

# VINO BIOLOGICO, UN BRINDISI SEMPRE PIÙ SOSTENIBILE

IL MONDO VITIVINICOLO HA REAGITO POSITIVAMENTE ALLA SFIDA DELLO SVILUPPO SOSTENIBILE. L'ITALIA HA IL 22% DELLA SUPERFICIE MONDIALE DI VITI BIOLOGICHE, CON 1.300 CANTINE. È IN CONTINUA CRESCITA L'ATTENZIONE DEI CONSUMATORI AI VINI BIO, ANCHE SE SERVE UN MAGGIORE IMPEGNO DAL PUNTO DI VISTA DELLA COMUNICAZIONE.

## Un brindisi sempre più sostenibile

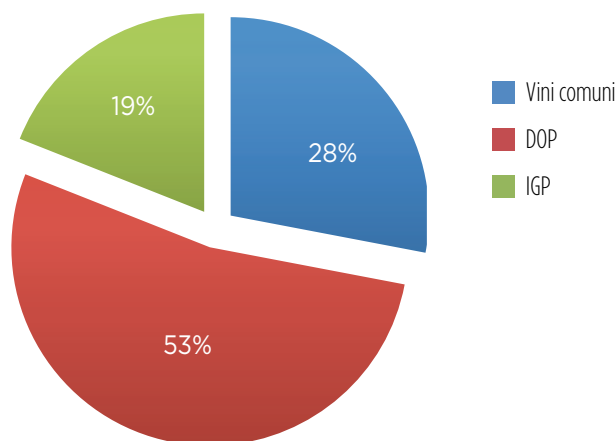
Il settore agroalimentare è fortemente connesso alle tematiche di tipo ambientale della sostenibilità; il concetto stesso di agroalimentare di qualità va di pari passo con lo sviluppo di coltivazioni e metodi produttivi che tutelano il territorio e che riducono sempre di più l'utilizzo di sostanze dannose per l'uomo e l'ambiente. Questo tipo di ragionamento può essere applicato al comparto vitivinicolo che ha tradizionalmente mostrato ampia attenzione all'aspetto ambientale, riconoscendo in questo elemento un fattore di qualità del vino. Come sottolineato nel *Primo rapporto sulla sostenibilità del vino*<sup>1</sup> la "consapevolezza dell'importanza tecnica e commerciale del legame tra caratteristiche del luogo di produzione e caratteristiche e identità del vino ha portato già nel XIX secolo allo sviluppo del concetto di *terroir*<sup>2</sup> e successivamente, con il crescere della sensibilità ai temi sociali e dell'ambiente, molte aziende, anche in un'ottica di responsabilità sociale di impresa, hanno adottato innovazioni nei processi aziendali finalizzate a un maggiore rispetto dell'ambiente".

## Orientamenti dei produttori

Il mondo vitivinicolo ha reagito alla sfida dello sviluppo sostenibile attraverso lo sviluppo di iniziative collettive per l'implementazione di programmi di sostenibilità, per l'analisi e la valutazione dei processi produttivi nelle aziende coinvolte, in un'ottica di miglioramento continuo, di condivisione di *best practices* e per la comunicazione interna ed esterna delle performance raggiunte in termini di sostenibilità. In Italia sono attivi 15 programmi strutturati (*v. box*); sono coinvolti 31 soggetti tra università e centri di ricerca, 10 tra associazioni e istituzioni governative e 537 aziende produttrici,

FIG. 1  
SUPERFICIE A VITE

Distribuzione superficie vitata Italia per denominazione d'origine (elaborazione Gmi).



oltre a svariate imprese di servizi lungo la filiera. Le aziende coinvolte direttamente in specifiche reti orientate allo sviluppo sostenibile rappresentano circa un terzo del valore della produzione italiana di vino per un valore stimato di euro 3,1 miliardi di fatturato.

Su 1.000 aziende vitivinicole indagate dal Forum per la sostenibilità del vino, oltre l'80% ritiene la sostenibilità driver strategico di sviluppo. Queste aziende sono distribuite su tutto il territorio nazionale e rappresentano tutte le classi dimensionali del settore. La tendenza ad una maggiore focalizzazione si riscontra in aziende di dimensioni medio-grandi, connotate da *rating* qualitativi superiori e prezzi medi di vendita più elevati. Gli aspetti di sostenibilità legati al vino abbracciano tutta la filiera, a partire dalle modalità di coltivazione della materia prima, fino ai processi di trasformazione e le strategie di commercializzazione.

## Mercato del vino e orientamenti dei consumatori in tema di sostenibilità

L'Italia ha una superficie vitata pari a 641.743 ettari (la terza dopo Francia e Spagna) con una produzione di 44.739 mila ettolitri (la seconda dopo la Francia). In Italia si consumano oltre 2 miliardi di

litri di vino all'anno e siamo il terzo paese per consumo dopo Usa e Francia.

L'interesse del pubblico verso i prodotti "sostenibili" nel comparto del vino è in crescita: l'Italia ha il 22% della superficie vitata biologica nel mondo, ed è il secondo paese dopo la Spagna (67.937 ettari nel 2013 compresa l'uva da tavola). I vigneti biologici italiani nel 2014 hanno raggiunto quota 73 mila ettari, con una crescita del 7% rispetto al 2013, che fa segnare un incremento del 114% in dieci anni. Le cantine biologiche certificate in Italia sono circa 1.300, che vinificano, secondo metodiche definite dal Regolamento europeo sul vino biologico 203/2012, circa 4,5 milioni di ettolitri di vino biologico<sup>3</sup>.

