

Valeria Piergigli

*Cibo e cultura: i prodotti alimentari tipici
tra patrimonio culturale e industria creativa*

SOMMARIO: 1. Cibo, cultura e industria in Italia, Francia e Spagna: un approccio di diritto comparato – 2. Il cibo come elemento del patrimonio culturale, materiale e immateriale – 3. Il cibo come espressione di creatività: la c.d. industria del gusto – 4. Tipicità enogastronomiche e territori – 5. Alla ricerca di un equilibrio: il *buen vivir* latino-americano può essere un modello ispiratore?

1. Cibo, cultura e industria in Italia, Francia e Spagna: un approccio di diritto comparato

Il cibo non è soltanto nutrimento: è anche bene culturale e bene del gusto. Da un lato, i prodotti alimentari tipici, in quanto evocativi di comunità e territori, di memoria e identità, fanno parte del patrimonio culturale (locale, nazionale, dell'umanità), in un certo senso appartengono al *genus* dei beni culturali; la localizzazione e la datazione ne sono aspetti caratteristici. Dall'altro lato, essi sono anche espressione di creatività, di ricerca e innovazione tecnologica e dunque si associano all'aspetto della produzione industriale (c.d. industria del gusto).

Nell'ordinamento italiano, il d.m. 350/1999¹ ha definito 'tradizionali' i prodotti agroalimentari "le cui metodiche di lavorazione, conservazione e stagionatura risultano consolidate nel tempo"; dal canto suo, il d.m. 9 aprile 2008² ha riconosciuto che i prodotti (agro)alimentari 'tipici' sono "espressione, oltre che dell'inventiva, dell'ingegno e del processo di evoluzione socio-economica delle collettività territoriali italiane, anche delle tradizioni e della cultura delle regioni, delle province e in genere

¹ D.M. 8 settembre 1999, n. 350 'Regolamento recante norme per l'individuazione dei prodotti tradizionali di cui all'articolo 8, comma 1, del D. Lgs. 30 aprile 1998, n. 173' (v. *infra* nota 22).

² D.M. 9 aprile 2008 'Individuazione dei prodotti agroalimentari italiani come espressione del patrimonio culturale italiano'.

delle comunità diffuse sul territorio italiano” (premessa) e dunque essi “costituiscono espressione del [nostro] patrimonio culturale [...]” (art. 1). Nel diritto dell’Unione europea, il carattere ‘tradizionale’ di un prodotto agro-alimentare discende dall’ “[...] uso comprovato sul mercato nazionale per un periodo di tempo che permette di tramandare le conoscenze da una generazione all’altra; tale periodo deve essere di almeno trenta anni” (art. 3 Reg. (UE) 1151/2012)³.

Nel sentire comune, l’aggettivo tipico o tradizionale – che saranno impiegati in maniera fungibile nella nostra analisi – riferito ad un prodotto agro-alimentare indica “un metodo di produzione “antico” o comunque ereditato, conservato e consolidato nel tempo; l’utilizzo di determinate e sempre uguali materie prime; il legame con uno specifico luogo di origine; un gusto, un aroma e caratteristiche organolettiche particolari che il consumatore riconosce e che si aspetta di trovare in altri prodotti dello stesso genere”⁴.

Le due dimensioni – cultura e industria – sembrano difficilmente conciliabili a prima vista, almeno secondo l’approccio europeo-mediterraneo, ma in realtà, con riferimento ai prodotti alimentari tipici, esse sono due facce della stessa medaglia. Per questi beni o prodotti, così come verso le rispettive comunità e località di origine, sono auspicabili infatti sia politiche di tutela che ne preservino la memoria storica e il valore identitario, sia politiche che ne promuovano i tratti della creatività e della innovazione. Tutti questi aspetti, culturale-creativo-innovativo, sono rilevanti sotto il profilo economico, sociale, intergenerazionale e pertanto una regolamentazione giuridica integrata degli stessi può rivelarsi idonea anche a contrastare i c.d. processi di globalizzazione.

Il presente contributo si soffermerà distintamente sull’una e sull’altra dimensione, prendendo in considerazione gli sviluppi del dato normativo, a cominciare da quello internazionale e sovranazionale, e focalizzerà l’attenzione in particolare, nel ricco panorama comparato, sugli approcci seguiti da Italia, Francia, Spagna, ove entrambe le dimensioni sono ben

³ Regolamento (UE) n. 1151/2012 del Parlamento europeo e del Consiglio del 21 novembre 2012 sui regimi di qualità dei prodotti agricoli e alimentari.

⁴ Così ALTILI, *I prodotti agroalimentari tradizionali come beni culturali*, in *Economia della cultura*, 1, 2010, p. 35. Per interessanti spunti, non esclusivamente giuridici, sulle connessioni tra cibo, cultura, territorio, economia, cfr., tra gli altri, CICERCHIA, *Cultura, cibo e paesaggio: lo sguardo economico*, in *Economia della Cultura*, 1, 2010, p. 5 ss.; FERRARA, *Cibo, cultura, paesaggio. Strategie di marketing territoriale per la Valdaso: presupposti teorici ed evidenze empiriche*, in *Il capitale culturale*, VIII, 2013, p. 305 ss.; FIORILLO, SILVERIO, *Cibo, cultura, diritto*, Modena, 2017; LO PRETE, *I musei del gusto. Un viaggio tra cibo, arte e cultura*, in *Economia della Cultura*, 4, 2018, p. 521 ss.; DE CASTRIS (a cura di), *Cibo e società. Una relazione da esplorare*, Roma, 2018.

delineate, nonostante alcune diversità da ordinamento a ordinamento. Peraltro, quelli prescelti sono i Paesi dell'Unione europea col maggior numero di registrazioni di prodotti agro-alimentari tipici e che possono fregiarsi dei riconoscimenti formali richiesti dalla normativa vigente (DOP, IGP, STG). In conclusione, si cercheranno di evidenziare alcuni aspetti critici delle attuali normative, ma anche le potenzialità sottese alle complesse dinamiche del rapporto tra cibo-cultura-industria, dinamiche che non possono trascurare il contributo vivo e partecipe delle collettività locali e dei rispettivi territori. La prospettiva cui tendere è infatti quella della trasmissione dei saperi alle generazioni future, nell'ottica della sostenibilità e della coesione sociale. A tal fine, per nulla trascurabili sembrano essere le suggestioni offerte sia dal diritto internazionale che dal costituzionalismo andino e, più in generale, dalla filosofia del *buen vivir* latino-americano.

2. Il cibo come elemento del patrimonio culturale, materiale e immateriale

L'esaltazione del cibo nel suo aspetto culturale richiede preliminarmente di circoscrivere il concetto giuridico di 'patrimonio culturale'. Operazione non semplice, per il fatto che sono svariate le definizioni possibili di questa nozione a seconda del contesto di riferimento, nazionale o internazionale ad esempio, e delle finalità perseguite, pur sempre nell'ottica della protezione⁵. Inoltre, il patrimonio culturale viene abitualmente distinto in materiale e immateriale – il che complica ulteriormente il compito – sebbene anche le *res* chiamate 'beni culturali' siano portatrici di un intrinseco valore culturale che è, in sé considerato, non tangibile e dunque immateriale. Peraltro, l'immaterialità dei beni culturali/*res* si collega ad aspetti non tutti strettamente di rilievo culturale: si pensi all'immateriale economico dei beni culturali⁶, alla immaterialità delle attività dirette alla promozione e diffusione della cultura, alla immaterialità dei beni culturali digitalizzati che risultano, appunto, de-materializzati. Comunemente, si ritiene che il patrimonio culturale immateriale sia costituito da beni culturali intangibili o volatili, in quanto privi di supporto fisico⁷. Il cibo, i prodotti del gusto,

⁵ Ad es. in relazione alla circolazione internazionale o a situazioni come conflitti armati o distruzioni intenzionali.

⁶ Su questo aspetto, v. in particolare MORBIDELLI, BARTOLINI (a cura di), *L'immateriale economico nei beni culturali*, Torino, 2016.

⁷ Sui beni culturali immateriali, cfr., *ex multis*: GUALDANI, *I beni culturali immateriali: ancora senza ali?*, in *Aedon*, 1, 2014 e EAD., *I beni culturali immateriali: una categoria in cerca*

i prodotti alimentari tipici vengono pertanto ricondotti al patrimonio culturale immateriale, in quanto collegati alla identità storica, alla memoria di una collettività o di una nazione, in quanto testimonianze di una cultura, di pratiche tradizionali autoctone, di uno stile di vita che vale la pena conservare e trasmettere alle future generazioni. Ma è corretto ricondurre esclusivamente al patrimonio immateriale i prodotti alimentari tradizionali o, pur restando per ora nella dimensione culturale, è opportuna qualche ulteriore precisazione?

