altri prodotti provenienti da agricoltura bio, anche il vino per essere commercializzato come biologico necessita l'ottenimento di una certificazione di conformità da parte di un ente preposto.

- I vini naturali: a livello sia nazionale che internazionale non ci sono norme giuridiche che disciplinano questa denominazione; il vino naturale rappresenta quindi una dichiarazione dei produttori e per questo bisogna fare attenzione perché ciascuno può avere il suo concetto di "naturale" che può essere diverso da quello di altri. I produttori di vini naturali sono spesso riuniti in associazioni, nazionali ed internazionali, che si autoregolamentano e, in genere, il processo produttivo di questi prodotti è simile a quello seguito per i vini biologici basato però su un procedimento più rigido che prevede di non utilizzare nessun additivo o sostanza chimica lungo tutto il processo produttivo e richiede il minor numero possibile di interventi e manipolazioni da parte dell'uomo in vigna e in cantina.
- I vini biodinamici: anche in questo caso, sia a livello nazionale che internazionale non esiste una legislazione che regola questa denominazione ma, a differenza dei vini naturali, è presente un'associazione privata mondiale, la Demeter, che certifica con il proprio marchio i prodotti provenienti da agricoltura biodinamica. I metodi di produzione biodinamici seguono i dettami di Rudolf Steiner, considerato il padre dell'antroposofia, basati sul rispetto dell'ecosistema terrestre e sull'influenza dei pianeti e delle fasi lunari nei processi produttivi. La realizzazione dei vini biodinamici prevede tecniche particolari sia nelle fasi agricole che in quelle di vinificazione: la cura delle viti deve essere svolta solo con prodotti di origine naturale e con il minor numero possibile di interventi per favorire lo sviluppo naturale delle piante; è previsto il rigoroso rispetto delle fasi lunari per tutti gli interventi attuati in vigna che devono inoltre essere svolti manualmente. Il lavoro in cantina viene svolto seguendo rigide regole sulle pratiche e le

sostanze ammesse che prevedono l'assenza di additivi chimici, poche manipolazioni e l'attenzione al movimento dei pianeti.

I vini naturali e biodinamici rappresentano delle piccole nicchie di mercato e la loro diffusione è molto limitata; diversa è la situazione del vino biologico che sta raggiungendo interessanti quote di mercato e il fatto di avere specifiche normative giuridiche e certificazioni riconosciute ne testimonia la crescita di interesse.

Il vino biologico mira a soddisfare le esigenze di tutti quei consumatori che desiderano prodotti di qualità realizzati prestando attenzione all'ambiente naturale e alla salubrità dei prodotti e la sua crescente diffusione è dovuta anche allo spostamento delle preferenze dei consumatori dalla quantità alla qualità del vino con una crescente attenzione all'origine e alle metodologie di realizzazione dei prodotti consumati.

### ***Innovazioni di processo nelle aziende visitate***

Le aziende visitate durante lo svolgimento della tesi utilizzano perlopiù metodologie produttive tradizionali. Tra le aziende visitate, quella che ha intrapreso con grande impegno la via dell'innovazione processuale dedicandosi alle produzioni biologiche è l'Azienda agricola Trabucchi d'Illasi che dal 1993 adotta il metodo di coltivazione delle uve biologico e negli anni ha continuato ad aggiornare questa tecnica sia in campagna che in cantina. Per quanto riguarda i vini naturali e i vini biodinamici, essi non sono presi in considerazione dai produttori intervistati che mostrano anche un certo scetticismo su queste tecniche colturali dovuto al fatto che "vino naturale" vuol dire tutto e niente per il fatto di non essere disciplinato in modo chiaro e il vino biodinamico viene percepito come una moda di oggi legata ad una piccola nicchia di mercato.

### **4.3 Innovazioni commerciali**

Dal punto di vista commerciale, il settore vitivinicolo ha visto negli anni recenti l'introduzione di diverse innovazioni che hanno contribuito a cambiare il rapporto tra i produttori e i consumatori.

La grande diffusione di internet ha raggiunto anche il mondo del vino e oggi la maggior parte dei produttori sono dotati di siti internet sui quali gli interessati possono trovare le informazioni che cercano. Oltre a ciò, la rete ha reso possibile l'avvicinamento a nuove forme di distribuzione come gli *online shop*, tramite i quali i consumatori possono acquistare la bottiglia che desiderano direttamente dal loro

computer trovando anche informazioni esaustive e i consigli degli esperti. I canali di distribuzione *online*, molto diffusi nei paesi extraeuropei, stanno iniziando a diffondersi anche nei paesi del Vecchio Mondo nei quali la distribuzione dei vini di qualità era, fino a poco tempo fa, riservata ai negozi specializzati. Oltre alla distribuzione via internet, negli ultimi anni il vino ha conquistato uno spazio sempre maggiore all'interno dei grandi centri commerciali, all'interno dei quali, oggi, è quasi sempre presente un reparto riservato ai vini dove si possono trovare moltissimi prodotti, da quelli più economici a quelli di lusso.

L'internazionalizzazione del mondo del vino ha posto i distributori e i produttori di fronte a nuove sfide; una di queste è l'ingresso nei mercati stranieri. Per riuscire a competere al di fuori dei confini nazionali i produttori spesso si affidano ad accordi con altri attori operanti nei mercati nei quali desiderano entrare. Una tipologia innovativa di accordo commerciale è il *piggy back* tramite il quale un produttore locale (*carrier*) offre ad un produttore estero (*rider*) i servizi della propria rete distributiva.

Oltre alle innovazioni legate alla distribuzione, dal punto di vista commerciale è da segnalare la crescente attenzione verso il turismo enologico o enoturismo che, a partire dagli anni '90, ha visto crescere in misura costante gli interessati e oggi rappresenta una nuova opportunità per i produttori sia per far conoscere la storia della propria cantina e del luogo dove è situata, sia per illustrare ai visitatori le particolarità del processo di produzione, partendo dalla vigna fino al confezionamento, catturando l'interesse dei visitatori che nella maggior parte dei casi, dopo una degustazione di fine visita, si fermano a fare acquisti. L'accoglienza dei visitatori nell'azienda rappresenta un momento altamente partecipativo, durante il quale gli appassionati possono rivolgere domande a chi li segue e che, se organizzata in modo corretto e accattivante, può favorire la fidelizzazione dei consumatori.

