

Perché i produttori di vino stanno abbandonando le IG?

scritto da Emanuele Fiorio | 27 Agosto 2024



Le indicazioni geografiche (IG) hanno giocato un ruolo cruciale nella definizione del mondo del vino sin dalla loro prima comparsa nella prima metà del secolo scorso. Questi sigilli hanno fornito ai consumatori una garanzia sull'origine delle uve e sul rispetto degli standard di sicurezza, contribuendo anche a creare un'associazione diretta con la qualità del vino. In Italia, le indicazioni geografiche sono disciplinate dagli articoli 29 e 30 del CPI (Codice della proprietà industriale). La tutela riguarda le indicazioni geografiche e le denominazioni di origine che identificano un paese, una regione o una località, quando siano adottate per designare un prodotto che ne è originario e le cui qualità, reputazione o caratteristiche sono dovute esclusivamente o essenzialmente all'ambiente. Le più note a livello italiano per il vino sono DOC, DOCG e IGT, ricomprese nel disciplinare

delle DOP e IGP a livello europeo (che riguardano sia i prodotti alimentari che i vini).

Tuttavia, un **numero crescente di viticoltori sta scegliendo di abbandonare le indicazioni geografiche** a favore di una maggiore libertà e creatività nella produzione vinicola. Questo fenomeno è alimentato dal desiderio di **superare i limiti imposti dalle IG**, che spesso vincolano i produttori a specifiche aree geografiche e metodi di produzione, limitando la loro capacità di sperimentare e innovare.

“Non ci importa dell’indicazione geografica. Voglio solo fare ciò che mi piace, senza regole,” afferma Anthony Aubert, fondatore dell’azienda Aubert & Mathieu, situata nella regione francese meridionale di Languedoc-Roussillon. La sua filosofia di produzione, mirata a un pubblico giovane, si basa sulla **flessibilità nel selezionare le uve da diverse regioni per creare il profilo aromatico desiderato**, cosa non consentita dalle rigide normative delle IG. Come riporta in un recente articolo Wine Enthusiast, Aubert sostiene che questa libertà gli consente di **concentrarsi maggiormente sulla varietà dei vitigni**, un fattore che ritiene cruciale nelle scelte dei consumatori quando acquistano una bottiglia di vino.

“È certamente utile sapere da dove proviene il vino, ma alcuni consumatori non sanno nemmeno dove si trova la Francia sulla mappa, figuriamoci la Languedoc o piccole denominazioni come Corbiere o Minervois”, afferma Aubert. **“Il vitigno, invece, è molto importante”.**

L’attenzione esclusiva al vitigno riflette un cambiamento più ampio nel settore, dove la complessità delle denominazioni e le loro regolamentazioni stanno diventando **sempre più difficili da comprendere per i consumatori**. Un esempio emblematico in Italia è la “Carta dei vigneti e delle Zone della Franciacorta” che ha suddiviso i vigneti in ben 134 sottozone.

Lisa Anselmi, co-proprietaria della cantina Anselmi nel Veneto, sostiene che la crescente complessità delle regolamentazioni confonde i consumatori. **“Tutti questi sforzi di zonazione creano solo più confusione,”** dice Anselmi, che ha deciso di uscire dalla denominazione Soave nel 1998. La decisione di Anselmi di allontanarsi dalla denominazione è stata motivata dalla volontà di differenziarsi e di puntare sulla qualità del proprio prodotto, piuttosto che essere associata a una denominazione che non garantiva più un’immagine positiva.

Un esempio emblematico è il produttore visionario Loïc Pasquet (il suo Bordeaux “Liber Pater” è uno dei vini più costosi al mondo), il quale ha rifiutato la denominazione Bordeaux. **Pasquet sottolinea l’importanza dei brand nel mercato attuale:** “Oggi non servono più le denominazioni. Con i social media, possiamo connetterci direttamente con i clienti e spiegare loro chi siamo”. Questo approccio permette ai produttori di costruire una narrazione attorno al loro vino, valorizzando le caratteristiche uniche e distinctive del loro prodotto, senza essere limitati dalle normative delle IG.

Secondo Pasquet **la percezione che i vini IG siano di maggior qualità non è più valida:** “Le denominazioni sono nate per proteggere i vignaioli e rispettare alcune zone, caratterizzate da un clima e una tradizione vitivinicola particolare, mentre i cosiddetti “Vin de France” in teoria identificano solo vini da tavola, di modesta qualità. **Oggi questa suddivisione è completamente superata.** Le denominazioni fanno vini industriali, i produttori validi fanno “Vin de France”.

La tendenza a rinunciare alle indicazioni geografiche riflette una trasformazione significativa nel settore vinicolo. La ricerca di libertà creativa e la capacità di rispondere alle esigenze del mercato stanno spingendo sempre più produttori a esplorare vie alternative. La crescente importanza dei brand e della comunicazione diretta con i consumatori sta ridisegnando

le dinamiche di un settore tradizionalmente legato a rigide regole territoriali. **Il futuro delle IG dipenderà dalla capacità di evolversi e adattarsi a queste nuove realtà del mercato globale del vino.** La sfida per le indicazioni di origine sarà quella di rimanere rilevanti, offrendo garanzie di qualità senza soffocare l'innovazione e la creatività dei produttori.