



Le IG possono favorire lo sviluppo rurale? Il caso del Montefalco Sagrantino DOP

Il caso studio dell'area del Montefalco Sagrantino DOP mira a illustrare come la presenza di un prodotto vitivinicolo a Indicazione Geografica possa aiutare lo sviluppo di un territorio rurale

L'Italia è uno tra i maggiori produttori mondiali di vino e nel 2021, secondo le stime di ISMEA (2022), la produzione vitivinicola ha creato un valore di circa 13 miliardi di euro. Tale comparto si configura quindi come uno dei più importanti settori produttivi dell'agricoltura italiana, portatore di sviluppo economico nei territori. Considerando l'importanza e il numero delle Indicazioni Geografiche del vino in Italia, il presente studio mira a stabilire se e in quale misura la presenza di una Denominazione di Origine possa contribuire allo sviluppo economico di un territorio. Altre ricerche hanno già cercato di rispondere a tale questione: Vaquero-Piñeiro (2021) ha analizzato i comuni italiani che producono le IG agroalimentari e vitivinicole più performanti, rilevando che il successo economico può derivare da condizioni socio-economiche favorevoli, ma che per le DOP vinicole possono incidere fattori socio-culturali come tradizioni, competenze locali e identità comunitaria. Lo studio di Crescenzi et al. (2022) ha esaminato solo i vini DOP italiani per verificare se queste Indicazioni Geografiche promuovano lo sviluppo locale nei territori; confrontando comuni rurali con prodotti IG dal 1951 con quelli senza prodotti IG, ha riscontrato nei primi una crescita della popolazione e uno sviluppo anche in settori non agricoli.

Questa ricerca si focalizza sulla zona del Montefalco Sagrantino DOP, in Umbria. È stata scelta una metodologia qualitativa che trae origine dalla grounded theory (Strauss and Corbin, 1998) per ottenere una comprensione più approfondita delle esperienze dirette degli stakeholders locali. L'o-

Diego Grazia

Laureato in Environmental and Food Economics, frequenta il corso di dottorato in Agricoltura, Ambiente e Bioenergia presso il Dipartimento di Scienze Agrarie e Ambientali dell'Università degli Studi di Milano.

Stefano Corsi

È Professore Associato di Economia Agraria ed Estimo Rurale al Dipartimento di Scienze Agrarie e Ambientali dell'Università degli studi di Milano. Si occupa principalmente dell'analisi delle filiere agroalimentari e dell'economia del vino.

Chiara Mazzocchi

È Professore Associato di Economia Agraria ed Estimo Rurale al Dipartimento di Scienze Agrarie e Ambientali dell'Università degli studi di Milano. I suoi principali interessi di ricerca riguardano l'economia del vino e la valutazione economica dei beni ambientali.



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI MILANO

Menzioni specifiche tradizionali DOCG, DOC e IGT

La Denominazioni di Origine Controllata e Garantita (DOCG), la Denominazione di Origine Controllata (DOC) e l'Indicazione Geografica Tipica (IGT) sono menzioni specifiche tradizionali utilizzate dall'Italia per designare i prodotti vitivinicoli DOP e IGP realizzati in determinate zone geografiche nel pieno rispetto dei relativi disciplinari. Tali menzioni possono essere indicate nell'etichettatura da sole o congiuntamente alla corrispondente espressione europea DOP e IGP.

biiettivo è stabilire se ci sia stato uno sviluppo socio-economico rilevante nell'area a seguito dell'istituzione della DOP e, eventualmente, valutare la percezione della sua portata. Il Sagrantino di Montefalco DOCG è stato istituito nel 1992, lo stesso anno in cui l'UE ha introdotto il regime di qualità basato sulle IG. Considerando che il Montefalco Sagrantino DOP era già stato riconosciuto come DOC nel 1979, questo caso studio ci permette di analizzare un prodotto con una tradizione e una storia ben radicate, ma che non è ancora noto o riconoscibile al livello di altri vini dell'Italia centrale DOP, come ad esempio il Chianti DOP o il Brunello di Montalcino DOP. Inoltre, in Umbria l'agricoltura ha un impatto maggiore sull'economia locale rispetto alla media nazionale (Banca d'Italia, 2023). La maggior parte degli intervistati è stata anche in grado di fornirci una testimonianza diretta dei principali

sviluppi socio-economici avvenuti nell'area a partire dal riconoscimento della DOP nel 1992 fino ad oggi.