### ***Innovazioni commerciali nelle aziende visitate***

Tutte le visite compiute durante lo svolgimento di questa tesi sono state effettuate reperendo le indicazioni necessarie sui siti internet delle aziende, che, nella maggior parte dei casi, sono molto curati e ricchi di informazioni sul territorio, sulla cantina e sui prodotti. In alcuni casi (Azienda agricola Trabucchi d'Illasi, Azienda vinicola Agriloro, Azienda Valsangiacomo), nei siti internet di queste aziende è presente anche un *online shop* all'interno del quale i consumatori possono acquistare direttamente le bottiglie che interessano.

Dalle visite effettuate, si è poi constatata una crescente attenzione verso le attività legate al turismo enologico. Le diverse esperienze fatte presso le aziende vitivinicole sono risultate molto interessanti e organizzate in modo accurato. La persona di riferimento che ha accompagnato le visite è sempre riuscita a catturare l'attenzione raccontando un'esperienza a 360 gradi sul vino e ciò che gli gira intorno dimostrando che dietro questi eventi vi è un lavoro preparatorio studiato per trasmettere il massimo delle emozioni ai visitatori. Nelle aziende visitate si è poi notata una crescita degli investimenti dedicati all'accoglienza, che spesso non hanno nessun legame con l'attività produttiva. Ad esempio, in tutte le aziende visitate sono predisposte, oltre alle zone riservate alla degustazione e ai punti vendita, altri luoghi o attività pensati per arricchire l'accoglienza; l'Azienda agricola Trabucchi d'Illassi, situata in cima ad una collina che offre una bellissima vista del panorama circostante, è stata ristrutturata predisponendo ambienti dedicati all'intrattenimento come la zona per le degustazioni e una sala nella quale è possibile organizzare ricevimenti; la Casa vinicola Nino Negri ha effettuato notevoli investimenti volti al recupero del centro dove è situata e dei terrazzamenti dove si trovano i vitigni al fine di offrire al visitatore un'esperienza che parte all'esterno dell'azienda; la Tenuta agricola Luigina espone una cinquantina di sculture disseminate tra cantina e vigna dell'artista Ivo Soldini, fondendo arte e viticoltura in un percorso unico ricco di suggestioni che trasforma l'azienda stessa in un museo a cielo aperto. Tutti questi accorgimenti rappresentano un modo innovativo nel settore vitivinicolo di relazionarsi con i consumatori puntando sulla bellezza e la cultura dei luoghi nei quali si trovano le cantine e i vigneti in grado di valorizzare i prodotti commercializzati.

#### **4.4 Innovazioni organizzative – tecnologiche**

La possibilità di introdurre innovazioni tecnologiche nelle vigne dipende molto dalla loro localizzazione. Tutte quelle aziende situate in zone impervie e non pianeggianti, che tuttavia devono alcune delle loro peculiarità proprio alle caratteristiche pedologiche della zona in grado di conferire particolari pregi alle viti e ai loro frutti, vedono precluse, o quanto meno limitate, le possibilità di meccanizzare le lavorazioni nel vigneto e buona parte dei lavori devono quindi essere svolti manualmente. Tuttavia vi sono delle tecnologie che accompagnano lo sviluppo delle viti che possono essere utilizzate anche sui terreni più scomodi; ad esempio, recentemente sono stati sviluppati dei sistemi di monitoraggio satellitare dei vigneti in grado di valutare lo stato di sviluppo delle piante e di definire con precisione la

necessità o l'opportunità di un intervento in vigna (potatura, interventi anitiparassitari, ecc.) (Nosi, 2012). Più agevole risulta invece l'introduzione di innovazioni tecnologiche nelle attività svolte in cantina che negli ultimi anni hanno visto aumentare il livello di computerizzazione soprattutto per aumentare l'efficacia delle fasi di controllo dei processi. Negli ultimi anni, le aziende hanno introdotto diverse innovazioni nelle fasi di vinificazione, spesso ideate dalle aziende stesse per soddisfare le loro specifiche necessità, la cui finalità principale non è tanto il raggiungimento di una maggior efficienza produttiva quanto invece una maggior efficacia intesa come la possibilità di massimizzare la qualità del vino.

Una delle innovazioni di maggior rilievo implementate da diverse aziende recentemente riguarda l'organizzazione delle cantine. La produzione del vino si svolge seguendo fasi che si susseguono (vendemmia, pigiatura, fermentazione, affinamento, filtrazione, imbottigliamento) rendendo necessario il passaggio dei semilavorati tra diversi ambienti di lavoro. Per cercare di influire il meno possibile sui prodotti delle diverse fasi produttive, le aziende che ne hanno la possibilità, ad esempio in seguito ad una ristrutturazione, decidono sempre più spesso di progettare le cantine su diversi piani impostando le prime fasi di lavorazione ai livelli superiori e le fasi successive via via ai livelli inferiori. Ciò viene fatto per evitare l'utilizzo di pompe per il travaso dei semilavorati da un ambiente all'altro sfruttando a questo fine la sola forza di gravità che, tramite delle tubazioni tra un piano e l'altro, consentono di effettuare i passaggi in maniera meno forzata, evitando di alterare le caratteristiche del prodotto finito.

### ***Innovazioni organizzative – tecnologiche nelle aziende visitate***

Nelle aziende visitate è stato riscontrato un livello molto basso di meccanizzazione del lavoro nelle vigne; questo soprattutto nei terreni della Casa vinicola Nino Negri che, per la sua localizzazione montana con una morfologia del terreno che rende necessario piantare le viti in terrazzamenti molto stretti sostenuti da antichi muri a secco in sasso, sono lavorati quasi esclusivamente a mano richiedendo notevole fatica, sacrificio e passione. Per quanto riguarda il lavoro in cantina, in tutte le aziende visitate è stato possibile osservare una fusione tra tradizione e modernità con sale caratterizzate da numerose botti di legno di diverse misure, utilizzate per la fase di affinamento, e sale dove a dominare è l'acciaio delle botti dove avviene la fermentazione costantemente controllate da strumenti computerizzati. Le fasi di pigiatura, fermentazione e imbottigliamento sono quelle nelle quali le aziende hanno introdotto più innovazioni tecnologiche con macchine sempre più sofisticate in grado di svolgere il loro compito senza alterare le proprietà delle materie prime.