Per provare a dare una risposta, è opportuno prendere le mosse dal contributo del diritto internazionale alla emersione del concetto di patrimonio culturale immateriale nel quale rientrano i cibi e le pratiche alimentari tradizionali. Le Convenzioni UNESCO del 2003 e del 2005, ratificate dai tre Paesi oggetto di indagine⁸, tutelano a diverso titolo le manifestazioni immateriali della cultura, essendo rispettivamente dedicate alla salvaguardia del patrimonio culturale immateriale e alla protezione e promozione della diversità delle espressioni culturali. Il primo di questi documenti sottolinea in premessa l'importanza del patrimonio culturale immateriale "in quanto fattore principale della diversità culturale e garanzia di uno sviluppo duraturo", nonché la "profonda interdipendenza fra il patrimonio culturale immateriale e il patrimonio culturale materiale e i beni naturali"; riconosce il ruolo importante delle comunità "per la salvaguardia, la manutenzione e il ripristino del patrimonio culturale immateriale" esposto a pericoli di scomparsa e distruzione a causa dei processi di globalizzazione; definisce, o meglio include, nel suddetto patrimonio "le prassi, le rappresentazioni, le espressioni, le conoscenze, il know-how – come pure gli strumenti, gli oggetti, i manufatti e gli spazi culturali associati agli stessi – che le comunità, i gruppi e in alcuni casi gli individui riconoscono in quanto parte del loro patrimonio culturale" (art. 2). E ancora, evidenziando l'aspetto dinamico ed evolutivo del concetto, aggiunge: "questo patrimonio culturale immateriale, trasmesso di generazione in generazione, è costantemente ricreato dalle comunità e dai gruppi in risposta al loro ambiente, alla loro interazione con la natura e alla loro storia e dà loro un senso di identità e di continuità, promuovendo in tal modo il rispetto per la diversità culturale e la creatività umana" (art. 2).

È sulla base della Convenzione del 2003 che l'UNESCO ha riconosciuto il valore culturale di diverse pratiche alimentari, tra cui la dieta mediterranea, condivisa tra gli altri Paesi da Italia e Spagna. La dieta mediterranea è stata

di autonomia, in *Aedon*, 1, 2019 e bibl. ivi; SINISI, "Utilità culturale" e "utilità economica" dei beni appartenenti al patrimonio culturale: Intangible Cultural Heritage, sponsorizzazioni e riproduzioni, in *Diritto e Società*, 2, 2018, spec. pp. 209-221.

⁸ Entrambe ratificate dall'Italia nel 2007, dalla Francia e dalla Spagna nel 2006.

inserita nel 2010 nel patrimonio culturale immateriale dell'umanità non soltanto per le sue qualità nutrizionali, ma anche per i valori sociali e culturali ad essa sottesi⁹. Per analoghe ragioni, sono stati progressivamente inclusi la cucina messicana, la gastronomia francese, oltre a singoli prodotti alimentari tipici, come il pan di zenzero croato e il caffè turco, solo per citare alcuni esempi. Non c'è dubbio che i prodotti enogastronomici possono racchiudere valori sociali, testimoniare stili di vita, riti e credenze, costituire segni di identità e di appartenenza, rimandare alla cultura di una comunità o di un popolo e, dunque, possono a giusto titolo far parte del patrimonio culturale immateriale. La Convenzione del 2003, pur distinguendo opportunamente, per oggetto e modalità di tutela, i beni culturali materiali da quelli immateriali, ne sottolinea "l'unità ontologica"¹⁰, perché entrambe le tipologie di beni concorrono a formare il patrimonio culturale.

Proprio sul dialogo interculturale e sulla promozione della diversità culturale, in quanto premessa per la garanzia dello sviluppo sostenibile di cui far beneficiare le generazioni presenti e quelle future, si intrattiene il secondo dei documenti citati. Premesso che la 'diversità culturale' "è una caratteristica inerente all'umanità", contribuisce a creare «un mondo prospero ed eterogeneo», "è un fattore indispensabile per garantire pace

⁹ La dieta mediterranea, comune a Italia, Spagna, Portogallo, Cipro, Croazia, Grecia, Marocco, secondo l'UNESCO "rappresenta un insieme di competenze, conoscenze, pratiche e tradizioni che vanno dal paesaggio alla tavola, includendo le colture, la raccolta, la pesca, la conservazione, la trasformazione, la preparazione e, in particolare, il consumo di cibo. La Dieta Mediterranea è caratterizzata da un modello tradizionale rimasto costante nel tempo e nello spazio, costituito principalmente da olio di oliva, cereali, frutta fresca o secca e verdure, una moderata quantità di pesce, latticini e carne e molti condimenti e spezie, il tutto accompagnato da vino o infusi, sempre in rispetto delle tradizioni di ogni comunità. Tuttavia, la Dieta Mediterranea (dal greco *díaita*, stile di vita) è molto più che un semplice alimento. Essa promuove l'interazione sociale, poiché il pasto in comune è alla base dei costumi sociali e delle festività condivise da una data comunità, e ha dato luogo a un notevole corpus di conoscenze, canzoni, massime, racconti e leggende. La Dieta si fonda nel rispetto per il territorio e la biodiversità, e garantisce la conservazione e lo sviluppo delle attività tradizionali e dei mestieri collegati alla pesca e all'agricoltura nelle comunità del Mediterraneo". In dottrina, cfr. i contributi di: CIRILLO, *La tutela giuridica della diversità bioculturale, dieta mediterranea, Unesco*; GAZZETTA, *La tutela giuridica della biodiversità in quanto bene culturale*; ZAGARELLA, *Il patrimonio culturale immateriale e le tradizioni alimentari: verso un piano di governance per la Dieta Mediterranea patrimonio dell'umanità Unesco*, tutti in CERRINA FERONI, FROSINI, MEZZETTI, PETRILLO (a cura di), *Ambiente, energia, alimentazione. Modelli giuridici comparati per lo sviluppo sostenibile*, vol. 1, tomo I, Firenze, 2016, rispettivamente, p. 33 ss., p. 85 ss. e p. 121 ss.

¹⁰ Così, TARASCO, *Diversità e immaterialità del patrimonio culturale nel diritto internazionale e comparato: analisi di una lacuna (sempre più solo) italiana*, in *Amministrazione in cammino*, 11 dicembre 2008, p. 7.

e sicurezza sul piano locale, nazionale ed internazionale”, è importante “nell’ambito della piena realizzazione dei diritti umani”, la Convenzione del 2005 riconosce l’importanza del “sapere tradizionale quale fonte di ricchezza immateriale e materiale” (premessa). Di seguito, prende atto che “la cultura rappresenta un settore essenziale dello sviluppo” e che “gli aspetti culturali ed economici dello sviluppo assumono pari importanza” (art. 1.5). Successivamente, precisa che il concetto di diversità culturale “rimanda alla moltitudine di forme mediante cui le culture dei gruppi e delle società si esprimono” (art. 4), ma non è soltanto questo. La diversità culturale, infatti, aggiunge l’art. 4, si riflette “anche attraverso modi distinti di creazione artistica, di produzione, di diffusione, di distribuzione e di apprezzamento delle espressioni culturali, indipendentemente dalle tecnologie e dagli strumenti impiegati”.

Questo passaggio è meritevole di attenzione nella nostra prospettiva di indagine, perché concorre a saldare le due dimensioni del cibo, culturale e industriale, cui si è accennato in apertura. Conferma di questa saldatura è il punto 5 del medesimo art. 4 laddove vengono menzionate, sia pure solo per cenni, le industrie culturali, definite come le industrie “che producono e distribuiscono beni o servizi culturali”, i quali a loro volta sono tutti quei beni e servizi che “dal punto di vista della loro qualità, del loro utilizzo e della loro finalità specifici, raffigurano o trasmettono espressioni culturali, indipendentemente dal valore commerciale loro attribuito”. E più avanti, il documento insiste sull’impegno da parte degli Stati contraenti per consolidare le industrie culturali nei Paesi in via di sviluppo (art. 14, Cooperazione allo sviluppo).

Per concludere questa breve disamina dei documenti internazionali, merita infine un cenno la Convenzione-quadro sul valore del patrimonio culturale per la società, adottata dal Consiglio d’Europa nel 2005 (c.d. Convenzione di Faro). Il documento si collega idealmente alle Convenzioni UNESCO sopra menzionate nella misura in cui sottolinea il legame tra il patrimonio culturale e le comunità che ne sono portatrici, definendo il patrimonio culturale quale “[...] insieme delle risorse ereditate dal passato che le popolazioni identificano [...] come riflesso ed espressione dei loro valori, credenze, conoscenze e tradizioni in continua evoluzione” (art. 2 a). Anzi, muovendo da una prospettiva *bottom-up*, la Convenzione di Faro, in vigore dal 2011 ma per il momento soltanto firmata da Italia e Spagna, muove proprio dal contributo partecipativo delle comunità e dei singoli componenti che sono i veri protagonisti del processo per il riconoscimento

del valore sociale del loro patrimonio culturale¹¹.

Nel contesto dell'Unione europea, e salvo quanto si dirà più avanti (*infra* §3), basti citare in questa sede la Decisione del Parlamento europeo e del Consiglio che ha proclamato il 2018 'Anno europeo del patrimonio culturale' e, richiamando le Conclusioni del Consiglio del 2014, ha affermato che il patrimonio culturale "è costituito dalle risorse ereditate dal passato, in tutte le forme – materiali, immateriali e digitali – ivi inclusi [...] le competenze, le prassi, le conoscenze e le espressioni della creatività umana [...]" (7° considerando)¹². Peraltro, già qualche tempo prima, il Parlamento europeo aveva evidenziato gli aspetti culturali ed educativi del patrimonio gastronomico europeo, come insieme di conoscenze, esperienze, arte e artigianalità, il quale contribuisce allo sviluppo della crescita e dell'occupazione in molti settori economici, dalla ristorazione, al turismo all'agroalimentare, alla ricerca¹³.