Metodologia

Per questa ricerca sono stati raccolti dati attraverso interviste semi-strutturate. Sono stati selezionati 25 profili tra produttori di vino, esperti (giornalisti, sommelier) e figure istituzionali locali, principalmente dall'area della DOP Montefalco, ma non solo (**Figura 1**). Le interviste, svolte tra luglio e ottobre 2022, sono durate dai 20 ai 50 minuti e sono state registrate e trascritte. L'analisi dei dati si è basata sulla grounded theory di Gioia et al. (2013), utile per comprendere le esperienze dirette degli intervistati. Questo metodo serve a identificare temi e strutture all'interno delle informazioni raccolte, con un processo a più livelli:

- Concetti di primo ordine: tramite la lettura dei dati (in questo caso le interviste trascritte), si individuano idee o elementi specifici che emergono dalle parole dei partecipanti;
- Temi di secondo ordine: si raggruppano i concetti precedenti in categorie più ampie e astratte, creando collegamenti e significati comuni;
- Dimensioni aggregate: i temi di secondo ordine vengono ulteriormente sintetizzati in pochi temi centrali (in questo caso due), che rappresentano la struttura complessiva dei dati.

Risultati e discussione

La **Figura 2** illustra la struttura dei dati emersi. I risultati evidenziano le aree concettuali in cui il Montefalco Sagrantino DOP sembra aver favorito lo sviluppo territoriale, suggerendo però che tale progresso avvenga se-

Figura 1. L'areale di produzione del Montefalco DOP

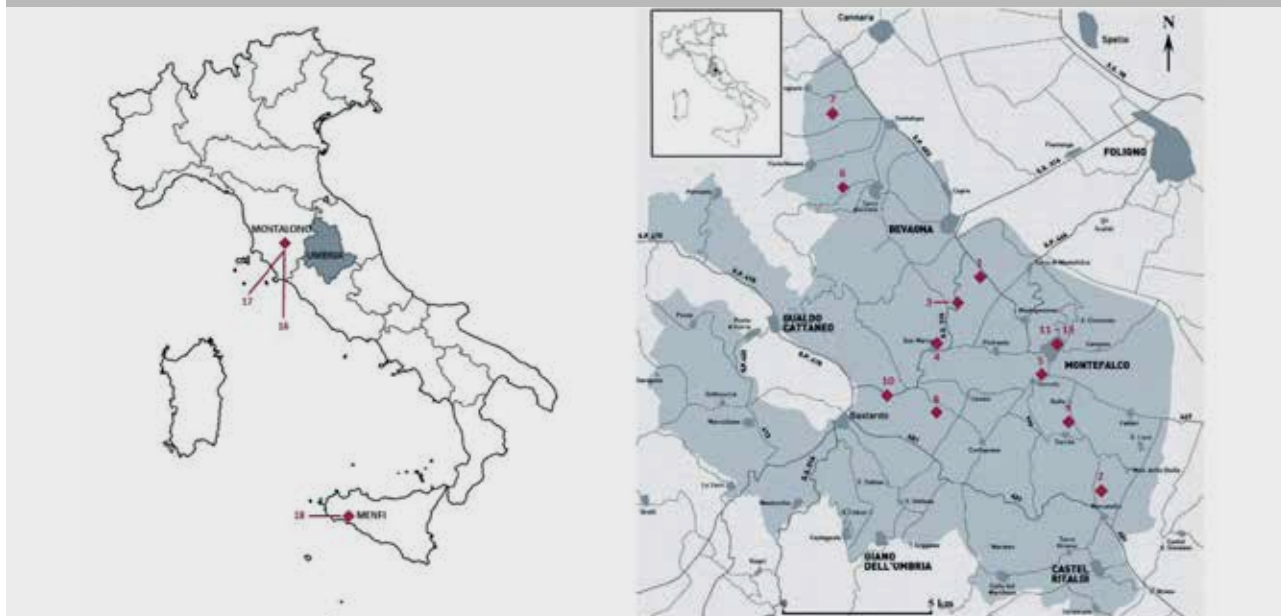
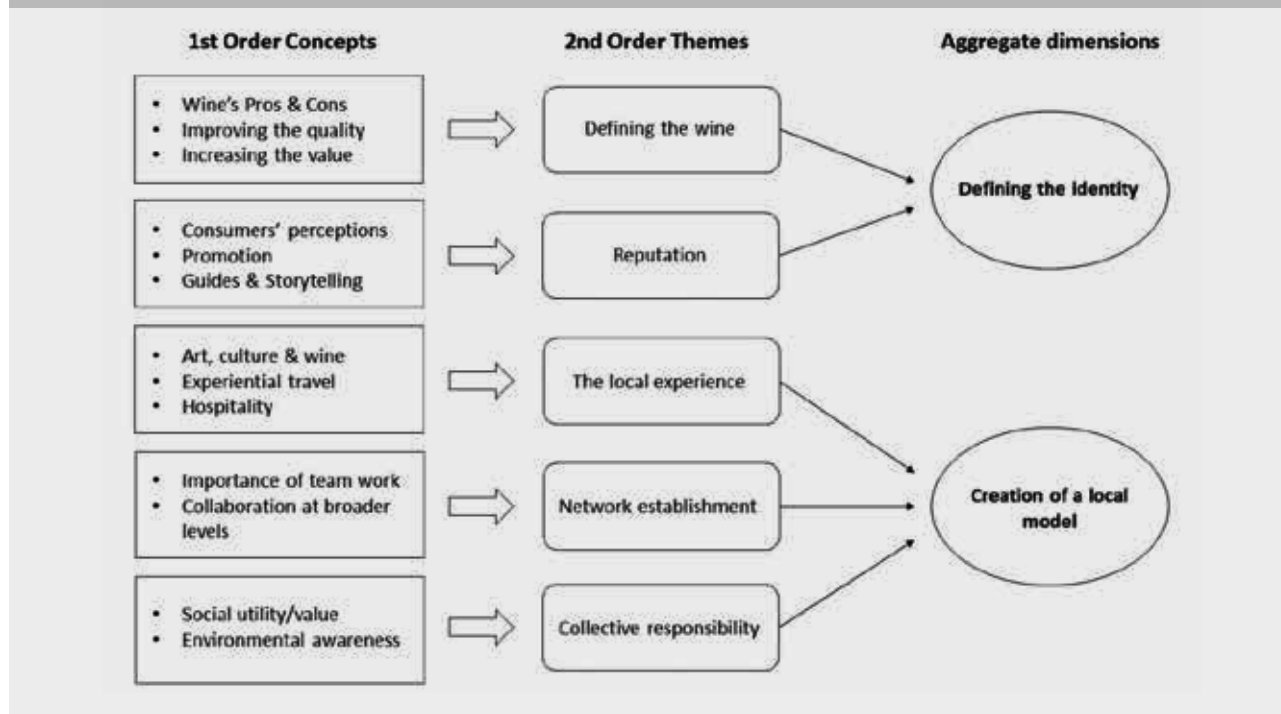


