

CAMERA DEI DEPUTATI N. 3346

PROPOSTA DI LEGGE

D'INIZIATIVA DEI DEPUTATI

SANI, FIORIO, LUCIANO AGOSTINI, ANTEZZA, CAPOZZOLO, COVELLO, DAL MORO, VENITTELLI, ZANIN, ALBANELLA, AMATO, BARGERÒ, BECATTINI, BINI, BOCCADUTRI, BONACCORSI, BORGHI, BRUNO BOSSIO, CAPONE, CARNEVALI, CARRESCIA, COMINELLI, DALLAI, FONTANELLI, FREGOLENT, GIACOBBE, GINOBLE, GIULIETTI, GRASSI, IACONO, INCERTI, LAFORGIA, LAVAGNO, LEVA, LODOLINI, PATRIZIA MAESTRI, MANCIULLI, MANFREDI, MARANTELLI, MARCHI, MAZZOLI, MINNUCCI, PAGANI, PELILLO, PETRINI, PIAZZONI, RIBAUDO, ROMANINI, PAOLO ROSSI, SENALDI, VALERIA VALENTE, VALIANTE, ZARDINI

Riconoscimento del vino quale elemento del patrimonio culturale nazionale e disposizioni per la diffusione della conoscenza della storia e della cultura del vino

Presentata il 5 ottobre 2015

ONOREVOLI COLLEGHI! — Il vino è parte integrante della nostra storia da millenni. Furono i greci a introdurre la vite in Italia, che chiamarono proprio Enotria (Paese del vino). I romani la diffusero in seguito in molte regioni d'Europa, facendo del nostro Paese uno dei luoghi cardine di questa cultura.

L'affermarsi delle pratiche vitivinicole nel nostro Paese non ebbe mai un significato esclusivamente tecnico, così come il consumo di vino non ebbe mai un'accezione solamente alimentare.

Il vino è, infatti, parte integrante della cultura italiana ed è elemento rappresentativo della nostra identità e delle nostre radici: il vino racconta la storia e la cultura dell'Italia, ne definisce il territorio e ne disegna il paesaggio, che da nord a sud si dispiega in quella varietà di declinazioni che lo rendono un caleidoscopio di culture, stili, biodiversità e territori unico al mondo.

La cultura del vino rappresenta lo specchio del nostro paese e quindi della dialettica tra diversità e unità che lo ha

caratterizzato in ogni momento: regioni molto diverse tra loro, depositarie di differenti dialetti, usi, costumi, tradizioni, saperi ed eccellenze, testimoniano che la varietà e la particolarità costituiscono ancora oggi uno dei tratti fondanti della nostra identità.

Parlano di vino la nostra letteratura, le arti figurative, il teatro, e il cinema. Declinata nelle diverse sezioni per mezzo di una narrazione che ne intreccia la storia, la geografia, la scienza dell'alimentazione, le tradizioni, i saperi, l'agricoltura e le politiche produttive, la conoscenza della cultura del vino si configura come un momento di passaggio quasi obbligato per l'Italia, Paese esportatore di cultura non solo artistica e letteraria, ma anche di saperi, tecniche ed eccellenze.

La simbiosi profonda, presente in Italia tra vite e ambiente, uomo e vino, agricoltura e natura è testimoniata anche dai riconoscimenti dell'Organizzazione delle Nazioni Unite per l'educazione, la scienza e la cultura (UNESCO) come patrimonio immateriale dell'umanità dei « Paesaggi vitivinicoli del Piemonte: Langhe - Roero e Monferrato » e della « Val d'Orcia ». Tali zone, e in particolare il Piemonte, sono stati salvaguardati come esempi straordinari della radicata cultura del vino e dello straordinario paesaggio modellato dal lavoro dell'uomo, in funzione della coltivazione della vite e della produzione del vino. I siti costituiscono, infatti, una testimonianza unica di una tradizione culturale viva e un esempio eccezionale di rapporto tra l'uomo e la natura per più di due millenni. I filari dei vitigni storicamente coltivati nel territorio, le tipologie di coltura, il ricco sistema dei luoghi produttivi e degli insediamenti tradizionali evidenziano un paesaggio « vivente », in cui ogni sua evoluzione avviene nel costante rispetto ed equilibrio di tradizione e innovazione.

Questa premessa è necessaria per introdurre le finalità della proposta di legge che vuole valorizzare, in questo caso, non l'aspetto economico e occupazionale del vino, che fa del nostro Paese uno dei produttori maggiori del mondo per qua-

lità, quantità e varietà, ma il suo profondo e radicato legame con la tradizione e la cultura di ogni territorio.

È per questo motivo che il presente provvedimento vuole riconoscere, sull'esempio di altri Paesi europei a vocazione vitivinicola come la Francia e la Spagna, il vino come patrimonio culturale nazionale.

