

La sostenibilità è un impegno non più derogabile

scritto da Claudia Meo | 25 Ottobre 2021



L'analisi condotta da Wine Monitor – Nomisma su un campione di 1.000 consumatori e 108 imprese ha evidenziato che ruolo svolgono, nel percepito di produttori e consumatori, **le certificazioni del vino e, tra queste, quelle volte ad accertare la sostenibilità.**

La ricerca è stata presentata nell'ambito della presentazione dell'**Annual Report 2021 di Valoritalia**, chiamata a rendicontare un anno, il 2020, certamente difficile, ma dal quale la viticoltura italiana è uscita con la consapevolezza di saper reggere gli impatti di una grande crisi.

Il valore delle certificazioni

L'indagine di Wine Monitor ha rilevato il **valore delle certificazioni, percepito dal mercato del vino, nei due anni 2020 e 2021.**

Per quanto riguarda il mercato di sbocco, se nell'ordine, l'italianità del prodotto, la leva prezzo, e la presenza di un marchio DOP/IGP la fanno da padroni nelle scelte di consumo,

per il **60% dei consumatori intervistati il requisito della sostenibilità è oggi importante** per guadagnare un posto nel carrello della spesa. In altri termini, sebbene il requisito della sostenibilità non sia in cima alla gerarchia dei parametri di scelta – DOP e zone di produzione hanno oggi maggiore forza – **l'attenzione del consumatore cresce in questa direzione.**

Il percepito della sostenibilità

I consumatori riconoscono il valore aggiunto delle certificazioni e se **l'85% degli intervistati riconosce ai prodotti certificati a denominazione di origine o IG una qualità superiore alle altre categorie di vini**, le certificazioni Bio e quelle di sostenibilità convincono il consumatore, per oltre il 70% degli intervistati, sulla maggiore attenzione all'ambiente. Test di mercato svolti sui loghi dei diversi sistemi di certificazione ambientale evidenziano tuttavia ampi margini di migliorabilità nel riconoscimento da parte del consumatore; l'esistenza di diversi standard naturalmente non aiuta in questo senso...

Le aziende fanno eco, con circa l'80% degli intervistati che ritiene importante il marchio Bio o il marchio di sostenibilità per il successo dei vini, e **dichiara un aumento di questa rilevanza rispetto al periodo pre-Covid.**

In sintesi, tra operatori e consumatori le denominazioni di origine (DOCG, DOC e IGT) prevalgono, sia in Italia che all'estero, tra tutti i parametri di valorizzazione del vino, ma i valori del biologico e del sostenibile sono comunque in buona posizione e destinati a crescere nel ranking.

Il futuro è "green"

L'89% delle aziende intervistate si dice convinta che **nei prossimi 2 anni i consumatori dimostreranno un crescente interesse per i vini biologici e sostenibili.** Porre in atto

scelte produttive sostenibili per le aziende, oltre a configurarsi come una responsabilità nei confronti del pianeta e delle generazioni future, non sembra quindi essere una libera scelta, ma un impegno non più procrastinabile. Tant'è che oltre il **90% delle aziende dichiara che la sostenibilità ha già assunto un peso rilevante nel disegno delle proprie strategie aziendali.**