

Le nuove regole per la etichettatura dei vini: sfruttare la compliance per migliorare l'immagine

scritto da Claudia Meo | 15 Aprile 2024



L'industria vinicola è alle prese con un cambiamento significativo nelle pratiche di etichettatura, previsto dal Regolamento UE 2021/2117, che a sua volta modifica il Regolamento UE n. 1308/2013, allo scopo di garantire trasparenza e chiarezza per i consumatori, stabilendo standard per i **vini prodotti ed etichettati dopo l'8 dicembre 2023** e venduti nell'Unione Europea.

La guida all'applicazione del Regolamento, rilasciata dalla Commissione UE, sottolinea l'importanza di etichette chiare, accurate e complete.

Oltre alle informazioni tradizionalmente **obbligatorie** – come categoria di prodotto (vino, vino dealcolizzato), denominazione di origine o indicazione geografica, titolo alcolometrico, provenienza, nome dell'imbottigliatore/venditore/produttore a seconda dell'applicabilità, contenuto netto e, per gli spumanti, il grado zuccherino, sono state introdotte alcune prescrizioni significative:

- la dichiarazione nutrizionale, per dettagliare il valore energetico e la presenza di determinati nutrienti;
- l'elenco degli ingredienti. È richiesta l'indicazione chiara degli ingredienti utilizzati, compresi gli additivi, che devono essere elencati in ordine decrescente di peso;
- nel caso di prodotti vitivinicoli sottoposti a un trattamento di dealcolizzazione, e aventi un titolo alcolometrico volumico effettivo inferiore al 10 %, il termine minimo di conservazione.

La norma europea prevede anche informazioni **facoltative** da fornire in etichetta:

- informazioni sul vitigno utilizzato;
- informazioni sulla provenienza delle uve utilizzate;
- informazioni sul metodo di vinificazione impiegato;
- informazioni sulla storia dell'azienda produttrice.

Queste modifiche implicano una serie di sfide operative e logistiche per le aziende vinicole. Le aziende devono adattarsi rapidamente a queste novità per evitare sanzioni e per garantire che i loro prodotti rimangano competitivi sul mercato. Questo include **l'aggiornamento dei processi di etichettatura**, la **formazione del personale** sulle nuove normative, e **l'investimento in tecnologie**.

Nella prima giornata del Vinitaly 2024 abbiamo captato alcuni commenti degli operatori su questo tema.

Ettore Ciancico, Direttore del Consorzio di Tutela del Valdarno di Sopra DOC, ci illustra le iniziative adottate nella sua azienda, **La Salceta**: “abbiamo adottato l’etichetta nutrizionale con il QR code in quanto lo riteniamo un elemento di trasparenza: può aiutare i consumatori, non è un meccanismo complicato, e lo vediamo come un utile elemento competitivo, in un settore molto complesso come quello del vino; noi desideriamo che si sappia cosa c’è nei nostri vini”.

Giuseppe Stabile ha seguito per **Colomba Bianca**, azienda di Mazara del Vallo, l’attuazione degli adeguamenti richiesti dal Regolamento UE e gli adattamenti tecnologici: “l’onere di investire in un pacchetto tecnologico per la gestione dei QR code e quello di riprogettare le etichette è stato da un lato utile, in quanto ci ha permesso di fare alcuni adeguamenti visivi alle etichette, dall’altro ha creato l’opportunità di recepire informazioni che riteniamo importanti per i consumatori”.

Ne abbiamo parlato anche con **Mirco Balliana, enologo di Cantina Andreola** di Valdobbiadene: “il mondo del vino non è molto propenso ai cambiamenti e d’altro canto si è portati a pensare che i vini che rientrano in una denominazione di origine già seguano disciplinari che ne garantiscono la corretta produzione: è però vero che esistono diverse filosofie produttive che possono comportare composizioni di ingredienti diversi. Nel nostro caso adottare le nuove norme è stato mettere nero su bianco ciò che già veniva effettuato: un elemento in più che ci permette di investire sulla fiducia del consumatore, essenziale per il nostro futuro”.

Un’etichetta conforme ed esaustiva, ci sembra di poter concludere, non solo garantisce **trasparenza e tracciabilità**, ma comunica **impegno qualitativo e responsabilità**; fattori imprescindibili per qualificare il prodotto in un settore dove

l'autenticità e la provenienza acquistano un'attenzione sempre maggiore.