Se quello sinteticamente delineato è il quadro internazionale, qual è l'approccio nel diritto comparato alla protezione del patrimonio culturale immateriale da parte degli ordinamenti e quale eventualmente il rilievo culturale riconosciuto ai prodotti enogastronomici? Ebbene, dei 193 Paesi aderenti alle Nazioni Unite, poco più di un quarto (55 Paesi) proclama la tutela costituzionale del patrimonio culturale e pochissime sono le Costituzioni che rivolgono attenzione al patrimonio culturale comprensivo di quello immateriale¹⁴. Si tratta del Brasile (Cost. 1988, artt. 215-216)¹⁵,

¹¹ A commento degli strumenti internazionali riportati nel testo, cfr. MAZZUOLI, *Le tradizioni enogastronomiche: un patrimonio da tutelare e valorizzare*, in *Ambiente, energia, alimentazione. Modelli giuridici comparati per lo sviluppo sostenibile*, cit., vol. 1, tomo I, p. 97 ss.; BALDIN, *I beni culturali immateriali e la partecipazione della società nella loro salvaguardia: dalle convenzioni internazionali alla normativa in Italia e Spagna*, in *DPCE-Online*, 3, 2018; GRISOSTOLO, *La salvaguardia del patrimonio culturale immateriale: recenti tendenze in area europea*, in *Diritto pubblico comparato ed europeo*, 3, 2018, p. 723 ss. Sulla Convenzione di Faro, v. in particolare: CARMOSINO, *La Convenzione quadro del Consiglio d'Europa sul valore del patrimonio culturale per la società*, in *Aedon*, 1, 2013.

¹² Decisione (UE) 2017/864 del Parlamento europeo e del Consiglio del 17 maggio 2017 relativa a un Anno europeo del patrimonio culturale (2018).

¹³ Risoluzione del Parlamento europeo del 12 marzo 2014 sul patrimonio gastronomico europeo: aspetti culturali ed educativi.

¹⁴ Per una sintetica illustrazione del panorama comparato, cfr. TARASCO, *Diversità immaterialità del patrimonio culturale nel diritto internazionale e comparato: analisi di una lacuna (sempre più solo) italiana*, cit.

¹⁵ L'art. 215 fa riferimento alla promozione dei diritti culturali, valorizzazione delle manifestazioni culturali, con particolare riguardo alle manifestazioni delle culture popolari, indigene e afro-brasiliane e quelle di altri gruppi che fanno parte del retroterra culturale nazionale. L'art. 216 include nel patrimonio culturale brasiliano i beni materiali e

dell'Ecuador (Cost. 2008, artt. 379-380)¹⁶, del Venezuela (Cost. 2009, art. 99)¹⁷, della Bolivia (Cost. 2009, art. 304.1.10)¹⁸, dell'Algeria (Cost. 1989 rev. 2016, art. 45)¹⁹, cui vanno aggiunti almeno la Colombia (art. 310 Cost. 1991 rev. 2015) e il Messico (art. 1 Cost. 1917 rev. 2015) per i riferimenti al patrimonio culturale dei popoli indigeni. Non è un caso che, ad eccezione del testo algerino, tutte quelle citate siano Costituzioni di Paesi latino-americani, che assumono un approccio al patrimonio culturale radicalmente distinto rispetto a quello europeo-occidentale. Del resto, sono stati proprio i Paesi extra-europei e in particolare quelli latino-americani a promuovere presso l'UNESCO l'adozione delle Convenzioni che si sono sopra richiamate.

Quale l'approccio al patrimonio culturale nei tre ordinamenti che sono oggetto della nostra riflessione? In Italia, accanto al principio fondamentale dell'art. 9 Cost. – che assegna alla Repubblica il compito di promuovere lo sviluppo della cultura, tutelare il patrimonio storico e artistico e il paesaggio – e ad alcune disposizioni costituzionali che si riporteranno più avanti a proposito della ripartizione delle competenze legislative tra Stato e regioni (*infra* §5), non esiste una disciplina legislativa statale *ad hoc* per i beni culturali immateriali. Il Codice dei beni culturali e del paesaggio (d. lgs. 42/2004) si rivolge esclusivamente alle *res* e non definisce il patrimonio culturale, bensì indica i beni culturali e i beni paesaggistici come sue componenti. Peraltro, i beni culturali, quantunque possano essere anche di interesse etnoantropologico, sono solo quelli materiali, cioè cose mobili e immobili, la cui unicità e irriproducibilità vanno preservate e valorizzate. L'attenzione alla materialità dei beni culturali non è venuta meno, anzi è

immateriali, considerati individualmente o nel loro insieme, che contengano riferimenti alla identità, all'azione, alla memoria dei diversi gruppi che costituiscono la società brasiliana; tra questi beni sono compresi le forme di espressione, i modi di creare, fare e vivere, le creazioni scientifiche, artistiche e tecnologiche, ecc.

¹⁶ Gli artt. 379-380 assegnano allo Stato il compito di tutelare il patrimonio culturale materiale e immateriale, comprensivo delle manifestazioni e creazioni culturali, in quanto il complesso di questo patrimonio caratterizza l'identità plurinazionale, pluriculturale e multietnica dell'Ecuador. Significativi sono, altresì, l'art. 13, che garantisce il diritto degli individui e delle comunità al cibo prodotto localmente e tenendo conto delle varie identità e tradizioni culturali, l'art. 21 che tutela il diritto all'identità culturale, l'art. 25 che riconosce il diritto di beneficiare delle applicazioni del progresso scientifico ma anche dei saperi ancestrali, l'art. 281 che sancisce il dovere dello Stato di assicurare la sovranità alimentare.

¹⁷ L'art. 99 è dedicato alla tutela dei valori culturali del popolo venezuelano e del patrimonio culturale, materiale e immateriale.

¹⁸ L'art. 304.1.10 è dedicato alle comunità rurali indigene e alla protezione del loro patrimonio culturale, materiale e immateriale.

¹⁹ L'art. 45 assegna allo Stato il compito di proteggere il patrimonio culturale nazionale, materiale e immateriale.

stata confermata con l'introduzione nel 2008 dell'art. 7-*bis* (Espressioni di identità culturale collettiva). Pur richiamando questa disposizione le due citate Convenzioni UNESCO, non è mutato l'approccio di fondo che resta ancorato saldamente al profilo materiale delle cose da proteggere per il loro intrinseco valore culturale²⁰. Tuttavia, a livello statale, cenni a entrambe le dimensioni del patrimonio culturale, si rinvencono nel d.m. 171/2014 di riorganizzazione del MIBAC, in cui, in diverse occasioni, il patrimonio culturale materiale è richiamato in connubio con quello immateriale (artt. 6, 11, 19.2). Ad ogni modo, la posizione del legislatore statale italiano sulla tutela del patrimonio culturale è indubbiamente più arretrata rispetto a quella dei colleghi francese e spagnolo.

In Francia, dove la Costituzione del 1958 non fa cenno al patrimonio culturale, il *Code du patrimoine* del 2004 veniva modificato nel 2016: la sua disposizione di apertura ora ricomprende nel patrimonio culturale, oltre ai beni mobili e immobili, anche "gli elementi del patrimonio culturale immateriale", come definito dalla Convenzione UNESCO del 2003. Si tratta comunque, sia per l'Italia che per la Francia, di un mero rinvio da parte della esistente normativa sul patrimonio culturale alle convenzioni internazionali sopra citate. Differente, e più attento, risulta essere l'approccio del legislatore spagnolo che ha optato per una normativa dedicata al patrimonio culturale immateriale.

In Spagna infatti, dove la Costituzione contiene vari riferimenti alla promozione della cultura nazionale e delle culture regionali (preambolo, artt. 3, 46), la nozione di beni culturali comprende sia l'aspetto materiale che quello immateriale. Già la l. 16/1985 sul patrimonio storico spagnolo includeva in questa nozione, accanto ai beni mobili e immobili, «le conoscenze e le attività che sono o sono state espressione rilevante della cultura tradizionale del popolo spagnolo nei suoi aspetti materiali, sociali o spirituali» (art. 46). Più recentemente, la l. 10/2015 per la salvaguardia del patrimonio culturale immateriale riprende le categorie enumerate dalla citata Convenzione UNESCO del 2003, aggiungendo ulteriori tipologie di beni appartenenti al patrimonio culturale immateriale, come la gastronomia, le elaborazioni culinarie e alimentari (art. 2 f).

Alla luce di quanto finora esposto, e appurato il valore culturale dei

²⁰ Così recita l'art. 7-*bis* ('Espressioni di identità culturale collettiva'): "Le espressioni di identità culturale collettiva contemplate dalle Convenzioni UNESCO per la salvaguardia del patrimonio culturale immateriale e per la protezione e la promozione delle diversità culturali, adottate a Parigi, rispettivamente, il 3 novembre 2003 ed il 20 ottobre 2005, sono assoggettabili alle disposizioni del presente codice qualora siano rappresentate da testimonianze materiali e sussistano i presupposti e le condizioni per l'applicabilità dell'articolo 10".

cibi per il loro intimo legame con la cultura di una data comunità, gli alimenti o per meglio dire i prodotti alimentari tipici dove possono essere collocati: nel patrimonio culturale materiale o immateriale? Come si è riferito sopra, la Convenzione UNESCO del 2003 ricomprende, altresì, nel patrimonio culturale immateriale “gli strumenti, gli oggetti, i manufatti e gli spazi culturali associati agli stessi” (art. 2), ma a questo proposito sembra opportuna qualche ulteriore riflessione. Quando pensiamo al cibo come espressione culturale, evochiamo, almeno, gli aspetti relativi alla produzione dei cibi (attività agricola, pesca, allevamento, ecc.), alla loro preparazione secondo pratiche tramandate, al consumo e alla condivisione dei pasti anche nel rispetto dei riti tradizionali²¹.

