Il nesso tra astensione al voto e calo dei consumi di vino

scritto da Fabio Piccoli | 13 Giugno 2024



Lo scorso fine settimana si sono tenute le **elezioni europee** che hanno segnato l'**astensionismo più elevato** mai registrato nel passato, con appena il 49,67% degli aventi diritto che si è presentato alle urne e, addirittura, solo il 43,73% nel Sud e il 37,31% nelle Isole.

Nel 1979, alle prime elezioni comunitarie, gli astenuti furono solo il 14,3%, ma anche nel 2019, alle precedenti consultazioni europee, la percentuale degli elettori aveva comunque raggiunto quota 56,12%. Quest'ultime elezioni hanno portato gli astenuti a diventare, pertanto, **maggioranza assoluta**.

Leggia anche: E se oltre a non votare e non andare in chiesa i giovani non bevono vino?

Non voglio fare il sociologo da bancarella anche se le motivazioni che sto leggendo in questi giorni sui quotidiani non mi convincono per nulla e anzi trovo **paradossale** che una tale astensione sia considerata una notizia da decima pagina per la maggioranza dei giornali italiani.

Dal mio punto di vista dovrebbe essere il **titolo di apertura di tutti i media**, il dato più importante da approfondire e invece si preferisce fare finta di nulla, esaltando solo le vittorie di qualcuno e le sconfitte di qualcun altro.

Già in quest'ultimo aspetto ritengo vi siano **similitudini** tra la disaffezione dei cittadini nei confronti della politica e quella dei consumatori nei confronti del vino.

Nel senso che è sempre più evidente come la maggioranza della popolazione, non solo italiana per la verità, **non si senta rappresentata** da nessuna forza politica e al tempo stesso siano sempre molti, troppi, coloro che non vedono nel vino una bevanda attrattiva.

Cavarsela dicendo che chi si astiene dal voto è un "pirla che subisce le scelte degli altri" o un consumatore "immaturo che non conosce i grandi valori del vino" non solo è sbagliato ma, secondo me, è anche **pericoloso**.

E se c'è una condizione odiosa è quella del sentirsi non considerati o, peggio ancora, degli "sfigati", "ignoranti", incapaci insomma di fare **scelte meditate**, autentiche, non dettate da semplice qualunquismo o dalla superficialità.

Conosco tantissime persone che si astengono da anni nell'andare alle urne e posso garantire che la loro è **tutt'altro** che una scelta facile, bensì è estremamente sofferta.

Come pure ho incontrato molte persone in questi ultimi anni, non solo giovani anche se quest'ultimi erano la maggioranza, che si sentono poco attratti dal vino non per scelta ma perché nessuno ha mai provato ad **avvicinarli** seriamente, con un linguaggio adeguato, con una proposta comprensibile.

La politica che non appare propositiva, né capace di interpretare concretamente i fabbisogni della popolazione o almeno di parte di essa, è come la comunicazione del vino che parla solo ai super esperti, ai cosiddetti wine lover che, come è chiaro, non sono certo **maggioranza** in nessuna parte del mondo.

È chiaro che possono, devono coesistere **diversi linguaggi** e proposte della politica come pure non può esserci una comunicazione del vino comprensibile a tutti.

Il punto è che da tempo sia la politica che il vino sembra che parlino solo a **sé stessi**, sono sempre più "**esclusivi**" e sempre meno "**inclusivi**".

Addirittura in politica l'esclusività si trasforma spesso in **evanescenza**, in una sensazione di vuoto e, forse, in questo il vino si difende meglio, ma non per questo riesce ad avere lingue capaci di **intercettare** le tante diverse tendenze, aspettative.

Cosa può allora modificare, migliorare una siffatta situazione?

Come sempre **la risposta è nelle persone**, nella loro competenza, nella loro capacità di interpretare concretamente i fabbisogni della società, di rappresentare seriamente i diversi target; dei consumatori se parliamo di vino.

Purtroppo, invece, sia la politica che il vino hanno scelto **una sola lingua** che non comprende le "distinzioni", le diverse personalità e le aspettative.

Al massimo sia la politica che il vino sfruttano l'arma della **demagogia** sperando che essa riesca a convincere molti della bontà di una proposta.

Il risultato, però, è sotto gli occhi di tutti ed è **decisamente impietoso** con percentuali di voto e di consumo che fanno piangere.

Ma se per la politica ammetto il mio totale, assoluto pessimismo, per il **vino** sono invece ancora pieno di **speranze** perché sento che non ci vorrebbe poi molto per invertire la rotta.

Il vino, infatti, non ha deluso da decenni le aspettative, ma si è semplicemente **assopito in una *comfort zone*** che oggi purtroppo non è sufficiente per garantire il suo sviluppo.

Deve quindi **svegliarsi, rinnovarsi, darsi una mossa** riuscendo a parlare il mare di lingue che è in grado di comunicare perché sono insite nei suoi valori.

Leggi anche: Il vino non basta più: il risveglio necessario del settore vitivinicolo italiano

Basti pensare alla capacità straordinaria che possiede il vino di essere **uno dei migliori ambasciatori di terre e di culture**.

Il problema è che lo è, ma oggi fatica a farlo capire a tanti e questo a causa di un mix di **pigrizia** abbinata ad una pericolosa **presunzione**.

Se non vogliamo fare la fine della politica è bene vincere pigrizia e presunzione e diventare finalmente un **espressione democratica** che non significa piacere a tutti allo stesso modo ma semplicemente non intimorire più nessuno.