L'Azienda agricola Trabucchi d'Illassi, in seguito alla ristrutturazione avvenuta nel 2002, ha costruito una nuova cantina che si sviluppa per 20 metri sotto terra collegata alla cantina originaria tramite una galleria, in modo da non avere nessun impatto ambientale, soprattutto in considerazione della zona di particolare pregio dove è situata l'azienda; così sotto i vigneti si sviluppa la struttura produttiva organizzata su tre piani progettati con le fasi iniziali della vinificazione al livello superiore e le fasi successive a quelli inferiori per sfruttare la sola forza di gravità per i passaggi dei semilavorati da una fase all'altra.

L'Azienda vinicola Ca' del Bosco, invece, per non influire sulle caratteristiche dei prodotti, si è dotata di una tecnica innovativa esclusiva che consiste nella vinificazione in totale assenza di ossigeno e nella movimentazione dei vini senza sbattimento. Non avendo la possibilità di strutturare la cantina su piani diversi, ciò è stato possibile grazie ad una coppia di serbatoi "volanti" che funzionano come una specie di ascensori permettendo il travaso dei mosti e dei vini per gravità, grazie al principio dei vasi comunicanti.

Tutti questi accorgimenti si traducono in prodotti di elevate qualità, grazie al controllo delle materie prime e alla possibilità di influire il meno possibile sulle loro caratteristiche riuscendo ad offrire ai consumatori prodotti realizzati secondo la tradizione sfruttando i benefici apportati da tecnologie non invasive.

#### **4.5 Innovazioni nel confezionamento**

Per quanto riguarda il confezionamento, limitazioni alla possibilità di introdurre innovazioni sono poste dalla normativa che disciplina le denominazioni con vincoli che riguardano forme, materiali, dimensioni e chiusure (tappi).

Il confezionamento ricopre diversi ruoli ed ha un'importanza notevole nel mondo del vino. Gli elementi principali che lo compongono sono essenzialmente due: la bottiglia, o gli altri recipienti presenti in commercio, con il relativo tappo e imballaggio che fungono da contenitore con il compito di conservare e proteggere il prodotto, e l'etichetta che rappresenta il cosiddetto abbigliaggio con un ruolo informativo rispetto al prodotto.

Il recipiente, la chiusura e l'imballaggio costituiscono un fattore determinante per il successo di un vino comunicandone ai consumatori l'immagine e la qualità e suggerendone il posizionamento rispetto ai prodotti dei concorrenti (Collesei e Ravà, 2008).

Il duplice ruolo, funzionale e comunicazionale, del confezionamento ne testimonia la grande importanza e ha spinto negli anni i produttori a cercare le soluzioni migliori al



fine di offrire sul mercato il prodotto nelle condizioni più adatte a soddisfare le richieste dei consumatori. Negli ultimi anni, grande attenzione è stata data alla ricerca e sviluppo di nuovi recipienti con particolari caratteristiche in grado di avere elevate prestazioni nel confezionamento del vino. Le soluzioni di maggiore successo lanciate sul mercato sono i recipienti in *Tetra Pak* e il *bag in box* (contenitore composto da una sacca di plastica racchiusa dentro una scatola di cartone e dotata di un rubinetto per la spillatura) che assicurano ottime prestazioni in termini di confezionamento e protezione del vino. Tuttavia, questi contenitori, molto diffusi nei paesi del Nuovo Mondo, hanno uno scarso *appeal* verso i consumatori europei che spesso associano ai prodotti confezionati in recipienti diversi dalle classiche bottiglie prodotti di qualità inferiore. Per questo motivo molti produttori del Vecchio Continente continuano a preferire la classica bottiglia di vetro, che se da un lato rappresenta comunque uno dei recipienti di maggiore qualità e il migliore in assoluto per i vini che possono essere conservati per anni, dall'altro presenta dei costi realizzativi maggiori rispetto ai contenitori di più recente ideazione. Anche nel campo dei sistemi di chiusura si è fatto molto in termini di innovazioni con lo sviluppo di tappi a corona, tappi a vite e tappi sintetici in alternativa al classico sughero.

Per quanto riguarda le etichette, le normative specificano rigorosamente ciò che deve essere scritto obbligatoriamente, facoltativamente o che non deve essere scritto su di esse a seconda del livello della piramide della qualità che caratterizza il determinato vino sul quale sono poste. Quindi i produttori devono sottostare alle indicazioni legislative che però non impediscono l'introduzione di soluzioni innovative quando esse non vanno in contrapposizione con quanto previsto nei disciplinari. Ad esempio, negli ultimi anni hanno fatto la comparsa su alcune etichette tecnologie come i *Radio Frequency Identification (RFID)* e i *Quick Response Code (QR Code)* che consentono di ottenere numerose informazioni sul prodotto che interessa semplicemente passando sopra a queste tecnologie con la fotocamera del proprio smartphone o tablet (GS1, 2012).

### ***Innovazioni nel confezionamento nelle aziende visitate***

I vini prodotti dalle aziende visitate sono commercializzati con un confezionamento tradizionale. Come recipiente queste aziende utilizzano le classiche bottiglie di vetro con chiusure rappresentate nella maggior parte dei casi dai tappi di sughero. Queste scelte sono in linea con il posizionamento dei prodotti realizzati da questi produttori che si collocano in fasce medio alte di mercato e con le aspettative dei consumatori europei che, come detto in precedenza, associano una bassa qualità a

prodotti confezionati con recipienti diversi dalle bottiglie di vetro. Per quanto riguarda i sistemi di chiusura, è da segnalare qualche eccezione all'utilizzo del sughero rappresentate da alcuni prodotti dell'Azienda vinicola Agriloro e dell'Azienda Valsangiacomo che sono confezionati con tappi a vite.

