

Vinitaly 2024: Neo-Proibizionismo e cosa ne pensano i produttori

scritto da Veronica Zin | 16 Aprile 2024



Il tema di questa terza giornata di Vinitaly è stato quello del **neo-proibizionismo**, dell'attenzione nei confronti della salute e della possibilità di inserire delle "warning labels" sulle etichette delle bottiglie di vino.

Felicity Carter – giornalista, editrice e ricercatrice – insieme a **Amy Gross** – presidente di Women for WineSense –, **Susan Kostrzewa** – fondatrice di Resplendent Ink Content Consulting – e **Gino Colangelo** – fondatore di Colangelo & Partners – hanno tenuto una conferenza dal titolo "*Neo-Prohibitism and what the wine industry can do about it*" (Il neo-proibizionismo e cosa può fare l'industria del vino a riguardo).

In apertura della conferenza, Carter ha presentato il trend nel neo proibizionismo analizzando alcuni dei più importanti articoli scritti ultimamente sul tema. L'Organizzazione Mondiale della Sanità (WHO) sostiene che non ci sia "un livello di consumo di alcol che non abbia un **impatto sulla salute**", mentre il JAMA Network sollecita una diretta **relazione** tra il consumo di bevande alcoliche e l'aumento del rischio di mortalità.

Gino Colangelo ha poi parlato delle misure pratiche che i neo-proibizionisti del settore vorrebbero adottare in merito alle bottiglie di vino:

- **Warning Labels** da inserire sulle bottiglie di vino che riportano i rischi dell'assunzione di alcol
- Punti vendita con **separazioni strutturali** interamente dedicati alle bevande alcoliche
- **Etichettatura** delle avvertenze sanitarie legate al cancro

Si tratta di misure che non sono ancora state messe in atto, ma che potrebbero diventare una realtà.

Per questo motivo, è stato fondamentale chiedere il punto di vista di alcuni produttori presenti oggi a Vinitaly.

Ne abbiamo parlato con **Stefano Chiarlo** – Presidente dell'Associazione Produttori del Nizza – il quale ha parlato del neo-proibizionismo definendolo "un'insieme di **scorciatoie** che non educano il consumatore".

Secondo Chiarlo, infatti, l'abuso di bevande alcoliche non si tampona con bollini di avvertenza da inserire nelle etichette di vino.

"C'è un'unica strada – prosegue Chiarlo – quella della cultura. Il vino non è solo alcol; è un prodotto culturale. Le nuove generazioni devono essere educate sulla cultura

mediterranea in cui il vino è nato per essere abbinato al cibo. Solo attraverso i **pairing** il vino è in grado di regalare tutte le emozioni e le sensazioni di cui è capace”.

Elvira Bortolomiol – Presidente del Consorzio di Tutela del Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOP – ha sottolineato la **differenza** tra un prodotto non alcolico che ambisce a ricordare un determinato vigneto, o un determinato sentore, e il vino vero e proprio:

“È chiaro che questo aspetto del no alcol va a **minacciare** quello che è un prodotto che arriva da una tradizione, da un terroir e che evolve anche grazie alla presenza dell'alcol. Creare un prodotto non alcolico che cerchi di ricordare il sentore di un vitigno, a mio avviso è un aspetto che debilita tutto il settore perché, di fatto, non si può parlare di vino”.

“Sono d'accordo che l'alcol vada utilizzato con moderazione e con consapevolezza – continua Bortolomiol – ci sono paesi in Europa che non comprendono questo aspetto e questo sfavorisce tutto il comparto. Tuttavia, non intraprenderei la strada del proibizionismo e intraprenderei piuttosto un percorso di **informazione** e di **promozione** su quella che è la capacità di comprendere un vino per essere in grado di non abusarne. Ci dovrebbe essere una campagna in questo senso”.

Il punto di vista dei produttori che abbiamo avuto occasione di ascoltare coincide con le testimonianze portate da Amy Gross e Susan Kostrzewa in battuta finale della conferenza: è diventato ormai cruciale saper **comunicare** il prodotto vino in tutte le sue sfaccettature.

“Storytelling, collaborazione e supporto fra aziende, raccontare come il vino si può facilmente ritrovare in contesti sociali come lo sport, le celebrazioni e gli eventi di convivialità: è necessario informare chi beve vino per un'educazione al consumo consapevole, culturale e moderato” –

hanno concluso Gross e Kostrzewa.