

Frescobaldi: un'Italia senza vino non conviene a nessuno

scritto da Redazione Wine Meridian | 14 Aprile 2024



“Un'Italia senza vino non conviene a nessuno: il vino è allo stesso tempo un attrattore e un generatore di valore ben oltre i perimetri del settore. Per continuare a distribuire ricchezza dobbiamo pensare ad affrontare al meglio una nuova fase. L'era della crescita volumica è finita e i paradigmi di consumo stanno cambiando molto velocemente: dobbiamo essere consapevoli di ciò e traghettare le imprese verso questa nuova sfida”. Lo ha detto il presidente di Unione italiana vini (Uiv) Lamberto Frescobaldi, intervenuto oggi a Vinitaly alla presentazione dell'indagine *Se tu togli il vino all'Italia. Un tuffo nel bicchiere mezzo vuoto*. “Questo non deve spaventare – ha proseguito –, perché il cambiamento è un terreno a noi familiare: in 20 anni l'Italia è stata capace più di ogni altro Paese produttore di rimanere protagonista sugli stessi mercati ristrutturando metà dei propri vigneti e adattandoli

alle tipologie trainanti. Oggi le imprese dovranno fare la propria parte in termini di innovazione ed efficientamento, ma anche le istituzioni devono dare i giusti stimoli al comparto.

L'indagine, realizzata dall'Osservatorio Uiv-Vinitaly in collaborazione con Prometeia, ha analizzato l'apporto socio-economico del vino in Italia e su tre territori simbolo (Barolo, Etna e Montalcino), evidenziando l'impatto in caso di una ipotetica estinzione del settore. Secondo Uiv, la competitività e lo sviluppo del settore – la cui scomparsa genererebbe una perdita stimata dallo studio nell'1,1% del Pil italiano – sono minacciate dalle pressioni proibizioniste che influenzano la politica dell'Oms e, a caduta, di molti Paesi (dopo l'Irlanda, ultime in ordine di arrivo, il Belgio e il Canada) e della Commissione Europea. Questo approccio, che tenta di combattere l'abuso di bevande alcoliche attraverso informazioni allarmistiche, imposizioni fiscali e misure che demonizzano il vino, sta condizionando le istituzioni europee che, nei prossimi mesi, potrebbero mettere a rischio il futuro di strumenti fondamentali per lo sviluppo del comparto vitivinicolo, quali i supporti finanziari previsti dalla PAC, le regole sull'etichettatura, gli health warning e la promozione.

E sono proprio questi gli strumenti che, ha insistito il presidente Uiv, possono sostenere la crescita del comparto: “I fondi sulla promozione potrebbero essere utilizzati per studiare meglio i mercati, profilare i consumatori. Fasce giovani e diverse per composizione etnica hanno bisogno di un'attenzione in più: dobbiamo trovare una strada per avvicinarli al nostro prodotto, con soluzioni che ne rilevino l'attenzione al grado alcolico e zuccherino, per esempio. Per fare questo – ha concluso Frescobaldi – bisogna lasciare spazio alla ricerca e alla sperimentazione su prodotti, come i dealcolati, su cui non abbiamo ancora costruito know how. Sarebbe forse un modo per rispondere al problema della sovrapproduzione senza ricorrere ad espianti di vigneti la cui

ristrutturazione è costata al nostro Paese 2,6 miliardi di euro di contributi pubblici”.