Per quanto riguarda l'abbigliamento, i prodotti visionati presentano etichette in linea con quanto previsto nei disciplinari con un design classico.

#### **4.6 Innovazioni finanziarie**

La natura agricola della vitivinicoltura implica che non vi sia certezza né sulla quantità né sulla qualità dell'output ottenibile dalla coltivazione delle viti che poi andrà ad influire direttamente sul successo dei vini realizzati. Questo implica che vi sia un certo profilo di rischio nell'attività svolta dai produttori legato alla natura biologica del ciclo produttivo della vite, con il rischio di parassiti e patologie, e al fatto che la coltivazione avvenga all'esterno, con il rischio di eventi climatici e metereologici avversi che possono compromettere il raccolto. Per questo motivo i viticoltori sono soliti tutelarsi stipulando contratti assicurativi che li salvaguardino prevedendo un indennizzo economico in caso si verifichi un evento sfavorevole. I contratti assicurativi possono essere utilizzati per tutelarsi dai rischi puri che si verificano in relazione ad eventi catastrofici a manifestazione saltuaria (come una grandinata prima della vendemmia) e che possono avere solo effetti negativi; inoltre, per il pagamento dell'indennizzo, i contratti assicurativi richiedono la prova dello specifico danno subito. Tuttavia vi sono dei rischi che non possono essere coperti dalle assicurazioni tradizionali. Questi rischi sono legati al verificarsi di variazioni avverse del clima stagionale caratterizzati da una naturale ricorrenza che causano delle conseguenze negative alla viticoltura senza comportare dei danni specifici. Al fine di tutelarsi dai rischi derivanti da variazioni non catastrofiche delle condizioni metereologiche, i viticoltori possono ricorrere a particolari strumenti finanziari denominati *weather derivatives*, o derivati metereologici, introdotti negli Stati Uniti alla fine del secolo scorso. Questi titoli sono basati sui principali eventi climatici e metereologici come la temperatura, il livello delle piogge, l'umidità, ecc. e la loro funzione originaria è proprio la tutela e la riduzione dei rischi, anche se sono spesso utilizzati per investimenti di natura speculativa grazie alla possibilità di acquistarli anche senza il possesso dell'attività sottostante come, in questo caso, un vitigno da proteggere dagli eventi atmosferici. I contratti derivati di questo tipo sono abbastanza eterogenei in quanto, oltre alle tipologie più comuni presenti sui mercati regolamentati, possono essere stipulati in modo specifico con un contratto su

misura proposto da un intermediario che offre questi servizi. La tipologia più comune e maggiormente diffusa nel settore vitivinicolo è abbastanza semplice e prevede la fissazione di un valore di riferimento di un determinato agente atmosferico (temperatura media, livello delle piogge, ecc.), relativo ad una specifica area geografica di interesse, oltre/al di sotto del quale viene erogato l'indennizzo, e l'entità del pagamento dipende dalla differenza con i valori reali registrati nel periodo di interesse (maggiore è lo scostamento registrato nella realtà, più alto sarà il premio in denaro che si ottiene o che si deve pagare)<sup>15</sup>. Se, ad esempio, un viticoltore vuole tutelarsi dal rischio di temperature eccessivamente alte nei mesi estivi, stipulerà un contratto nel quale stabilisce che se la temperatura media nel periodo di riferimento supera i 28 gradi riceverà un pagamento calcolato in base alla differenza con la temperatura reale, e se, al contrario, la temperatura media è inferiore dovrà pagare all'intermediario una somma calcolata allo stesso modo.

Oltre ai *weather derivatives* esistono altri strumenti derivati che possono essere utilizzati nel settore vitivinicolo e le tipologie più comuni sono i *future* e le *opzioni*: dietro il pagamento di un premio, si fissa anticipatamente il prezzo a cui sarà venduto un determinato bene così che lo stesso prezzo di vendita non risenta di condizioni atmosferiche particolari che possono influire sulla qualità del bene. Questi contratti possono essere sia simmetrici (*future*) vincolando entrambe le parti ad accettare il prezzo fissato anticipatamente, sia asimmetrici (*opzioni*) che vincolano solo l'acquirente mentre il venditore, nel caso si verifichino condizioni favorevoli in grado di aumentare il valore del bene, può decidere di non far valere l'opzione sul prezzo fissato in fase contrattuale. Ad esempio un viticoltore che conferisce le sue uve ad un'azienda produttrice di vino, temendo una discesa dei prezzi, può decidere di tutelarsi stipulando un contratto *future* che gli consente di determinare in anticipo, prima che l'uva venga raccolta e venduta sul mercato, il prezzo a cui venderà l'uva stessa cosicché, al momento del conferimento, entrambe le parti conosceranno il prezzo del bene (Bongini, Di Battista, Nieri, Patarnello, 2008).

Questi innovativi strumenti finanziari, se utilizzati in maniera corretta, possono essere molto utili per le aziende vitivinicole tutelando la redditività dei vigneti anche di fronte a eventi atmosferici sfavorevoli.

---

<sup>15</sup> <http://www.ilfattoquotidiano.it/2014/08/26/derivati-sul-clima-piu-precisi-del-meteo-e-le-aziende-si-assicurano-contro-il-maltempo/1099205/>

### ***Innovazioni finanziarie nelle aziende visitate***

Tutte le aziende visitate hanno dichiarato di ricorrere alle assicurazioni per proteggersi da eventi atmosferici catastrofici in grado di danneggiare seriamente i vitigni. Per quanto riguarda i derivati, ed in particolare i *weather derivatives*, questi strumenti non sono utilizzati anche perché poco conosciuti. Infatti, per i produttori locali i derivati meteorologici sono uno strumento finanziario ancora misterioso e sono usati principalmente nel mercato statunitense.