Ora, se si tiene presente l’accezione di ‘patrimonio culturale’ che fa riferimento ai saperi scientifici e tecnici, alle conoscenze e al loro tramandarsi di generazione in generazione, alle tradizioni, alle tecniche e ai processi produttivi, alla ritualità legata ai cibi tradizionali, ai legami con la storia umana e naturale, alla memoria, al valore identitario, allo stile di vita che i prodotti alimentari tipici esprimono, ebbene in questa accezione essi sono senz’altro beni culturali immateriali. Nell’ordinamento italiano oltre al d.m. del 2008, citato in apertura e che esplicitamente annovera i prodotti agroalimentari tradizionali tra le espressioni del patrimonio culturale, il d. lgs. 173/1998²², a proposito della valorizzazione del patrimonio gastronomico, sottolinea l’opportunità di realizzare un programma integrato di valorizzazione del patrimonio culturale, artigianale e turistico nazionale (art. 8). E ancora, con riferimento ai prodotti agroalimentari tipici, alla necessità di recuperare e trasmettere le «conoscenze sulle risorse genetiche di interesse alimentare ed agrario locali» e i «saperi tradizionali» fa richiamo l’art. 13 della l. 194/2015²³. Dunque, le conoscenze, i saperi, le pratiche alimentari sono manifestazioni culturali. Così come sono da includere nel patrimonio culturale immateriale le attività, le manifestazioni dirette a promuovere e diffondere la conoscenza dei prodotti alimentari tipici, secondo quanto emerge peraltro esplicitamente dai rapporti dei tre Paesi

²¹ Secondo l’art. 2.2, il patrimonio culturale immateriale come definito all’art. 2.1 si manifesta tra l’altro nei seguenti settori: tradizioni ed espressioni orali, consuetudini sociali, eventi rituali e festivi, cognizioni e prassi relative alla natura e all’universo, artigianato tradizionale.

²² D. lgs. 30 aprile 1998, n. 173 “Disposizioni in materia di contenimento dei costi di produzione e per il rafforzamento strutturale delle imprese agricole, a norma dell’articolo 55, commi 14 e 15, della legge 27 dicembre 1997, n. 449”.

²³ Legge 1° dicembre 2015, n. 194 “Disposizioni per la tutela e la valorizzazione della biodiversità di interesse agricolo e alimentare”.

indagati sulla implementazione della Convenzione UNESCO del 2003²⁴.

Accanto a tutto questo, però, se consideriamo le attrezzature e gli utensili necessari per la preparazione e consumo dei prodotti alimentari tipici, le materie prime, le terre per la loro coltivazione e dunque il paesaggio, i luoghi per la loro conservazione, i cibi stessi come prodotti tangibili di un processo creativo, come prodotti riproducibili, ebbene non sembra possa esservi dubbio sul fatto che i prodotti enogastronomici tipici sono (anche) beni culturali materiali, che naturalmente non potranno essere conservati o valorizzati con le stesse misure previste, ad esempio in Italia, dal Codice dei beni culturali e del paesaggio, sopra ricordato. Per completezza, non si deve dimenticare che la preservazione di questi patrimoni enogastronomici rende necessario tutelare i mestieri tradizionali e il lavoro degli artigiani che concorrono a sostenere l'economia, anche sotto l'aspetto turistico, di determinati territori. In conclusione, allora, la connotazione culturale del cibo, o meglio dei prodotti alimentari tipici o tradizionali, esprime un concetto che abbraccia tanto la materialità quanto la immaterialità.

Del resto, i cibi, come è stato riconosciuto, sono il risultato della selezione e della manipolazione creativa operata sulla natura da parte di una comunità insediata in un territorio²⁵ e pertanto essi concorrono a formare quella che è definita 'industria del gusto', sintetizzato come *food*. Il Libro bianco sulla creatività del 2009, che riprenderemo tra breve, comprende l'industria del gusto nella 'Cultura materiale'. A questo proposito, il mondo della cultura materiale è definito come "insieme di beni e servizi che l'uomo ha prodotto dall'alba dell'umanità per modificare il suo rapporto con la natura e la società in divenire; oggi la nozione di cultura materiale, originariamente propria dell'antropologia, si estende all'analisi sociologica ed economica e abbraccia l'enorme varietà dei mercati dei beni e servizi per la persona"²⁶. In pratica, semplificando con uno slogan, si potrebbe dire che 'il cibo è cultura e la cultura si fa industria'. E con questo apriamo alla seconda dimensione.

²⁴ I rapporti, presentati nel 2013, sono consultabili al sito: <https://ich.unesco.org/en/submissions-and-deadlines-00861> (ultimo accesso 8 luglio 2019).

²⁵ Cfr. POLACCHINI, *Il diritto al cibo come diritto (anche) culturale*, in *Ambiente, energia, alimentazione. Modelli giuridici comparati per lo sviluppo sostenibile*, cit., vol. 1, tomo II, p. 169 ss.; DENUZZO, *Cibo e patrimonio culturale: alcune annotazioni*, in *Aedon*, 1, 2017.

²⁶ MINISTERO DEI BENI E DELLA ATTIVITÀ CULTURALI (MIBAC), COMMISSIONE SULLA CREATIVITÀ E PRODUZIONE DI CULTURA IN ITALIA, *Libro bianco sulla Creatività*, 2009, p. XIV.

3. *Il cibo come espressione di creatività: la c.d. industria del gusto*

I prodotti enogastronomici tipici non sono soltanto espressioni culturali da salvaguardare e proteggere quali testimonianze del passato di una determinata comunità, ma anche elementi da valorizzare e sui quali investire sotto l'aspetto economico e produttivo. In particolare, nell'industria del gusto “convergono identità, tradizione, territorio, storia e paesaggio, ma anche creatività, ricerca e innovazione tecnologica. Un settore in crescita e caratterizzato più di altri da una forte integrazione con le comunità e le culture locali”²⁷.

L'industria del gusto è un sistema complesso che rivela un forte legame con le realtà territoriali e col tessuto identitario delle comunità locali, è un sistema in cui la trasmissione intergenerazionale delle conoscenze spesso si fonde con successo con l'introduzione di innovazioni procedurali, tecnologiche e organizzative, tanto da favorire, oltre al tramandarsi di mestieri tradizionali, la nascita di nuove professionalità, competenze e specializzazioni. In questa dimensione, allora, i prodotti alimentari tipici e i processi per la loro realizzazione assumono un rilievo economico, in grado di favorire la crescita, l'occupazione, lo sviluppo. I cibi e i processi per la loro produzione rilevano in quanto attività imprenditoriali connesse in senso lato alla cultura.

Nell'ambito della *soft-law* dell'Unione europea è stata coniata, per sottolineare queste potenzialità, l'espressione ‘industrie culturali e creative’ che fonde in una sorta di endiadi, rilevante specialmente sul piano sociologico ed economico, i due elementi della cultura e della creatività. Sebbene non esista una definizione univoca di quella nozione²⁸, secondo Eurostat, l'agenzia statistica dell'Unione europea, il settore delle industrie culturali e creative comprende: tutela, conservazione, valorizzazione e gestione del patrimonio culturale, lo spettacolo dal vivo, ma anche le industrie che producono e distribuiscono contenuti culturali riproducibili

²⁷ Id., op.ult.cit., p. XXXI.

²⁸ Nella legge di stabilità per il 2018 (legge 305/2017) si legge: “Sono imprese culturali e creative le imprese o i soggetti che svolgono attività stabile e continuativa, con sede in Italia o in uno degli Stati membri dell'Unione europea o in uno degli Stati aderenti all'Accordo sullo Spazio economico europeo, purché siano soggetti passivi di imposta in Italia, che hanno quale oggetto sociale, in via esclusiva o prevalente, l'ideazione, la creazione, la produzione, lo sviluppo, la diffusione, la conservazione, la ricerca e la valorizzazione o la gestione di prodotti culturali, intesi quali beni, servizi e opere dell'ingegno inerenti alla letteratura, alla musica, alle arti figurative, alle arti applicate, allo spettacolo dal vivo, alla cinematografia e all'audiovisivo, agli archivi, alle biblioteche e ai musei nonché al patrimonio culturale e ai processi di innovazione ad esso collegati” (art. 1.57). La norma rinviava a un decreto interministeriale per individuare le industrie culturali e creative, che non risulta essere mai stato adottato.

(cinematografica, musicale, ecc.), oltre a design, arti visive, architettura, fotografia, pubblicità e artigianato artistico²⁹. Più precisamente, vengono distinte le industrie culturali (film, video, musica, ecc.)³⁰ e le industrie creative. Nelle seconde – che sono quelle considerate più pertinenti sotto il nostro profilo di indagine – si fanno rientrare le attività produttive che esplicano funzioni aggiuntive, ulteriori, rispetto all’espressione culturale in sé³¹, ossia le attività in cui prevale il contenuto creativo con carattere di utilità per il mercato e quindi con carattere di finalità volta all’uso effettivo. Vi sono incluse le attività connesse all’architettura, all’artigianato, al design, alla moda, e anche all’industria del gusto. Secondo la dottrina economica, design, moda e *food* sono quindi industrie creative o espressioni creative industriali, in quanto “il portato culturale non è assente, ma prevale l’aspetto di innovazione nell’ambito industriale”³².