Tale riconoscimento, che potrebbe a una lettura superficiale avere un valore solo simbolico, è invece il primo passo per differenziare il vino dagli altri prodotti alcolici (tenendo comunque sempre come punto di riferimento imprescindibile la disciplina del « bere responsabile ») elevandolo a simbolo non solo della qualità produttiva dei nostri « *terroir* » e della tradizione enologica ed enogastronomica delle differenti zone vocali, ma quale emblema di un percorso storico e culturale unico che, generazione dopo generazione, ha influenzato e modellato il rapporto tra l'uomo e l'ambiente trovando spesso la sintesi paesaggistica più suggestiva tra civiltà e natura.

È per questo motivo che le disposizioni promuovono il vino, la sua storia e la sua cultura, in due ambiti fondamentali, rimasti fino a oggi esclusi da tale accezione, come il mondo della scuola e della comunicazione.

Per quanto riguarda l'istruzione è, infatti, previsto nelle scuole secondarie di secondo grado con indirizzo agrario, agroalimentare e agroindustriale e negli istituti professionali alberghieri, l'insegnamento di un'autonoma disciplina denominata « storia e cultura del vino ». Si tratta di una materia che fa già parte dell'offerta formativa di alcune università, dedicata al rapporto tra la viticoltura, le caratteristiche e la qualità del vino. Viene studiata, nel dettaglio, la coltivazione della vite in riferimento ai fattori del « *terroir* »: geografia, clima (e cambiamenti climatici), terreno, vitigno, ambiente economico-sociale, cultura agronomica, con un *focus* particolare all'integrazione tra saperi tradizionali e ricerca scientifica, biodiversità nel vigneto, evoluzione delle tecniche in relazione alla specializzazione e alla mec-

canizzazione, nonché mitigazione degli effetti negativi. Il corso tratta, inoltre, delle principali malattie della vite, della loro progressione storica e delle diverse tecniche di difesa, convenzionale, biologica, integrata e genetica, alla luce delle acquisizioni più recenti. Tali corsi nascono per formare figure professionali richieste dal settore e dal mercato: i « *wine teller* ». Si tratta di esperti nell'ambito della promozione del vino italiano, che trasmettono e comunicano anni di tradizione enologica e vitivinicola, nonché di arte, storia, antropologia ed estetica dell'Italia tramite e grazie al vino.

Per ciò che concerne invece la comunicazione, il provvedimento prevede la presenza di adeguati spazi, nella programmazione televisiva pubblica nazionale e regionale, per la promozione del vino quale patrimonio culturale nazionale, oltre a modifiche alla legge n. 125 del 2001 (« Legge quadro in materia di alcol e di problemi alcol-correlati ») al fine di consentire deroghe alla messa in onda di *spot* pubblicitari nei *media*.

La proposta di legge è costituita da tre articoli.

L'articolo 1 sancisce che il vino e i relativi terreni viticoli fanno parte del patrimonio culturale, gastronomico e paesaggistico tutelato e promosso dallo Stato.

L'articolo 2, come già rilevato, disciplina l'insegnamento della storia e cultura del vino al fine di incentivare la formazione di nuove figure professionali richieste dal mercato e capaci di promuovere il

made in Italy in ambito nazionale e internazionale, oltre a incentivare una cultura del « bere responsabile » rispetto all'utilizzo di sostanze alcoliche. L'articolo indica, inoltre, le modalità di svolgimento dei corsi, i contenuti didattici, le norme per la selezione e per l'aggiornamento del personale docente (prevedendo appositi decreti ministeriali) e la relativa copertura finanziaria.

L'articolo 3 si focalizza sulla programmazione radiotelevisiva assicurando che nel contratto di servizio dello Stato italiano con la società concessionaria del servizio pubblico radiotelevisivo sia previsto l'obbligo di riservare adeguati spazi, nella programmazione televisiva pubblica nazionale e regionale, alle realtà storiche, artistiche, sociali, economiche ed enogastronomiche che valorizzano e promuovono il vino quale patrimonio culturale nazionale. L'articolo propone inoltre una modifica alla legge n. 125 del 2001 stabilendo che il divieto della pubblicità delle bevande alcoliche, in vigore ad oggi in alcune fasce orarie, non si debba applicare qualora l'oggetto degli *spot* pubblicitari non sia un prodotto specifico a destinazione commerciale, ma sia relativo alla promozione generale del vino quale alimento distintivo di qualità del *made in Italy*. Viene, inoltre, stabilito che tale deroga alla trasmissione di *spot* pubblicitari, per poter essere applicata, debba essere preventivamente approvata dall'Osservatorio nazionale per l'infanzia e l'adolescenza.

PROPOSTA DI LEGGE

ART. 1.

(Riconoscimento del vino quale elemento del patrimonio culturale nazionale).