### **4.7 Innovazioni sociali**

Negli ultimi anni, il lavoro agricolo ha rappresentato una soluzione innovativa per favorire il reinserimento lavorativo di persone con particolari problemi di natura sociale. La vitivinicoltura si presta molto bene ad attività con queste finalità in quanto richiede sacrificio e passione in tutte le fasi che portano alla produzione del vino, partendo dalla cura delle viti all'inizio del loro ciclo biologico fino alle fasi finali della vinificazione e all'imbottigliamento. Queste attività sono svolte per lo più da cooperative sociali, ma si stanno diffondendo anche all'interno degli istituti penitenziari per creare una prospettiva meno afflittiva per persone soggette alla restrizione della libertà.

Pur in assenza di approfonditi studi scientifici sull'efficacia del lavoro agricolo ai fini del reinserimento sociale, l'esperienza di queste associazioni e di questi istituti dimostra un generale beneficio per le persone che lo svolgono<sup>16</sup>. Queste esperienze danno infatti a persone con problemi di diverso genere la possibilità di imparare un mestiere facendo un'esperienza professionale concreta sperando che questa riesca ad appasionarli ed a fargli affrontare in maniera più serena il periodo di difficoltà in cui si trovano e magari, proprio tramite le professionalità acquisite, dando una nuova prospettiva per il futuro.

### ***Innovazioni sociali nelle aziende visitate***

Nelle varie visite effettuate durante lo svolgimento di questo lavoro, un momento particolare e diverso dagli altri è stata la scoperta dell'Associazione Comunità il Gabbiano Onlus. Questo ente, operante dal 1983 in Lombardia, si occupa del reinserimento sociale di persone con problemi di tossicodipendenza e alcolismo e nel corso degli anni ha esteso i suoi servizi all'accoglienza di malati di AIDS e altre gravi patologie, di minorenni a rischio di marginalità sociale, di rifugiati, di ex carcerati e di disagiati psichici.

---

<sup>16</sup> [http://www.aiab.it/index.php?option=com\\_content&view=article&id=436&Itemid=102](http://www.aiab.it/index.php?option=com_content&view=article&id=436&Itemid=102)

Nel 2012 l'Associazione ha fatto partire il progetto Vini il Gabbiano con l'obiettivo di coniugare il ripristino dei vigneti dismessi sul territorio valtellinese e la riabilitazione sociale della persona. I lavori, sia nelle vigne che in cantina, sono eseguiti dagli ospiti delle varie strutture del Gabbiano seguiti da vignaioli, agronomi ed enologi esperti. Inoltre, l'attività di vinificazione è seguita dalla prestigiosa Casa vinicola Nino Negri che è uno dei più importanti produttori di vino della zona valtellinese<sup>17</sup>.

Gli ospiti della Comunità, con il loro lavoro che vedono nascere, crescere, modificarsi giorno dopo giorno, comprendono l'importanza del prendersi cura, del vedere materialmente realizzate le proprie fatiche. Dall'altro lato questa attenzione del mondo del sociale alla realtà agroalimentare dimostra la crescente importanza di creare un prodotto certificato e qualificato che attiri l'opinione pubblica e affascini il consumatore e in quest'ottica la produzione vitivinicola è una delle più adatte a raggiungere lo scopo.

---

<sup>17</sup> <http://www.gabbianoonlus.it/vino-sgreben/>

## **5. LE INNOVAZIONI DI PROCESSO NEL SETTORE VITIVINICOLO. IL VINO BIOLOGICO**

Come detto nel capitolo precedente, dopo anni in cui i settori agroalimentari, e tra essi anche il settore vitivinicolo, sono stati caratterizzati da tecniche di coltivazione intensiva e spinta meccanizzazione, il cambiamento delle esigenze e delle preferenze dei consumatori, unito all'aumento delle informazioni e della consapevolezza di essi sulle caratteristiche dei prodotti che acquistano, ha portato all'introduzione di innovazioni di processo rivolte alle buone pratiche del passato e basate su attività meno forzate e più attente ai ritmi della natura.

Lo spostamento delle preferenze dei consumatori dalla quantità verso la qualità dei prodotti, che ha incentivato la riqualificazione del settore vitivinicolo a partire dagli anni '80 del secolo scorso, ha portato anche ad un aumento dell'attenzione verso le tematiche ambientali aumentando l'interesse dei consumatori stessi per l'ecosostenibilità e la salubrità dei prodotti acquistati. Sia per seguire queste tendenze, sia per un cambio della visione produttiva aziendale, negli stessi anni alcuni vitivinicoltori hanno iniziato ad intraprendere un approccio produttivo orientato verso modi di operare più ecologici ponendo grande attenzione alle tematiche della sostenibilità ambientale e della salubrità dei prodotti e andando in controtendenza con le abitudini colturali dell'epoca che miravano alla produttività stressando eccessivamente le viti e affidandosi ad una spinta meccanizzazione e a prodotti chimici per la cura delle piante. Questi primi coraggiosi produttori hanno gettato così le basi della moderna vitivinicoltura biologica che rappresenta una delle innovazioni più rilevanti nel mondo del vino.

### **5.1 La produzione del vino biologico**

L'interesse per le tematiche legate alla sostenibilità ambientale delle coltivazioni era già comparso verso la fine degli anni '60 e l'inizio degli anni '70 del secolo scorso, ma si trattava perlopiù di rari casi isolati rappresentati da singoli produttori di piccola dimensione. L'avvento della moderna agricoltura biologica viene invece datato all'inizio degli anni '80 quando, in seguito alla crescente diffusione di produttori attenti alle pratiche ecologiche, è iniziata a farsi sentire la necessità di un certo grado di organizzazione ufficiale e di regole chiare che hanno portato in quegli anni alla nascita delle prime associazioni di agricoltura biologica. Con la nascita di queste associazioni, sono state introdotte le prime forme di regolamentazione