In realtà, se guardiamo ai prodotti enogastronomici tipici, questi presentano sia un forte valore culturale-identitario, come si è già illustrato, sia un aspetto di creatività-riproducibilità-innovatività che assume valore economico e rilevante per il mercato. Pertanto, volendo impiegare le categorie proprie del linguaggio economico, non sembra si possa esitare a inquadrare tali prodotti tra le ‘industrie culturali e creative’ *tout court*, senza

²⁹ Come riferisce CAUSI, *Economia della cultura e delle industrie culturali e creative. Un'introduzione*, Roma, 2018, p. 15.

³⁰ Sono *industrie culturali* (o espressioni culturali non industriali) le industrie che producono e distribuiscono beni o servizi che, quando vengono concepiti, sono considerati possedere un carattere, un uso o uno scopo specifici che incorporano o trasmettono espressioni culturali, quale che sia il loro valore commerciale (concetto definito in relazione alle espressioni culturali nel contesto della Convenzione UNESCO del 2005). Le *industrie creative* (o espressioni creative industriali) sono le industrie che utilizzano la cultura come input e hanno una dimensione culturale, anche se i loro output hanno un carattere principalmente funzionale. In proposito, cfr. COMMISSIONE EUROPEA, *Libro Verde. Le industrie culturali e creative, un potenziale da sfruttare*, Bruxelles, 2010, p. 6 (su cui v. *infra* nel testo) e, in dottrina, DEGRASSI, *Le industrie culturali e creative: una nozione in divenire*, in DEGRASSI, FRANCESCHELLI (a cura di), *Le industrie culturali e creative. Profili giuridici ed economico-aziendali*, Milano, 2017, p. 3 ss. e spec. pp. 18-19, ove l’A. distingue le *espressioni culturali non industriali*, che sono i beni culturali in senso stretto, le *espressioni culturali industriali*, come cinema, TV, audiovisivi, e infine le *espressioni creative industriali*, tra le quali rientra anche il *food* o industria del gusto, che sono le espressioni ad alto contenuto creativo, rispondenti meno ad esigenze culturali e più ad esigenze pratiche. Peraltro, conclude l’A., uno stesso prodotto (es. oggetti del design) può rientrare nella seconda o terza categoria, a seconda che prevalga rispettivamente l’aspetto culturale-artistico o quello funzionale-utilitaristico.

³¹ Cfr. COZZI, *Dimensione economica e dimensione culturale europea*, in *Aedon*, 2, 2018, p. 7.

³² Così, SALOMONI, *Le espressioni culturali di moda, design e food in Regione Lombardia: profili pubblicistici*, in *Le industrie culturali e creative. Profili giuridici ed economico-aziendali*, cit., p. 206.

cioè scorporare il profilo culturale da quello creativo, che in relazione a questi prodotti risultano così strettamente connessi da apparire inscindibili. In proposito, la formula ‘industria del gusto’ non deve risultare fuorviante: il concetto di industrie creative ha origine nel Regno Unito e nella lingua inglese il termine ‘industry’ non si riferisce alle sole attività tipiche del settore industriale o manifatturiero, ma a tutte le attività economiche, comprese quelle di servizio o terziarie³³.

Focalizzando allora l’attenzione sulle industrie culturali e creative, cui anche l’industria del gusto si riconduce, sono stati individuati due modelli di creatività: il modello ‘Creatività per l’innovazione’ proprio dei Paesi occidentali del Nord del mondo che fa leva sugli aspetti tecnologici³⁴, e il modello ‘Creatività della qualità sociale’, proprio dei Paesi latini e del Sud del mondo che, all’opposto, è incentrato sugli elementi culturali-sociali-territoriali. In questo secondo modello, che è quello cui si ispira anche la già esaminata Convenzione UNESCO del 2005, possono farsi rientrare le esperienze di Italia, Francia e Spagna. È un modello più attento, rispetto a quello anglosassone, alla promozione della diversità culturale e ai bisogni sociali delle popolazioni che sui prodotti culturali basano la loro sopravvivenza³⁵. D’altra parte, non si deve ignorare che, in base a questo approccio, lo sviluppo della cultura, materiale e immateriale, costituisce un fattore importante di progresso della qualità sociale dei popoli, oltre che fattore di sviluppo della personalità e della identità culturale degli individui e delle comunità di cui sono membri. In altri termini, nel modello ‘Creatività per la qualità sociale’, in cui rientra l’industria del gusto, la cultura resta l’elemento dominante, sebbene l’aspetto della creatività non vada sottovalutato per il potenziale che offre all’economia e al mercato.

Ad ogni modo, pur muovendo da posizioni differenti, i due modelli si avvicinano nel momento in cui la creatività diventa il volano dello sviluppo economico e allora creatività e cultura, oltre ad essere “un pilastro della

³³ Come fa notare CAUSI, *Economia della cultura e delle industrie culturali e creative. Un’introduzione*, cit., p. 16.

³⁴ La creatività e la produzione di cultura “sono considerati input della società della conoscenza [...] delle tecnologie della comunicazione [...] La creatività è definita in relazione all’innovazione e a un modello industriale di produzione dei contenuti culturali. Il fuoco dell’impostazione sono la ricerca scientifica, i mercati, il business, la commercializzazione dei prodotti e servizi creativi. Le industrie culturali e creative prese in considerazione diventano la sottoclasse di quelle che si basano sulla assegnazione di copyright: il settore audiovisivo, cinema, musica, software, spettacolo dal vivo, editoria” (MINISTERO DEI BENI E DELLA ATTIVITÀ CULTURALI (MIBAC), COMMISSIONE SULLA CREATIVITÀ E PRODUZIONE DI CULTURA IN ITALIA, *Libro bianco sulla Creatività*, cit., p. XIV).

³⁵ Cfr. DEGRASSI, *Le industrie culturali e creative: una nozione in divenire*, cit., p. 10 ss.

qualità sociale”, diventano “un binomio indissolubile”³⁶. Una ragione in più per mantenere intatta l’endiadi creatività e cultura.

Nel contesto euro-unitario, quando ci si occupa di industrie culturali e creative, il riferimento principale è al Regolamento n. 1295/2013 che ha istituito il programma ‘Europa creativa 2014-2020’. Europa creativa, appunto, e non anche culturale. In realtà, il Regolamento trae fondamento dal Libro Verde della Commissione europea del 2010, intitolato ‘Le industrie culturali e creative, un potenziale da sfruttare’³⁷, e si collega esplicitamente alla Convenzione UNESCO del 2005, dove peraltro – come già anticipato – si rinviene l’espressione ‘industrie culturali’ e non già ‘creative’. Tuttavia, le diversità terminologiche tra Regolamento, Convenzione UNESCO e Libro Verde non sembra debbano essere interpretate letteralmente. Il Regolamento condivide certamente l’approccio culturale della Convenzione UNESCO e il modello latino ‘Creatività della qualità sociale’, ma ha a cuore, evidentemente, anche il profilo della competitività e dello sviluppo economico.

Ora, nel diritto primario dell’Unione europea, tanto la materia ‘cultura’ quanto la materia ‘industria’ ricadono nella competenza degli Stati membri (art. 167 e 173 TFUE), limitandosi l’Unione a un ruolo sussidiario di sostegno, coordinamento, completamento. Se però l’industria creativa (e in essa l’industria del gusto), come si è detto, funge da volano dello sviluppo economico, è lo stesso diritto primario dell’Unione (art. 5 TFUE) a stabilire che gli Stati si coordinino tra loro nell’ambito delle politiche dell’Unione. Per di più, l’art. 107 TFUE consente, a certe condizioni, una deroga al divieto di aiuti di stato per la promozione della cultura, con ciò tracciando una separazione tra le finalità delle politiche economiche europee (libera concorrenza, libero mercato) e le finalità strettamente culturali degli Stati membri.

Il citato Regolamento ‘Europa creativa’ abbraccia nei settori culturali e creativi “tutti i settori le cui attività si basano su valori culturali e/o espressioni artistiche e altre espressioni creative indipendentemente dal fatto che queste attività siano orientate al mercato [...]”. Queste attività comprendono lo sviluppo, la creazione, la produzione, la diffusione e la conservazione dei beni e servizi che costituiscono espressioni culturali, artistiche o altre espressioni creative [...]. I settori in questione comprendono, *tra l’altro*, l’architettura,

³⁶ Così testualmente, MINISTERO DEI BENI E DELLA ATTIVITÀ CULTURALI (MIBAC), COMMISSIONE SULLA CREATIVITÀ E PRODUZIONE DI CULTURA IN ITALIA, *Libro bianco sulla Creatività*, cit., p. XIII.