Figura 2. Data structure Questo metodo serve a identificare temi e strutture all'interno delle informazioni raccolte, con un processo a più livelli



guendo passi specifici e interconnessi, che coinvolgono diversi attori. Dalle interviste con i produttori è emerso il lavoro svolto negli ultimi decenni per far comprendere e mettere in risalto le caratteristiche che rendono il Montefalco Sagrantino DOP unico rispetto ad altri vini. Questo, insieme alla ricerca di strategie per incrementare il valore del prodotto (quantità, prezzi, ecc.), contribuisce a definire il vino e a costruirne l'immagine che le cantine e i comuni del Montefalco Sagrantino DOP mostrano ai consumatori. Produttori ed esperti (sommelier, giornalisti, ecc.) sentono la responsabilità di comunicare l'unicità del "Sagrantino". Tutto ciò contribuisce a quella che è stata definita come la "costruzione dell'identità" di questo vino.

Gli alti livelli di tannini presenti nel Montefalco Sagrantino DOP sono considerati da molti una sfida per affermarne la reputazione, ma anche un vantaggio rispetto ad altri vini rossi italiani (e internazionali). Produttori e altri stakeholders locali hanno anche osservato un cambiamento dell'interesse nei confronti dell'area di Montefalco, con turisti italiani e stranieri richiamati non solo dal "Sagrantino", ma anche dalle attrazioni culturali e naturali dell'area. Molti riconoscono, però, il ruolo trainante di tale vino nell'aumento della qualità dei servizi offerti. Le cantine locali, ad esempio, propongono una varietà più ampia di attività per i visitatori e i ristoranti hanno sviluppato una cucina più moderna e raffinata (pur rispettando la tradizione locale). Anche il numero e la qualità delle strutture ricettive sono aumentati note-

volmente, così come l'offerta culturale. Dalle interviste sono emersi tre temi principali riguardanti il territorio: "esperienza locale", "creazione di una rete" e "responsabilità collettiva". Relativamente al primo tema, la consapevolezza che i turisti vogliono comprendere l'unicità del luogo, con le sue tradizioni e cultura, ha fatto evolvere l'offerta verso il cosiddetto "turismo esperienziale", integrando eventi culturali, arte, vino e natura. Questo progresso dimostra come l'enoturismo possa essere motore di crescita economica e supportare la conservazione delle risorse locali. Inoltre, riguardo alla creazione di una rete, è emersa l'importanza della collaborazione tra produttori e istituzioni del territorio, sia per il passato che per il futuro. Gli attori locali hanno fatto propria l'importanza di una visione condivisa, sebbene si lamenti la mancanza di collaborazione su temi tecnici come l'adattamento ai cambiamenti climatici. Molti ritengono che la cooperazione debba avvenire su scala più ampia, combinando la promozione del vino con altri prodotti e attrazioni del luogo e regionali. Infine, emerge la consapevolezza dell'importanza della sostenibilità e di una viticoltura responsabile come sforzo collettivo, elementi chiave per un modello locale di sviluppo.