dell'agricoltura e della vinificazione biologica mediante la redazione di disciplinari di produzione (IFOAM EU, 2014). Negli anni '80, i produttori associati ad enti diversi erano però assoggettati a norme eterogenee in quanto i disciplinari produttivi derivavano dall'autoregolamentazione delle diverse associazioni. Questo ha spinto i produttori e le associazioni stesse a richiedere l'introduzione di legislazioni nazionali e comunitarie in grado di regolare in modo uniforme la produzione biologica cosicché, nel 1991, è stato introdotto il primo regolamento europeo sulla produzione di alimenti biologici (il Regolamento CEE numero 2092 del 1991) che disciplinava l'agricoltura, e quindi anche la viticoltura, bio ma non dava nessuna indicazione in merito alla vinificazione. Questo regolamento era quindi dedicato alle attività bio svolte in campagna e non era specifico per il vino, per questo motivo non era possibile vendere prodotti certificati come "vino biologico" ma solamente come "vino ottenuto da uva biologica". Questa situazione è andata avanti per parecchi anni durante i quali le attività di vinificazione continuavano ad essere regolate dalle norme delle diverse associazioni, con i produttori, supportati dai paesi non UE che importavano vini europei ed erano già dotati di una legislazione sul vino bio, che richiedevano un ulteriore sforzo per l'approvazione di una normativa comune. Vi erano però parecchie difficoltà nel trovare un accordo tra i diversi paesi sulla disciplina della vinificazione e la situazione ha iniziato a sbloccarsi solo nel 2011 quando un gruppo di associazioni provenienti da Italia, Francia, Spagna e Svizzera hanno redatto la Carta Europea del Vino Biologico (EOWC) armonizzando le norme private di questi enti. Questa carta è stata utilizzata come spunto per una normativa comunitaria che finalmente è stata approvata con il Regolamento UE numero 203 del 2012<sup>18</sup> (IFOAM EU, 2014).

Per quanto riguarda la regolamentazione in Svizzera, paese pioniere e all'avanguardia nell'agricoltura biologica, la prima direttiva è stata introdotta nel 1981 da parte dell'attuale BIO SUISSE che, contemporaneamente, ha introdotto la certificazione con il marchio registrato "Gemma" dei prodotti svizzeri provenienti da agricoltura biologica<sup>19</sup>. Successivamente, nel quadro dell'Ordinanza sull'agricoltura biologica del 1997 (RU 1997 2498) sono state introdotte le prescrizioni, stabilite dal DEFR (Dipartimento federale dell'economia, della formazione e della ricerca), per la produzione di vino biologico poi riviste nel quadro della modifica apportata dall'Ordinanza sull'agricoltura biologica del 2012 (RU 2012 6353)<sup>20</sup>.

---

<sup>18</sup> <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2012:071:0042:0047:IT:PDF>

<sup>19</sup> <http://www.bio-suisse.ch/it/ritratto.php>

<sup>20</sup> <http://www.admin.ch/opc/it/official-compilation/2012/6353.pdf>

Di seguito viene proposta un'analisi delle peculiarità del processo di produzione del vino biologico in riferimento alla normativa comunitaria basata sul Regolamento UE 203/2012 sul tema della vitivinicoltura biologica che presenta molti punti in comune con la normativa svizzera.

### **5.1.1 Viticoltura biologica**

Per la produzione di vino biologico, di fondamentale importanza risulta la qualità delle uve che devono essere coltivate seguendo indicazioni precise in merito alle pratiche e alle sostanze consentite.

Il primo passaggio riguarda la preparazione del terreno, sul quale sarà impiantato il vigneto, che deve essere messo nelle condizioni migliori per ospitare la coltura della vite; in caso di reimpianto su un terreno già coltivato in precedenza, fenomeno diffuso nei sistemi viticoli europei dove è molto difficile trovare terreni non coltivati in zone vocate, è importante prevedere un periodo di riposo per consentire al suolo di smaltire le tossine provenienti dal vecchio impianto e reintegrare le sostanze organiche che ne favoriscono la fertilità. Nella viticoltura biologica, per tale scopo non vengono utilizzati concimi o fertilizzanti chimici ma, per la preparazione del terreno durante il periodo di riposo e per evitare l'inerbamento spontaneo con vegetazione che potrebbe prelevare ulteriori sostanze nutritive dal suolo, vengono seminate colture erbacee adatte, per le loro proprietà, a migliorare la fertilità del terreno in modo da diminuire la necessità di apporti esterni in seguito (ARSIA, 2010).

L'impianto del vigneto rappresenta un'operazione di cruciale importanza che deve essere effettuato tenendo in considerazione diversi aspetti tra cui il clima e le caratteristiche del suolo oltre alla disposizione delle viti che deve essere pensata anche in funzione delle attività future. Nella viticoltura biologica, per risolvere il problema dell'inerbamento che può causare competizione tra le infestanti e le viti per l'acqua e le sostanze nutritive, tra le file di piante vengono seminate colture di copertura con particolari proprietà positive che fungono anche da fertilizzanti. Ad esempio, l'Azienda agricola Trabucchi d'Illasi, per risolvere il problema delle infestanti e contemporaneamente apportare nutrimento al suolo sul quale sono impiantati i vitigni, ogni anno semina tra le file di viti il trifoglio che ha la proprietà di fissare l'azoto atmosferico migliorando la fertilità del terreno. Questi espedienti compensano il mancato utilizzo dei diserbanti chimici, vietati in agricoltura biologica. Anche per quanto riguarda la concimazione, i regolamenti europei prevedono norme restrittive vietando l'utilizzo dei concimi chimici. Per la nutrizione del terreno, oltre



alla coltivazione di colture da sovescio, è prevista la concimazione con concimi naturali di origine animale o con materie organiche di produzione biologica. Nei casi in cui questi metodi non soddisfino le esigenze nutrizionali delle piante, è consentito utilizzare sostanze aggiuntive specificate nei regolamenti stessi<sup>21</sup>.

Per quanto riguarda la lotta ai parassiti e agli agenti patogeni, vista la forte limitazione regolamentare all'utilizzo in agricoltura biologica di insetticidi, pesticidi e altre sostanze chimiche, un principio fondamentale della viticoltura biologica riguarda la scelta della varietà di vitigno più adatta al particolare contesto ambientale in cui deve essere coltivato, privilegiando le varietà autoctone locali, che, di solito, hanno una resistenza maggiore ai parassiti e alle malattie diffuse nella specifica regione (IFOAM EU, 2014). Nel caso in cui si dovesse comunque presentare un grave rischio per la salute delle viti, le norme europee consentono l'utilizzo di determinati prodotti fitosanitari ammessi specificatamente per la produzione biologica.