³⁷ Il Libro Verde (su cui v. *supra* nota 30) contiene un elenco delle espressioni tipiche delle industrie culturali e creative presenti nell’Unione europea, indica le funzioni di cui queste industrie dovrebbero farsi carico, ricorda che l’elenco e le suddette funzioni darebbero consistenza alla materia cultura di cui all’art. 167 TFUE.

gli archivi, le biblioteche, i musei, l'artigianato artistico [...], il patrimonio culturale materiale e immateriale [...]" (corsivo aggiunto). Nella elencazione ben possono farsi rientrare i prodotti alimentari tipici e l'industria del gusto. Peraltro, le espressioni 'industria' e 'industriale' ricorrono di frequente nel testo del Regolamento, malgrado non appaia la formula 'industrie culturali e creative'. È tuttavia è forte la connotazione culturale: si afferma che "i beni e servizi culturali hanno una doppia natura, culturale ed economica, in quanto portatori di identità, di valori e di significato" e che "non devono [...] essere trattati come aventi esclusivamente un valore commerciale". D'altra parte, come si è accennato, la materia 'cultura', ai sensi del diritto primario dell'Unione europea, è competenza degli Stati con funzione soltanto integrativa da parte delle istituzioni euro-unitarie. Ne consegue che gli Stati non sono obbligati ad occuparsi di tutti i settori culturali e creativi sopra elencati, ma sono liberi di scegliere quali espressioni culturali tutelare e valorizzare e il Regolamento conserva la propria obbligatorietà limitatamente alle finalità da realizzare³⁸ che sono "la protezione, lo sviluppo e la promozione della diversità culturale e linguistica europea, la promozione del patrimonio culturale dell'Europa e il rafforzamento della competitività dei settori culturali e creativi europei, in particolare del settore audiovisivo" (36° considerando).

³⁸ DEGRASSI, *Le industrie culturali e creative: una nozione in divenire*, cit., pp. 34-35.

4. Tipicità enogastronomiche e territori

Considerato il legame inevitabile tra i prodotti alimentari tradizionali e le corrispondenti comunità territoriali, sono gli enti locali ovvero le strutture periferiche della amministrazione statale a mostrare particolare sensibilità alla promozione delle peculiarità enogastronomiche tipiche, così come dei processi produttivi. Nella letteratura economica si usa la locuzione *Smart Specialisation Strategy* (c.d. S3) per indicare le politiche di programmazione e investimento promosse a livello europeo al fine di indirizzare, mediante lo stanziamento di fondi strutturali da parte della Commissione europea, a far data dal 2011, le attività delle regioni nei settori produttivi ritenuti rilevanti per il potenziale di crescita economica. In ambito euro-unitario, le strategie riguardano i settori più vari, incluso quello delle produzioni agroalimentari delle aree rurali meno sviluppate. In pratica, le S3 hanno come obiettivi la ricerca, lo sviluppo e l'innovazione in una pluralità di settori materiali.

In Italia, tra le 12 aree delle S3 vi sono, per quanto in questa sede interessa, quella dell'Agri-food e soprattutto quella delle Tecnologie per il patrimonio culturale; in questa seconda area, in particolare, viene ricondotto il settore dell'enogastronomia, ricompreso tra le industrie creative³⁹. Come è noto, il settore Agro-alimentare fa parte del marchio *'made in Italy'*, che comprende anche i settori produttivi dell'Abbigliamento, Arredamento e delle Automobili (le c.d. quattro A). Il Ministero delle politiche agricole, alimentari, forestali e del turismo procede alla revisione periodica dell'elenco nazionale dei prodotti agro-alimentari tradizionali sulla base degli elenchi trasmessi dalle regioni. Il settore dell'Agri-food è tenuto presente, tra i Paesi oggetto della nostra indagine, anche dalla Francia, dove è una delle 13 aree delle S3, ma l'aspetto culturale è decisamente trascurato a vantaggio di quello della sicurezza alimentare (Area agri-food, risorse agricole, pesca)⁴⁰. Non risultano, invece, dati circa l'implementazione della S3 da parte della Spagna⁴¹, nonostante le Comunità autonome spagnole si siano dimostrate molto attente alla valorizzazione dei prodotti tipici, come sarà illustrato tra breve.

³⁹ Cfr. MIUR-MES, *Strategia nazionale di Specializzazione Intelligente*, aprile 2016, consultabile al sito: <<http://s3platform.jrc.ec.europa.eu/regions/IT/tags/IT>> (ultimo accesso 8 luglio 2019). In dottrina, cfr. Cfr. Cozzi, *Dimensione economica e dimensione culturale europea*, cit., p. 7.

⁴⁰ Cfr. *Syntesis of the Research & Innovation Strategy for Smart Specialisation of French Regions*, December 2015, consultabile al sito: <<http://s3platform.jrc.ec.europa.eu/regions/FR/tags/FR>> (ultimo accesso 8 luglio 2019). L'Industria Creativa è un'altra delle 13 aree, ma qui l'industria del gusto non è menzionata, per quanto l'Agri-Food Industry venga considerata come punto di forza in particolare di alcune regioni come l'Alsazia.

⁴¹ <<http://s3platform.jrc.ec.europa.eu/regions/ES/tags/ES>> (ultimo accesso 8 luglio 2019).

Peraltro, le competenze regionali, almeno in Italia e Spagna, vanno ricondotte, a seconda se guardiamo ai prodotti alimentari tipici come espressioni della cultura o della creatività, rispettivamente al settore della promozione culturale o a quello delle attività produttive.

In Italia, sono numerose le leggi regionali adottate nell'esercizio della potestà concorrente in materia di valorizzazione dei beni culturali, promozione e organizzazione delle attività culturali (art. 117, 3° comma Cost.), ovvero nell'esercizio della potestà residuale in tema di commercio, turismo e agricoltura, in conformità con eventuali clausole trasversali – ad esempio, concorrenza, tutela dei beni culturali e ambiente – e nel rispetto dei vincoli internazionali e dell'Unione europea. D'altra parte, il carattere economico e produttivo sotteso all'industria del gusto rimanda alla competenza legislativa concorrente delle regioni sotto l'aspetto della 'ricerca scientifica e tecnologica e sostegno all'innovazione per i settori produttivi', mentre – per quanto innominata – la Corte costituzionale ha escluso l'attribuzione alle regioni di una materia individuabile come 'sviluppo economico', dato che più che di materia si tratta di un fine cui sia lo Stato che le regioni, queste ultime nell'ambito della competenza concorrente o residuale, devono tendere (es. sentt. 165/2007 e 200/2012).

Con formulazioni varie, tutti gli statuti regionali, specie quelli ordinari che sono stati recentemente riscritti, dedicano attenzione alla tutela delle specificità regionali ovvero del patrimonio culturale, sia materiale che immateriale, ma taluni interventi regionali sono di particolare interesse per l'aspetto che ci occupa. Senza pretesa di esaustività, si accennerà di seguito alle più rilevanti iniziative intraprese⁴². Emblematica e pionieristica è stata la normativa siciliana sulla salvaguardia e il recupero della valenza culturale della pesca del tonno col tradizionale sistema delle tonnare fisse, secondo le tradizioni locali (l. reg. 25/1998), cui ha fatto seguito l'istituzione del registro delle eredità immateriali della regione siciliana, che annovera diversi beni di rilevanza agricola ed enogastronomica (es. cioccolata di Modica, tonno rosso di Favignana) (decreto ass. reg. beni culturali 77/2005, aggiornato nel 2014). Analogamente, il legislatore lombardo ha istituito il registro delle eredità immateriali lombarde: mutuati dal modello delle liste UNESCO, questi registri regionali comprendono tra l'altro i mestieri, i saperi, le tecniche e consentono una sorta di censimento dei beni immateriali da salvaguardare e valorizzare (l. reg. 27/2008, confluita nella l. reg. 25/2016). La legge del 2016, da ultimo citata, riprende la definizione di patrimonio

⁴² Sulle iniziative regionali in materia, cfr. BROCCA, *Cibo e cultura: nuove prospettive giuridiche*, in *Federalismi.it*, 19, 2007, spec. p. 11 ss.

culturale immateriale fornita dall'UNESCO (art. 13) e attribuisce alla regione il compito di promuovere il ruolo economico del settore culturale attraverso, tra l'altro, "lo sviluppo della imprenditorialità culturale e creativa, in particolare giovanile" (art. 29 'Imprese culturali e creative'). Sempre in Lombardia, il legislatore ha disciplinato il marchio collettivo regionale per la valorizzazione della qualità dei prodotti lombardi e, implicitamente, anche dei prodotti alimentari tipici (l. reg. 11/2014 modif. da l. reg. 24/2014). Molto attivo si è dimostrato il legislatore calabrese: la l. reg. 15/2003 sulle lingue e sul patrimonio culturale e storico della Calabria, adottata in attuazione della legge statale 482/1999 sulla tutela delle minoranze linguistiche storiche e in esecuzione dello statuto regionale, ricomprende tra i beni culturali "la tipicizzazione dei prodotti agro-alimentari, la gastronomia tipica", mentre la l. reg. 5/2004 (modif. da ll. reg. 18/2004, 8/2005 e 41/2017) ha dettato norme per l'individuazione dei prodotti a base di latte ritenuti storici e/o tradizionalmente fabbricati, dando luogo, nel testo riformato del 2017, ad un giudizio di legittimità costituzionale concluso con l'assoluzione della legge (sent. 219/2918). I prodotti, cui si rivolge il provvedimento regionale, e riconosciuti come prodotti storici, sono fabbricati con attrezzature e metodologie tradizionali e stagionati in locali particolari. Questi locali possono avere "pareti geologicamente naturali; muri, soffitti [...] non impermeabili, non resistenti [...] o non composti di materiale inalterabile; dispositivi e utensili di lavoro destinati ad entrare in contatto diretto con le materie prime e i prodotti in materiale non resistente alla corrosione, non facili da lavare e disinfettare (assi di legno e attrezzature tradizionali)" (art. 2). Ancora, la l. reg. calabrese 59/2012 è intervenuta per qualificare come beni culturali immateriali i "metodi di produzione artigianale ed enogastronomica, documentati attraverso fonti storiche accreditate e/o tramandati anche soltanto oralmente, caratterizzati da unicità ed esclusività e che rischiano di andare definitivamente perduti" (art. 2). Tra le iniziative delle altre regioni, si possono ricordare: la l. reg. Sardegna 4/2016, volta a tutelare e valorizzare il pane e le altre specialità da forno tipiche della tradizione sarda e ancora la l. reg. 11/2015 che ha cura di sostenere "le produzioni tipiche [...] e le tradizioni enogastronomiche locali" che sono espressione della cultura alimentare identitaria e territoriale; la reg. Puglia 20/2008 finalizzata alla promozione dei vini e degli oli pugliesi anche per "garantire il recupero e la valorizzazione delle tradizioni e la ricostruzione delle identità economiche e culturali dei territori del vino e dell'olio"; la l. reg. Molise 27/2015 che comprende tra le finalità della regione il recupero, la conservazione e valorizzazione del patrimonio

