

Sostenibilità: mentre si continua a discutere sulle norme, il consumatore si evolve

scritto da Fabio Piccoli | 17 Dicembre 2021



Più leggiamo report e analisi sul tema della sostenibilità e di come essa viene oggi percepita dai consumatori (insomma, da tutti noi) e più **mi rendo conto che il nostro mondo del vino sia in una sorta di vicolo cieco.**

Il vicolo cieco è rappresentato dalla continua, ormai da anni, **ricerca di norme adeguate per “certificare” la sostenibilità,** senza però tenere conto che i consumatori nel mondo si stanno costruendo un loro pensiero riguardo a questo tema e spesso oggi danno la sensazione di fidarsi di più di alcuni brand rispetto alle certificazioni istituzionali.

Probabilmente questo fenomeno è tipico di quelle situazioni nelle quali una tematica (e un’opportunità) diventa **oggetto di comunicazione prima ancora di definirne i reali confini.**

E’ questo che ha portato nel nostro Paese nell’ultimo ventennio a veder nascere una miriade di disciplinari sulla

sostenibilità (circa 20) e siamo in attesa ormai da alcuni mesi che tutto si possa racchiudere in una sorta di testo unico.

Nel giugno scorso, infatti, il **Ministero delle politiche agricole, alimentari e forestali** ha emanato un **decreto relativo alla “Costituzione del comitato della sostenibilità vitivinicola”** che dovrebbe condurre alla definizione appunto di una “norma” unica che consentirà ai vini ottenuti seguendo specifiche regole di produzione, virtuose dal punto di vista ambientale e non solo, di essere immesse in commercio, sul mercato domestico ed internazionale, utilizzando uno specifico logo pubblico riconoscibile ai consumatori del vino sostenibile.

Sperando che si arrivi presto a questo risultato, comunque particolarmente sofferto, ci si deve soffermare, a mio parere, **su quanto nel frattempo la sensibilità dei consumatori si sia evoluta sul tema della sostenibilità.**

Se, infatti, tutti i principali osservatori socio-economici evidenziano l'aumento dell'interesse dei consumatori nei confronti delle produzioni sostenibili, sempre **queste indagini fanno emergere criticità riguardo a quali sono i fattori che danno garanzie sul fronte della sostenibilità.**

Tanto per capirci, se oggi (secondo il *Meet the 2020 consumers driving change* di IBM) circa 6 consumatori su 10 si dichiarano disponibili a modificare i loro acquisti in relazione ad una diminuzione dell'impatto ambientale e, addirittura, **8 su 10 considerano la sostenibilità un fattore molto importante nelle loro scelte**, sono poi molto pochi (attorno al 25%) quelli che si fidano delle “istituzioni” come garanti dell'autenticità delle produzioni sostenibili.

Insomma, c'è il rischio di arrivare ad una “certificazione ufficiale” sulla sostenibilità con relativo logo **senza che questa sia vista come garanzia affidabile o sufficiente per i**

consumatori.

E sarebbe molto grave considerando che, sempre secondo il report di IBM, tra coloro che considerano molto importante il fattore sostenibilità, **il 70% circa è disponibile a pagare mediamente un 35% in più per un prodotto che dà garanzie certe in questa direzione.**

D'altro canto, un esempio molto eloquente viene dalla stessa certificazione del biologico che oggi è messa frequentemente in discussione **con la richiesta di rivedere molti dei parametri** (in particolare in relazione all'utilizzo del rame) perché c'è il rischio oggettivo che l'impatto ambientale di forme di viticoltura integrata, ad esempio, sia in talune aree decisamente inferiore a quello del biologico.

E questa discussione non è oggi racchiusa solo tra i cosiddetti addetti ai lavori, ma è arrivata da tempo al trade e anche a quei consumatori più sensibili alla tematica del sostenibile nel suo complesso. Insomma siamo di fronte alla classica situazione di un comparto e di un legislatore che sono molto più lenti della società civile.

Di questo se ne sono accorte parecchie aziende e gruppi vitivinicoli a livello internazionale: un esempio su tutti il **noto gruppo Treasury Wine Estate** che forse oggi è la realtà vitienologica più avanzata sul fronte della sostenibilità anche dal punto di vista comunicativo. Consiglio vivamente di leggere i loro bilanci di sostenibilità (scaricabili a [questo link](#)) per farvi rendere conto di quanti sono gli ambiti che oggi questa tematica va a toccare proprio grazie all'**aumento della sensibilità dei consumatori,** a partire da quelli più giovani.

Forse qualcuno deve avvisare i nostri legislatori e coloro che li supportano nelle decisioni.