La regolamentazione sull'agricoltura biologica prevede inoltre il divieto assoluto di utilizzo di organismi geneticamente modificati (OGM) siano essi utilizzati come sementi, concimi, prodotti fitosanitari o siano alla base di prodotti da essi derivati utilizzati per le medesime funzioni.

Riguardo alla cura delle piante, per l'ottenimento di uve di qualità è indispensabile l'utilizzo di adeguate tecniche di potatura per consentire alle viti di crescere nel modo corretto e ai frutti di raggiungere la giusta esposizione solare in grado di favorirne la maturazione.

Ciò che bisogna tenere presente in tema di viticoltura biologica è che tutti gli aspetti che la caratterizzano sono attuati per massimizzare la qualità e la salute delle uve rispettando le condizioni ambientali, in modo da ottenere prodotti che siano in grado di trasmettere ai consumatori finali i pregi di una coltivazione ecosostenibile.

### **5.1.2 Vinificazione biologica**

Per arrivare all'approvazione di una regolamentazione comunitaria riguardante il vino biologico, gli esperti dei diversi paesi hanno dovuto condurre lunghe discussioni e difficili negoziati in merito alle tecniche di vinificazione. L'aspetto maggiormente spinoso e che ha comportato le maggiori problematiche ha riguardato i limiti all'utilizzo dei solfiti, utilizzati in enologia come conservanti per le loro proprietà antibatteriche e antiossidanti ma che, se utilizzati in quantità eccessive, possono causare problemi alla salute dei consumatori.

---

<sup>21</sup> <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2008:250:0001:0084:IT:PDF>

Il principio che sta alla base del processo di vinificazione biologico consiste nel ridurre al minimo gli interventi in cantina puntando alla realizzazione di un prodotto di elevata qualità. Per fare ciò è indispensabile che la qualità delle uve sia elevata ed è obbligatorio che siano coltivate secondo le regole della viticoltura biologica (IFOAM EU, 2014).

Il processo di produzione di un vino biologico può sembrare simile a quello di un vino convenzionale con le fasi di pigiatura, pressatura, macerazione, fermentazione, affinamento, filtrazione e imbottigliatura; ciò che cambia sono i vincoli previsti nello svolgimento di queste attività che devono essere svolte con il minor utilizzo possibile di additivi e coadiuvanti e senza l'utilizzo di determinate pratiche vietate dei regolamenti comunitari. In particolare è vietato l'uso delle pratiche, dei processi e dei trattamenti enologici seguenti<sup>22</sup>:

- Concentrazione parziale a freddo;
- Eliminazione dell'anidride solforosa con procedimenti fisici;
- Trattamento per elettrodialisi per garantire la stabilizzazione tartarica del vino;
- Dealcolizzazione parziale del vino;
- Trattamento con scambiatori di cationi per garantire la stabilizzazione tartarica del vino.

Mentre l'uso delle pratiche seguenti è consentito a queste condizioni:

- Per i trattamenti termici la temperatura non può superare i 70 °C;
- Per la centrifugazione e la filtrazione, con o senza coadiuvante di filtrazione inerte, la dimensione dei pori non può essere inferiore a 0,2 micrometri.

Nonostante questi vincoli rappresentino delle differenze notevoli nel confronto con i vini convenzionali, la maggior parte dei dibattiti sui vini biologici riguardano le limitazioni nell'uso dei solfiti che per questi prodotti non devono superare i seguenti limiti:

- 100 mg/l per i vini rossi (contro il limite di 150 mg/l previsto per i vini convenzionali);
- 150 mg/l per i vini bianchi e rosati (contro il limite di 200 mg/l previsto per i vini convenzionali).

---

<sup>22</sup> <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2012:071:0042:0047:IT:PDF>

Inoltre, se in una specifica zona geografica le eccezionali condizioni atmosferiche di una determinata annata rischiano di deteriorare la salute delle uve biologiche, la normativa consente di aumentare il contenuto dei solfiti, previa autorizzazione dell'autorità competente<sup>23</sup>. Questi vincoli sull'utilizzo dei solfiti sono considerati da diversi produttori, soprattutto italiani e spagnoli, eccessivamente morbidi. I lunghi negoziati che hanno ritardato l'approvazione del regolamento europeo sono stati infatti causati dalle discussioni su questo tema e dallo scontro tra i produttori del centro nord Europa, che a causa di un clima più rigido necessitano l'utilizzo di una quantità maggiore di solfiti per la conservazione dei loro vini, e i produttori dei paesi mediterranei, che invece richiedevano limiti più severi.

Questi vincoli riducono le possibilità di intervento durante il processo di vinificazione favorendo la produzione dei vini secondo un procedimento meno forzato e più vicino alla loro evoluzione naturale e andando incontro alle esigenze di quella fetta crescente di consumatori sempre più attenta alle tematiche della sostenibilità e della salubrità dei prodotti.

### **5.1.3 Certificazione dei vini biologici**

Come detto in precedenza, con l'introduzione del Regolamento UE 203/2012 è stata approvata la messa in commercio di prodotti con la dicitura "vino biologico". Oltre a ciò, tale norma prevede l'applicazione sulle etichette del logo europeo *Euro Leaf* che indica il rispetto da parte dei produttori delle norme europee per il vino biologico.

**Figura 8: Euro Leaf**



Fonte: Commissione europea

La certificazione dei prodotti biologici è affidata ad appositi enti certificatori autorizzati presenti negli stati membri e sulle etichette dei vini biologici deve

---

<sup>23</sup> [http://www.federbio.it/Vino\\_biologico.php](http://www.federbio.it/Vino_biologico.php)

comparire anche il numero di codice e il logo di questi enti. In Italia, sono presenti dieci enti di certificazione per i prodotti biologici tra cui ICEA (Istituto per la Certificazione Etica e Ambientale) e Suolo e Salute.