culturale materiale e immateriale con l'obiettivo di valorizzare il territorio "attraverso la promozione di itinerari culturali, percorsi storici, archeologici, enogastronomici e di valorizzazione del paesaggio e attraverso la rievocazione degli eventi rilevanti della storia, del folklore e della religiosità regionale"; la l. reg. Veneto 11/2013 che configura i prodotti enogastronomici come 'risorse turistiche'. A proposito dell'innesto tra le materie dell'agricoltura e del turismo, oltre che del paesaggio, rilevano inoltre le svariate normative regionali sull'istituto dell'agriturismo e quelle rivolte al riconoscimento e alla valorizzazione di strade, percorsi, itinerari incentrati sulla promozione di prodotti enogastronomici tipici di un luogo (vino, olio, latte, tartufo, ecc.). Infine, un certo rilievo, per quanto indiretto, assumono le normative adottate per la tutela del patrimonio culturale regionale, sia materiale che immateriale⁴³, per la promozione delle attività culturali e delle manifestazioni storiche, delle lingue minoritarie e del patrimonio linguistico locale, come accennato, ad esempio, per la Calabria.

In Spagna, la Costituzione attribuisce alla potestà legislativa esclusiva statale la tutela del patrimonio culturale, artistico e monumentale spagnolo, la tutela di musei, biblioteche e archivi di proprietà statale, nonché la "promozione e coordinamento generale della ricerca scientifica e tecnica" (rispettivamente, art. 149.1.28 e art. 149.1.15). Spetta alle Comunità autonome la tutela del patrimonio monumentale, dei musei e delle biblioteche di interesse delle Comunità, così come lo sviluppo culturale regionale; sempre alle Comunità autonome è attribuita la competenza legislativa in materia di «incremento della cultura [...] della ricerca», e ancora in materia di turismo, artigianato, agricoltura e allevamento, caccia e pesca nelle acque interne (art. 148.1), ferma restando, in via residuale, la competenza sulle materie non espressamente riservate allo Stato (art. 149.3). In tema di protezione del patrimonio culturale immateriale, tuttavia, la l. statale 10/2015 – già in precedenza richiamata – rivela un sostanziale centralismo nell'attribuire alla amministrazione statale, a prescindere dalle competenze delle Comunità autonome, l'individuazione degli elementi da includere nel patrimonio culturale immateriale comune, anche se il procedimento prevede la partecipazione delle Comunità e l'intervento degli

⁴³ Cfr. ad es.: l. reg. Toscana 21/2010 (Testo Unico delle disposizioni in materia di beni, istituti e attività culturali), l. reg. Sardegna 14/2006 (Norme in materia di beni culturali, istituti e luoghi della cultura), l. reg. Liguria 33/2006 (Testo Unico in materia di cultura); l. reg. Lazio 15/2014 (Sistema cultura Lazio. Disposizioni in materia di spettacolo dal vivo e di promozione culturale); l. reg. Marche 4/2010 (Norme in materia di beni e attività culturali); l. reg. Molise 5/2005 (Nuove norme in materia di promozione culturale); l. reg. Friuli-Venezia Giulia 16/2014 (Norme regionali in materia di attività culturali).

enti territoriali⁴⁴. Ad ogni modo, tutte le Comunità sono progressivamente intervenute nell'esercizio della loro competenza legislativa esclusiva per la protezione del rispettivo patrimonio culturale. A titolo esemplificativo, si possono ricordare: per la Comunità di Valencia la l. 4/1998 sul patrimonio culturale valenzano, che include tra i beni immateriali le “manifestazioni musicali, artistiche, gastronomiche [...]” (artt. 1 e 45) e la l. 15/2018, in base alla quale la promozione turistica si realizza anche attraverso “la revitalización y difusión de las costumbres, fiestas, tradiciones o gastronomía de la Comunitat Valenciana”; per il Principato delle Asturie la l. 1/2001 che tutela il patrimonio etnologico e le manifestazioni anche immateriali della cultura (art. 69)⁴⁵; per la Comunità di Aragona la l. 3/1999 che tutela il patrimonio culturale sia materiale che immateriale; per la Catalogna la l. 2/1993 (modif. da l. 10/2011) che include la cucina e la gastronomia nel patrimonio culturale regionale (preambolo e art. 2); per la Comunità di Madrid la l. 1/1999, confermata dalla l. 8/2009, sulla disciplina dell'offerta turistica, che comprende la conservazione e diffusione di “feste, costumi, cultura e gastronomia autoctona» (art. 47.3.b); per le Isole Canarie la l. 11/2019 sul patrimonio culturale che include tra i beni immateriali «Gastronomía, elaboraciones culinarias y alimentación” (art. 25 g) e art. 106 k); per la Comunità di Murcia la l. 12/2013 sul turismo, secondo cui spetta all'organo competente in materia turistica “promuovere la ricchezza e diversità gastronomica della regione di Murcia” (art. 10.1) e ancora la l. 1/2014 sull'artigianato nella regione che intende promuovere la qualità dei prodotti artigianali tradizionali e cioè i prodotti “elaborados mediante un proceso tradicional, transmitido entre generaciones durante un periodo de al menos 30 años y que está incluido en el Repertorio de Oficios Artesanos de la Región de Murcia, siendo representativo de la cultura, etnografía, gastronomía o tradición de la zona o lugar” (art. 20.1.d); per le Isole Baleari la l. 18/2019 che include nel patrimonio culturale immateriale “salute, alimentazione, gastronomia ed elaborazioni culinarie» (art. 3); per la Galizia la l. 2/2005 sulla promozione e tutela della qualità alimentare nella regione che fa riferimento nel preambolo al «ricchissimo patrimonio gastronomico e culturale” della regione; per la Comunità aragonese il decreto legislativo 1/2016 con cui il governo della regione ha inteso valorizzare la gastronomia

⁴⁴ Per questi rilievi, cfr. GRISOSTOLO, *La salvaguardia del patrimonio culturale immateriale: recenti tendenze in area europea*, cit., p. 735.

⁴⁵ Più in dettaglio, l'art. 69 comprende nel patrimonio etnografico della regione i siti legati alle attività produttive pre- e proto-industriali, alle tecniche di caccia e pesca e alle attività artigianali tradizionali, così come le conoscenze tecniche, le pratiche professionali e le tradizioni legate ai lavori artigianali.

aragonese come risorsa turistica.

Infine, sempre in Spagna, ma con riferimento alle imprese culturali e creative, due Comunità hanno creato appositi Istituti delle Industrie culturali. Si tratta delle Isole Baleari (l. 13/2017) e della Catalogna (l. 20/2000): con analogia di formulazioni, i legislatori attribuiscono ai rispettivi Istituti competenze dirette a rafforzare il nesso tra 'creatività culturale' e 'tessuto industriale' nei settori in cui operano le industrie culturali e creative, compresi i diversi ambiti di produzione e diffusione artistica e culturale.

In Francia, in assenza di autonomia legislativa a favore gli enti decentrati, sono state le articolazioni periferiche della amministrazione statale e le comunità locali, soprattutto dopo la ratifica della Convenzione UNESCO del 2003, a promuovere politiche di sensibilizzazione per la salvaguardia del patrimonio culturale immateriale, comprensivo dei prodotti alimentari. Col tempo, il fenomeno ha condotto ad una ristrutturazione dello stesso apparato amministrativo centrale che oggi fa leva sulla attività di un apposito dipartimento, attivo presso il Ministero della Cultura. Si tratta del *Department du pilotage de la recherche et de le politique scientifique*, cui si è affiancato nel 2012 il Comitato del patrimonio etnologico e immateriale; il *Department du pilotage* ha sostituito la *mission ethnologie*, la quale fin dal 1980 ha lavorato intensamente alla realizzazione degli inventari del patrimonio culturale immateriale di Francia. Attualmente, il *Department du pilotage* assiste la Direzione generale dell'architettura e del patrimonio del Ministero della Cultura. Il *Department du pilotage* e il Comitato si collegano, a livello territoriale, con i *Conseillers* per l'etnologia delle Direzioni regionali degli affari culturali e con una rete di enti specializzati (es. Federazione degli eco-musei, Federazione dei parchi naturali regionali, ecc.). Presso lo stesso Ministero della Cultura, opera altresì la Direzione generale dei media e delle industrie culturali, così ribattezzata nel 2010. Ad ogni modo, è indubbio che le attività sono concentrate nella amministrazione centrale, con sostanziale esclusione degli enti territoriali. La rappresentanza di questi ultimi assume scarso rilievo anche all'interno del citato Comitato del patrimonio etnologico e immateriale⁴⁶.