Secondo i dati Ismea, nei primi sei mesi del 2015 nella grande distribuzione organizzata italiana le vendite di vino biologico sono cresciute del 91 per cento in contrasto con il trend dei consumi nazionali di vino, in calo da anni.

Il successo e l'interesse nei confronti del vino bio sono legati all'ottimo posizionamento in termini di qualità, percepita superiore rispetto ai vini convenzionali dal 49% dei consumatori (un ulteriore 45% giudica la qualità dei due prodotti identica). Tale valutazione diventa ancor più forte tra chi consuma vino bio: il 68% degli *user* considera superiore la qualità dei vini a marchio



FOTO: M. TESTINI - FICOR, CC

bio. La caratterizzazione biologica o biodinamica aumenta di conseguenza la disponibilità a pagare dei consumatori più sensibili alle tematiche della qualità e del rispetto dell'ambiente.

Numerosi studi<sup>4</sup> rilevano differenziali positivi di prezzo in favore dei vini biologici, ma solo a condizione che le caratteristiche organolettiche soddisfino le aspettative del consumatore. Negli Usa il prezzo medio all'import dei vini bio è superiore del 14% rispetto a quelli convenzionali<sup>5</sup>, e il vino italiano è presente con 1 bottiglia di vino bio su 3 di quelle importate<sup>6</sup>.

Le analisi propriamente dedicate alle attitudini di acquisto di vini con attributi di sostenibilità sono però a oggi poco diffuse e evidenziano una conoscenza dei consumatori dei concetti di viticoltura e vinificazione sostenibili piuttosto limitata. Alcuni studi che hanno indagato la disponibilità a pagare dei giovani consumatori italiani di vino per tre prodotti con etichette sostenibili, hanno rilevato che le donne e le fasce d'età più elevate hanno una maggiore propensione a pagare un premio di prezzo per questi vini. Secondo quanto sostenuto nel primo rapporto sulla sostenibilità del vino, *“il riconoscimento di un valore specifico agli attributi di sostenibilità, non scambiabile in generale con il pregio sensoriale, è per il momento limitato a segmenti specifici della platea dei consumatori, la cui consistenza potrebbe essere accresciuta con idonee attività di comunicazione”*.

Emerge, infatti, un gap tra l'impegno dei produttori in tema di sostenibilità (evidenziato dalla proliferazione dei programmi di certificazione e

monitoraggio) e la percezione del consumatore in relazione all'importanza della variabile ambientale per la scelta del vino, ambito nel quale predominano il ruolo del prezzo e dell'origine territoriale.

In conclusione, il mondo vitivinicolo è influenzato da una crescita continua dell'attenzione ambientale dell'opinione pubblica e dei mercati, dalla tendenza a una sempre maggiore tracciabilità di tutta la filiera agroalimentare e in generale dalla valorizzazione della filiera agroalimentare del *made in Italy* nel mondo.

La connessione tra processi produttivi agro-industriali alimentari a minore impatto ambientale e qualità del prodotto finito è all'interno del settore del vino un fattore sempre più percepito dai consumatori, che pur essendo ancora oggi più interessati a fattori quale il prezzo e l'origine territoriale, dimostrano sempre maggiore attenzione a questo aspetto,

che, nonostante i dati incoraggianti riferiti all'acquisto di vino con caratteristiche di sostenibilità, necessita di un maggiore impegno dal punto di vista della comunicazione dei produttori per essere pienamente valorizzato.

**Ilaria Bergamaschini**

Green Management Institute

#### NOTE

<sup>1</sup> Forum per la sostenibilità ambientale del vino, 2014.

<sup>2</sup> Il rapporto che lega un vitigno al microclima e alle caratteristiche minerali del suolo in cui è coltivato, e che ne determina il carattere e l'unicità del vino che viene prodotto.

<sup>3</sup> Vino in cifre 2016.

<sup>4</sup> Economia del vino, Castriota 2015.

<sup>5</sup> Wine monitor Nomisma 2015.

<sup>6</sup> Aiab 2015.

#### I PROGRAMMI DI CERTIFICAZIONE DELLA SOSTENIBILITÀ NEL COMPARTO VITIVINICOLO

- Biodiversity Friend; World Biodiversity Association Onlus
- CasaClima Wine; Agenzia per l'energia Alto Adige - CasaClima
- Eco-Prowine; Circe - Centro de investigacion de recursos y consumosenergeticos Universidad de Zaragoza
- Eko Cantina/Eko Wine; Officinae Verdi/Wwf/FederBio/Università della Tuscia
- Gea Vite/Ita.Ca; Sata Studio Agronomico
- Magis; Bayer Cropscience srl
- Montefalco 2015: New Green Revolution; Ass. Grandi Cru Montefalco
- Salcheto Carbon Free; Soc. Agr. Salcheto srl/Csqa Certificazioni srl
- SosTain; Ass. Alleanza per la sostenibilità in viticoltura/Opera
- Sostenibilità ambientale delle filiere agroalimentari tramite calcolo del ciclo di vita; Ccpb srl/ApoConerpo sca
- Tergeo; Unione italiana vini soc. coop.
- Vino Libero; Ass. Vino Libero
- vite.net; Horta srl - spin off di Unicatt Piacenza
- Viva Sustainable Wine; Mattm/Unicatt/Agroinnova
- Vini 3S; Dibaf Università della Tuscia/Az. Agr. Trebotti