

# DOC italiane: un tavolo tecnico per l'analisi delle denominazioni

scritto da Fabio Piccoli | 27 Maggio 2022



**Lamberto Frescobaldi, neo presidente di Unione Italiana Vini, ha inserito nei suoi tre punti programmatici principali la riorganizzazione delle denominazioni di origine italiane.**

Potremmo definirla una sfida ciclopica, data la “condizione” delle nostre denominazioni di origine che dalla fine degli anni '60 hanno dato mostra di una prolificità che sarebbe veramente invidiabile **se stessimo parlando della situazione demografica del nostro Paese.**

Sappiamo tutti le ragioni dell'alto indice di fecondità delle denominazioni italiane: abbiamo da tempo compreso che **non è stato certo il mercato a farle crescere**, bensì una sorta di “**megalomania politica**” che ha fatto pensare ad alcuni che arrivare ad ottenere un brand territoriale nel vino fosse una straordinaria dimostrazione di forza, in gran parte però fine a se stessa.

**Un po' come dare un nome ad una stella, che nella maggior**

parte dei casi esalta l'ego dello scopritore ma non rappresenta certo un grande contributo allo studio del nostro universo.

E, rimanendo nella metafora astronomica, purtroppo oggi **ci troviamo con un mare di denominazioni che assomigliano a dei buchi neri**: sappiamo che esistono ma non ci è chiaro cosa rappresentano e quanto "pericolosi" possano essere. Sono la fine di una galassia o potrebbero rappresentare anche l'inizio di qualcosa di nuovo?

Non è una domanda poi così banale e, pur rendendoci conto che il bravo Lamberto Frescobaldi non è Obi-Wan Kenobi (uno dei mitici Jedi di Guerre Stellari), è **indubbio che dovrà trovare un criterio adeguato per razionalizzare il nostro sistema delle denominazioni**.

Se, infatti, si volesse con una sorta di schiocco delle dita eliminare *d'emblée* tutte quelle denominazioni italiane che allo stato attuale appaiono morte o silenti, **probabilmente rimarremmo con un centinaio di brand territoriali tra doc, docg e igt (rispetto alle circa 530 attuali)**.

È chiaro che un colpo di scure di questa natura non solo sarebbe praticamente impossibile dal punto di visto giuridico, ma sarebbe anche molto pericoloso perché rischierebbe di **privarci di denominazioni che hanno potenzialità di crescita decisamente interessanti**.

Ed è su quest'ultimo fronte, cioè sul comprendere le reali potenzialità di molte nostre denominazioni di origine, che dovremmo lavorare anche se, purtroppo, **abbiamo perso già un mare di tempo**.

È evidente, infatti, che se l'unico criterio di valutazione di una denominazione è il suo livello di rivendicazione, di penetrazione sui mercati e di posizionamento medio sui canali distributivi, **potremmo forse tornare all'ipotesi di cesura netta già evidenziata precedentemente**.

Io penso, invece, che sia necessaria un'analisi che, prendendo

spunto dai dati sopra menzionati, sia anche in grado di **dare una risposta alle seguenti domande:**

- Quali le ragioni del **ritardato sviluppo della denominazione** (attraverso una survey specifica sui produttori del territorio)?
- La caratterizzazione dei vini è coerente con le dinamiche dei mercati attuali e in prospettiva (**analisi della contemporaneità dei vini**)?
- Vi sono **case history interessanti** di brand aziendali che sono stati in grado di sfruttare adeguatamente la denominazione (anche nel passato)?
- Vi è una **documentazione adeguata** a supporto della vocazionalità della denominazione (es. zonazioni)?
- Vi sono **riconoscimenti autorevoli da parte della critica enologica** (anche nel passato)?
- Dall'analisi dell'andamento storico della denominazione, quali sono i fattori che possono avere influito nella perdita di notorietà, posizionamento, reputazione?

Su quest'ultima domanda, prendo spunto da quanto recentemente affermato da **Angelo Peretti, uno dei più attenti osservatori delle dinamiche di evoluzione o involuzione delle denominazioni italiane**. Nei giorni scorsi, Peretti sottolineava come la **denominazione Bardolino**, una delle più storiche italiane, con etichette prestigiose già presenti a metà dell'800, di fatto **si sia "persa" con l'arrivo del turismo di massa sul Lago di Garda** (in particolare di origine tedesca) che ha portato ad una pericolosa "semplificazione" del prodotto e anche della sua immagine influenzando così profondamente nel suo percepito e posizionamento.

È molto importante, pertanto, analizzare la denominazione non solo nel suo stato presente, ma **cercando di indagare sul suo excursus storico**.

Alla luce di quanto sottolineato, **faccio una proposta a**

**Federdoc**, che in qualche misura mi sembra l'organismo di rappresentanza più importante sul fronte delle denominazioni: perché non costituire un **tavolo tecnico di analisi dello stato di salute delle denominazioni** da mettere a disposizione a quei Consorzi che oggi sono chiamati a definire strategie opportune di sviluppo del proprio brand territoriale?

Ma lo stesso tavolo, formato da esperti tecnici ma anche in marketing e comunicazione, potrà essere **a supporto di tutti quegli organismi**, Unione Italiana Vini in primis, **che oggi si mettono a disposizione nella riorganizzazione delle nostre denominazioni di origine.**

Certo, mi rendo conto, che non può essere un tavolo che si muove su base volontaristica: servono degli investimenti per questa tipologia di analisi. **Ma ritengo sia una "spesa" assolutamente preziosa** se non si vuole arrivare all'ennesima riforma legislativa che non risolve i problemi ma li nasconde sotto il tappeto.