Anche in Svizzera la certificazione dei prodotti biologici è affidata ad appositi enti preposti come BIO SUISSE e DELINAT.

## **5.2 Vino biologico ed esigenze dei consumatori**

Nel settore vitivinicolo, la ricerca di attributi qualitativi sempre più elevati da parte dei consumatori e il crescente interesse verso le tematiche della sostenibilità ambientale e della salubrità dei prodotti ha favorito la diffusione delle produzioni biologiche che oggi non rappresentano più una piccola nicchia di mercato.

La maggiore capacità dei consumatori, rispetto al passato, di reperire informazioni sui prodotti che acquistano ha consentito di fare luce sulle modalità con le quali vengono svolti i processi di produzione spingendo, soprattutto nel comparto agroalimentare, verso la richiesta di prodotti realizzati responsabilmente; le innovazioni legate al processo di produzione del vino biologico, tramite l'attenzione all'ambiente e alla salute dei prodotti, rappresentano una via per soddisfare queste esigenze.

## CONCLUSIONI

Negli ultimi anni il settore vitivinicolo ha registrato notevoli cambiamenti spinti dall'aumento della competitività dei concorrenti entrati più di recente sul mercato e dallo spostamento delle preferenze dei consumatori dalla quantità verso la qualità del vino. La competizione in questo nuovo scenario ha portato ad una riqualificazione del mondo del vino che ha favorito un generalizzato aumento qualitativo dei prodotti favorito dall'introduzione di alcune innovazioni che sono riuscite a portare benefici senza tralasciare la tutela delle tipicità locali e il rispetto delle tradizioni.

La sfida più recente è quella di realizzare prodotti sempre più in armonia con l'ambiente in cui viviamo soddisfacendo le richieste di una domanda sempre più attenta alle tematiche dell'ecosostenibilità e della salubrità dei prodotti. In questo ambito tanto si è fatto e tanto si può ancora fare soprattutto cercando di armonizzare le norme internazionali relative al tema dell'ecologia e contemporaneamente rendendo più severe le norme stesse sull'utilizzo di sostanze nocive. La morbida regolamentazione sull'utilizzo dei solfiti e di altri additivi chimici nella produzione del vino biologico segnalano che la strada è ancora lunga e, sicuramente, proprio l'introduzione di nuove innovazioni in grado di diminuire la necessità di utilizzo di queste sostanze può essere la via per una vera svolta ecologica del settore vitivinicolo da cui può trarre ispirazione l'intero comparto dei prodotti agroalimentari.

## BIBLIOGRAFIA

Akerlof, G. A. (1970). The Market for Lemons: Quality Uncertainty and the Market Mechanism. *The Quarterly Journal of Economics*. The MIT Press

ARSIA (2010). *Manual di viticoltura biologica*. Firenze

Bongini, P., Di Battista, M. L., Nieri, L., Patarnello, A. (2008). *Il sistema finanziario*. Bologna: il Mulino

Collesei, U. & Ravà, V. (2008). *La comunicazione d'azienda. Strutture e strumenti per la gestione*. Novara: Isedi

GS1 Italy (2012). Innovazione tecnologica nel Settore Vitivinicolo. *Gruppo di lavoro per l'innovazione tecnologica nel Settore Vitivinicolo*

IFOAM EU (2014). *Norme UE per la produzione di vino biologico. Contesto, valutazione e ulteriore sviluppo del settore*. Bruxelles

Nosi, C. (2012). *Il vino fra produzione e mercato. Dinamiche, struttura e processi di un settore globale nelle fasce premium*. Catanzaro: Rubbettino editore

OIV (2007). *Situazione del settore vitivinicolo mondiale nel 2007*

OIV (2013). *Statistical report on world vitiviniculture 2013*. Parigi

OIV (2014). *Vine and Wine Outlook 2010-2011*. Parigi

OIV (2014). *Elementi della congiuntura mondiale*

OIV (2014). *State of World Vitiviniculture situation. 37<sup>th</sup> World Congress of Vine and Wine*

Rea, A. & D'Antone, S. (2010). La sistemicità presupposto del valore della marca territoriale. Un'analisi sul mondo del vino Made in Italy. *Sinergie n. 83/2010*. Verona

Sagre, G. (2003). D.O.C., Exit e Innovazione. Property Rights nel distretto culturale del vino delle Langhe. *Working paper series*. International centre for Research on the Economics of Culture, Institutions, and Creativity (EBLA). Università di Torino

Schumpeter, J. A. (1928). The instability of capitalism. *Economic Journal*. Cambridge University

Unioncamere, Camere di Commercio d'Italia (2010). *Rapporto Nazionale sul settore Vitivinicolo*. Roma

## SITOGRAFIA

[www.admin.ch](http://www.admin.ch)

[www.agrioro.ch](http://www.agrioro.ch)

[www.aiab.it](http://www.aiab.it)

[www.bereilvino.jimbo.com](http://www.bereilvino.jimbo.com)

[www.bio-suisse.ch](http://www.bio-suisse.ch)

[www.cadelbosco.com](http://www.cadelbosco.com)

[www.eur-lex.europa.eu](http://www.eur-lex.europa.eu)

[www.europa.eu](http://www.europa.eu)

[www.federbio.it](http://www.federbio.it)

[www.gabbianoonlus.it](http://www.gabbianoonlus.it)

[www.ilfattoquotidiano.it](http://www.ilfattoquotidiano.it)

[www.lastoriaviva.it](http://www.lastoriaviva.it)

[www.ninonegri.net](http://www.ninonegri.net)

[www.pv.camcom.it](http://www.pv.camcom.it)

[www.tenutaluigina.ch](http://www.tenutaluigina.ch)

[www.ti.ch](http://www.ti.ch)

[www.ticinowine.ch](http://www.ticinowine.ch)



[www.trabucchidillasi.it](http://www.trabucchidillasi.it)

[www.valswine.ch](http://www.valswine.ch)

[www.wineowine.com](http://www.wineowine.com)