Conclusioni

Lo studio mostra come il Montefalco Sagrantino DOP influenzi lo sviluppo territoriale, evidenziando l'importanza di una visione condivisa. È emerso un forte impegno dei produttori nel migliorare la qualità del "Sagran-

tino”, aspirando a un prodotto distintivo che soddisfi i gusti dei consumatori internazionali, pur mantenendo l'unicità dell'uva. Tuttavia, rimane incerta la definizione del vino da proporre al mercato, con tipologie e fasce di prezzo molto diverse che possono creare confusione nei consumatori. Un maggiore allineamento tra produttori e Consorzio potrebbe favorire una strategia comune per la promozione.

La "creazione di un modello locale" si basa sulla collaborazione tra attori territoriali, ma sarebbe utile una direzione programmatica più chiara da parte delle istituzioni. Le infrastrutture limitate e la scarsa rappresentanza del Montefalco Sagrantino DOP nelle carte dei vini sono aspetti da potenziare, anche attraverso investimenti condivisi in promozione e qualità. Inoltre, il cambiamento climatico impone misure per adattare la viticoltura e

preservare il terroir; la condivisione di risorse economiche e investimenti in tecnologie avanzate potrebbero contribuire a una viticoltura più sostenibile e competitiva.

L'analisi qualitativa, pur non calcolando l'impatto economico, conferma quanto osservato da studi quantitativi sull'influenza delle IG nello sviluppo rurale. Questa ricerca offre una base di riflessione su come una DOP possa arricchire il territorio, ma anche sulla necessità di un approccio più coordinato per massimizzare i benefici. Per il futuro potrebbe essere interessante sviluppare un confronto con altri studi simili sullo sviluppo di altre aree rurali grazie ai vini a Denominazione di Origine (in Italia e all'estero) per individuare somiglianze o differenze e valutare meglio gli effetti delle Indicazioni Geografiche sullo sviluppo locale.

RIFERIMENTI RICERCA

Titolo

Can Geographical Indications foster local development? Evidence from Montefalco Sagrantino DOCG

Autori

D. Grazia, S. Corsi, C. Mazzocchi

Fonte

Wine Economics and Policy 13(2), 105-121 (2024)

<https://doi.org/10.36253/wep-16016>



Abstract

Uno degli obiettivi principali nell'istituzione delle Indicazioni Geografiche (IG) per i prodotti agroalimentari europei era di favorire lo sviluppo nelle comunità rurali. Data l'importanza culturale ed economica della produzione vinicola in Italia, questo studio si propone di comprendere come una IG vinicola nella regione Umbria possa aver influenzato lo sviluppo socio-economico locale e, in caso affermativo, la percezione della sua portata tra gli attori coinvolti. Attraverso interviste semi-strutturate e un'analisi qualitativa basata sul modello della grounded theory, i risultati indicano un'ascesa parallela, negli ultimi tre decenni, nella ricerca di un'identità unica sia per il territorio che per il prodotto vinicolo.

Bibliografia essenziale

1. Banca d'Italia, 2023. L'economia dell'Umbria (No. 10), Economie regionali.
2. Crescenzi, R., De Filippis, F., Giua, M., Vaquero-Piñeiro, C., 2022. Geographical Indications and local development: the strength of territorial embeddedness. *Regional Studies* 56, 381–393. <https://doi.org/10.1080/00343404.2021.1946499>
3. Gioia, D.A., Corley, K.G., Hamilton, A.L., 2013. Seeking Qualitative Rigor in Inductive Research: Notes on the Gioia Methodology. *Organizational Research Methods* 16, 15–31. <https://doi.org/10.1177/1094428112452151>
4. Istituto di Servizi per il Mercato Agricolo Alimentare (ISMEA), 2022. L'Italia del vino.
5. Strauss, A., Corbin, J., 1998. *Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory*, 2nd ed., Sage Publications, Inc, Thousand Oaks, CA, US.
6. Vaquero-Piñeiro, C., 2021. The long-term fortunes of territories as a route for agri-food policies: evidence from Geographical Indications. *BAE* 10. <https://doi.org/10.36253/bae-9429>
7. Gallo, A., Accorsi, R., Goh, A., Hsiao, H., and Manzini, R. (2021). A traceability-support system to control safety and sustainability indicators in food distribution. *Food Control* 124:107866. doi: 10.1016/j.foodcont.2021.107866