A fronte di tutto questo, la protezione del patrimonio culturale immateriale in Francia può contare sul supporto, oltre che dell'opinione pubblica in generale e dei media, di numerose ONG, di centri di ricerca

⁴⁶ Sulla tutela del patrimonio culturale in Francia e sul ruolo predominante della amministrazione statale, cfr. GRISOSTOLO, *La salvaguardia del patrimonio culturale immateriale: recenti tendenze in area europea*, cit., p. 736 ss. e D'ALESSANDRO, *La tutela giuridica del patrimonio culturale immateriale in Francia. Spunti ricostruttivi*, in *Federalismi.it*, 23, 2018.

e associazioni che coadiuvano il Ministro della Cultura nella azione di selezione e individuazione di elementi del patrimonio culturale immateriale da iscrivere nell'Inventario nazionale⁴⁷. L'Inventario del patrimonio immateriale in Francia è articolato in diverse sotto-categorie, tra cui quelle del *savoir-faire* e delle pratiche tradizionali, che sono quelle più direttamente pertinenti nella nostra prospettiva.

Per concludere sull'esperienza francese, merita un cenno – sebbene si tratti di una norma statale – la legge n. 2005-882 a favore delle piccole e medie imprese: l'intervento si colloca, infatti, al punto ideale di saldatura tra la dimensione culturale-tradizionale e la dimensione creativa-imprenditoriale di determinate attività, come quelle legate all'artigianato artistico, alla moda, al design e alla gastronomia. La legge, che intende valorizzare le eccellenze francesi nella produzione artistica, nell'industria e nella gastronomia (*fabriqué en France*), ha istituito il marchio 'entreprise du patrimoine vivant' per le imprese "qui détient un patrimoine économique, composé en particulier d'un savoir-faire rare, renommé ou ancestral, reposant sur la maîtrise de techniques traditionnelles ou de haute technicité et circonscrit à un territoire" (art. 23). Per ottenere questa qualificazione, le imprese devono rispondere almeno ad uno dei tre requisiti indicati dalla legge: 1) possesso di un patrimonio economico specifico (attrezzature, strumenti, macchine, documentazioni tecniche rare; disporre di una clientela significativa, ecc.); 2) possesso di un *savoir-faire* raro, basato su tecniche tradizionali; 3) radicamento geografico o notorietà dell'impresa (radicamento da oltre 50 anni o svolgimento della propria attività in locali di valore storico o architettonico, ecc.). Il riconoscimento ha la durata di cinque anni e si traduce per l'impresa che ne beneficia nella applicazione di misure di agevolazione fiscale e nel sostegno pubblico allo sviluppo economico.

5. *Alla ricerca di un equilibrio: il buen vivir latino-americano può essere un modello ispiratore?*

In più occasioni, si è evocato il dilemma tra protezione della cultura, del patrimonio culturale materiale e immateriale, da un lato, e promozione dello sviluppo economico, del mercato, della attività produttiva dall'altro. Dilemma che trova il culmine (o forse una sintesi) nella espressione, priva

⁴⁷ Cfr. D'ALESSANDRO, *La tutela giuridica del patrimonio culturale immateriale in Francia. Spunti ricostruttivi*, cit., p. 16.

di una definizione precisa e tuttora in divenire, ma alquanto diffusa di 'industrie culturali e creative'. Si è detto che i prodotti enogastronomici tipici condividono entrambe le anime: quella culturale e quella della creatività. Nonostante le differenze oggettive riscontrabili sul piano della *governance*, in ragione del maggiore o minore coinvolgimento degli enti territoriali nelle rispettive politiche di salvaguardia e promozione, le esperienze italiana, francese e spagnola condividono l'approccio ai prodotti alimentari tradizionali quali beni della cultura e del gusto, che con opportune tecniche e modalità, vanno recuperati, preservati, ricreati, trasmessi. Una sorta di ponte, insomma, tra passato, presente e futuro che sembra ben rappresentato nell'*incipit* della l. 238/2016 del parlamento italiano⁴⁸. La norma ricomprende nel patrimonio culturale nazionale «Il vino, prodotto della vite, la vite e i territori viticoli, quali frutto del lavoro, dell'insieme delle competenze, delle conoscenze, delle pratiche e delle tradizioni» e riconosce che questi elementi “costituiscono un patrimonio culturale nazionale da tutelare e valorizzare negli aspetti di sostenibilità sociale, economica, produttiva, ambientale e culturale” (art. 1).

Come conciliare, allora, questi aspetti senza sacrificarne nessuno e perseguendo l'obiettivo del miglioramento della 'qualità sociale', per riprendere i termini del modello latino di Creatività? Quali indicazioni si possono trarre dai documenti internazionali e sovranazionali più volte richiamati? Quali suggestioni giungono dall'esperienza di altri Paesi e da modelli giuridici a prima vista distanti da quelli europei e mediterranei?

Le Convenzioni internazionali citate, sia quelle dell'UNESCO che la Convenzione di Faro, insistono sul coinvolgimento delle collettività locali, dei gruppi sociali, dei singoli individui alla conservazione e alla promozione della diversità culturale, così come sui concetti di interculturalità e dialogo fra le culture, di inclusione sociale e di sviluppo sostenibile. Del resto, specie le Convenzioni UNESCO, come riferito, sono state il frutto delle pressioni esercitate sulla comunità internazionale dai Paesi più arretrati delle varie aree del mondo per reagire alla impostazione europeo-occidentale alla tutela dei patrimoni culturali nazionali. Se l'attenzione alla immaterialità del patrimonio culturale e alla sua salvaguardia è stata promossa, nei decenni passati, principalmente dai Paesi del Sud del mondo, forse proprio da quelle stesse latitudini si può pensare di prendere spunto per il recupero di un più corretto equilibrio tra crescita economica e valorizzazione delle tradizioni autoctone, inclusi i cibi, gli utensili per produrli e le pratiche alimentari,

⁴⁸ Legge 12 dicembre 2016, n. 238 “Disciplina organica della coltivazione della vite e della produzione e del commercio del vino”.

secondo la filosofia del *buen vivir* latino-americano. Un concetto, quello così riassunto, in costruzione e polisemico, di non agevole traduzione pratica nemmeno nei Paesi che ne sono i principali sostenitori a livello costituzionale, come Ecuador e Bolivia, e comunque un concetto che mette in discussione il modello della modernità occidentale e in particolare il rapporto degli individui con la società, la natura, la cultura e il sistema economico⁴⁹.

Di fronte alla crisi finanziaria ed economica che scuote l'Occidente ormai da diversi anni e, più in generale, di fronte alla crisi identitaria e dello stesso costituzionalismo occidentale, può essere fondamentale cambiare passo, mutare l'angolo visuale, provare a sostituire alla impostazione antropocentrica – e a quello che ne è derivato in termini di sfruttamento irrazionale delle risorse naturali e di perseguimento del profitto, ad ogni costo – una impostazione cosmocentrica, più umana ed ecologista, in armonia con l'ambiente e il paesaggio, capace non soltanto di valorizzare la relazione con il contesto naturale e culturale, ma al tempo stesso di considerare la diversità delle culture in quanto elemento di forza e di ricchezza per tutti, di promuovere l'inclusione sociale per conseguire il benessere reale, ispirato cioè ai principi di reciprocità, solidarietà e redistribuzione della ricchezza. Una accezione di benessere indubbiamente più articolata di quella che in Occidente abbiamo sperimentato per molti anni e che si riconduce ad una pluralità di dimensioni (psicologica, identitaria, valoriale, relazionale) dove l'attenzione per la componente immateriale e collettiva sposta decisamente i paradigmi cui siamo abituati. Un concetto di benessere che forse dovremmo provare a ripensare se intendiamo davvero conservare e trasmettere i valori della nostra cultura alle generazioni che verranno.

Nei cibi, forse maggiormente che per altri elementi in cui è presente l'opera dell'uomo, si può cogliere l'essenza della relazione tra natura, singoli individui e collettività, ma anche tra cultura e memoria da un lato, crescita e sviluppo dall'altro, una relazione complessa e fragile e, per questa ragione, da maneggiare responsabilmente, con estrema cura, consapevolezza e lungimiranza ad opera delle istituzioni pubbliche, così come da parte di tutti e di ciascuno.

⁴⁹ Cfr., in proposito, BAGNI (a cura di), *Dallo Stato del bienestar allo Stato del buen vivir. Innovazione e tradizione nel costituzionalismo latino-americano*, Bologna, 2009 e BALDIN, ZAGO (a cura di), *Le sfide della sostenibilità. Il buen vivir andino dalla prospettiva europea*, Bologna, 2014. Da ultimo, v. BALDIN, *Il Buen vivir nel costituzionalismo andino. Profili comparativi*, Torino, 2019.

