

Vision 2030: Identità e posizionamento

scritto da Emanuele Fiorio | 31 Dicembre 2021



Un progetto partito come un semplice momento di confronto costruttivo ma che si è sviluppato oltre le aspettative degli stessi promotori grazie al **contributo di chi vive nelle aziende e nelle cooperative** le dinamiche, le opportunità e le sfide di tutti i giorni.

[Vision 2030](#) vuole fortemente condividere un approccio propositivo, concreto e sistemico, in grado di prendere in esame le aree di debolezza, di miglioramento, opportunità e minacce per giungere a **delineare ed illustrare azioni risolutive credibili e praticabili**.

In questa ottica sono stati definiti **sei diversi gruppi di lavoro** allo scopo di analizzare (attraverso il contributo tecnico – scientifico di Nomisma Wine Monitor) i sei

principali scenari che caratterizzano il settore vitivinicolo italiano:

1. Equilibrio tra domanda e offerta (gestione del potenziale produttivo),
2. Identità e posizionamento,
3. Comunicazione,
4. Enoturismo,
5. Sviluppo strategico struttura industria vinicola e M&A,
6. Formazione e competenze delle risorse umane.

Ognuno dei 6 tavoli di lavoro ha identificato azioni concrete definite sulla base dei risultati delle analisi Swot.

In sei articoli dedicati, andremo ad illustrare e condividere con i nostri lettori le proposte di azioni concrete che ognuno dei tavoli di lavoro ha definito, con l'intento di avere una panoramica precisa e dettagliata dei reali obiettivi progettuali di Vision 2030.

Il secondo tavolo si è concentrato su identità e posizionamento, temi che l'Italia del vino necessita di definire precisamente attraverso il contributo multidisciplinare di più soggetti in grado di declinarla al meglio in relazione ai fattori sociologici, culturali ed economici ma anche generazionali.

Tavolo 2: Identità e posizionamento

Le azioni proposte:

- Valutare il fattore «abbinabilità» al cibo o “food friendliness” come grande punto di forza del vino italiano,
- Sviluppare l'immagine “sostenibile” della vitivinicoltura italiana (con il 17,8% sul totale l'Italia è il paese con la maggiore incidenza di vigneto bio al mondo, davanti a Spagna con il 14,9% e la Francia con il 14,7%),

- Promuovere uno shift da una produzione vinicola concentrata su rese eccessive che deprimono qualità e valore del vino e dei terreni, ad una che privilegia la creazione di valore,
- Promuovere, attraverso strutture governative/ministeriali centri studi/ osservatori atti ad indirizzare il settore vino verso scelte viticole ed infrastrutturali in sintonia con i trend di settore al fine di non disperdere risorse e rafforzare il sistema vitivinicolo del paese,
- Incoraggiare, attraverso un impianto normativo specificamente dedicato, l'aggregazione tra le imprese, (es. Reti di impresa) sempre con l'obiettivo di affrancarsi dallo strutturale «nanismo» delle imprese del vino italiano che frena la competitività sui mercati esteri.