1. Il vino, come definito dall'articolo 13 del regio decreto-legge 15 ottobre 1925, n. 2033, convertito dalla legge 18 marzo 1926, n. 562, e i relativi terreni viticoli fanno parte del patrimonio culturale, gastronomico e paesaggistico tutelato e promosso dallo Stato.

ART. 2.

(Introduzione dell'insegnamento della storia e cultura del vino).

1. A decorrere dall'anno scolastico 2016/2017 è introdotto, nelle scuole secondarie di secondo grado con indirizzo agrario, agroalimentare e agroindustriale e negli istituti professionali alberghieri, l'insegnamento di un'autonoma disciplina denominata storia e cultura del vino.

2. L'insegnamento della storia e cultura del vino ha lo scopo di concorrere alla formazione di nuove figure professionali richieste dal mercato e capaci di promuovere la produzione vitivinicola italiana in ambito nazionale e internazionale, nonché di promuovere una cultura del consumo responsabile delle sostanze alcoliche.

3. All'insegnamento della storia e cultura del vino sono destinate due ore a settimana, anche frazionabili, individuate nell'ambito dell'orario settimanale fissato dalle disposizioni vigenti in materia.

4. Il collegio dei docenti, nell'esercizio delle proprie funzioni di programmazione delle attività educative, definisce le modalità relative alla collocazione temporale, eventualmente anche pomeridiana, delle ore dedicate all'insegnamento della storia e cultura del vino.

5. Entro quattro mesi dalla data di entrata in vigore della presente legge, il Ministro dell'istruzione, dell'università e della ricerca, di concerto con il Ministro della salute e con il Ministro delle politiche agricole alimentari e forestali, stabilisce, con proprio decreto, i criteri per l'individuazione dei docenti preposti all'insegnamento della storia e cultura del vino e le linee guida per la predisposizione di corsi di aggiornamento e di qualificazione professionali, della durata di sei mesi, al fine di fornire agli stessi docenti le informazioni e le conoscenze necessarie allo svolgimento dell'insegnamento della storia e cultura del vino.

6. Il personale interessato ai corsi di cui al comma 5 è esonerato dal servizio per tutto il periodo di durata degli stessi.

7. Entro sei mesi dalla data di entrata in vigore della presente legge, il Ministro dell'istruzione, dell'università e della ricerca, di concerto con il Ministro della salute e con il Ministro delle politiche agricole alimentari e forestali, con proprio decreto, stabilisce il contenuto dei programmi di insegnamento della storia e cultura del vino.

8. All'onere derivante dall'attuazione del presente articolo, valutato in 5 milioni di euro per ciascuno degli anni 2016, 2017 e 2018, si provvede mediante corrispondente riduzione dello stanziamento del fondo speciale di parte corrente iscritto, ai fini del bilancio triennale 2016-2018, nell'ambito del programma « Fondi di riserva e speciali » della missione « Fondi da ripartire » dello stato di previsione del Ministero dell'economia e delle finanze per l'anno 2016, allo scopo parzialmente utilizzando l'accantonamento relativo al medesimo Ministero.

9. Il Ministro dell'economia e delle finanze è autorizzato ad apportare, con propri decreti, le occorrenti variazioni di bilancio.

ART. 3.

(Programmazione radiotelevisiva).

1. Il Ministero dello sviluppo economico provvede ad assicurare che nel con-

tratto di servizio con la società concessionaria del servizio pubblico radiotelevisivo sia previsto l'obbligo di riservare adeguati spazi, nella programmazione televisiva pubblica nazionale e regionale, alle realtà storiche, artistiche, sociali, economiche ed enogastronomiche che valorizzano e promuovono il vino quale patrimonio culturale nazionale.

2. Dopo il comma 3 dell'articolo 13 della legge 30 marzo 2001, n. 125, sono inseriti i seguenti:

«3-*bis*. Il divieto della pubblicità delle bevande alcoliche di cui ai commi 2 e 3 non si applica qualora l'oggetto dei messaggi pubblicitari non sia un prodotto specifico a destinazione commerciale, ma sia relativo alla promozione generale del vino, come definito dall'articolo 13 del regio decreto-legge 15 ottobre 1925, n. 2033, convertito dalla legge 18 marzo 1926, n. 562, quale alimento distintivo di qualità della produzione nazionale.

3-*ter*. Gli *spot* pubblicitari di cui al comma 3-*bis*, per poter essere trasmessi in deroga ai divieti di cui ai commi 2 e 3, devono essere preventivamente approvati dall'Osservatorio nazionale per l'infanzia e l'adolescenza disciplinato dal regolamento di cui al decreto del Presidente della Repubblica 14 maggio 2007, n. 103 ».

PAGINA BIANCA

€ 1,00



17PDL0036070