

SALE LA RICHIESTA DI PRODOTTI CHE SALVAGUARDINO L'AMBIENTE

Il gran business del vino "verde"

Buono, ma anche ecologicamente corretto

VANNI CORNERO
 INVIATO A VERONA

C'è un nuovo parametro che le guide dei vini dovranno presto inserire nelle loro pagelle: quello dell'«ecologicamente corretto». Il modo di sentire dei consumatori cambia e parallelamente si modifica la priorità delle loro richieste. Esattamente come ci si rifiuta di acquistare un paio di scarpe o un pallone cuciti da bambini sfruttati il «wine lover» consapevole guarda con sempre maggiore attenzione se in una bottiglia, oltre alla qualità, ci sono valori che comprendono impegno sociale ed etico, salvaguardia dell'ambiente e del territorio. Insomma non basta più che il vino sia buono, ma deve essere anche «giusto» e «pulito».

Come emerge dalle schede di molti tra i 4300 produttori presenti al Vinitaly di Verona, che si inaugura oggi, l'impe-

gno verso la «responsabilità sociale d'impresa» è in massiccia crescita. Così le cantine si dotano di impianti fotovoltaici per produrre energia elettrica senza inquinare e di sistemi di fitodepurazione naturale per il trattamento dei reflui. «Noi abbiamo cominciato 25 anni fa - dice Giacomo Rallo, titolare dell'azienda siciliana Donnafugata - e se dicessi che la politica di responsabilità sociale ha costi alti sarebbe una bugia. Bisogna però avere un progetto chiaro. Nella mia azienda siamo passati da una produzione di 200 quintali per ettaro a 75 quintali, facendo impennare la qualità e di conseguenza conquistando sul mercato soglie di prezzo elevate, mentre abbiamo abbattuto le spese per gli antiparassitari. Non ci vuole una formula magica per guadagnare di più, spendere di meno e garantire i consumatori». E con Donnafugata nella pattuglia di

aziende apripista dello stile «ecologically correct» ci sono nomi come quelli di Castello Banfi, Cecchi e Poliziano, in Toscana, Caprai e Lungarotti, in Umbria, Lageder, in Trentino.

Una tendenza virtuosa che ha preso piede ed è riscontrata dall'indagine svolta da Wine news per conto di Veronafiere, che evidenzia come nei diagrammi di produzione delle imprese non vengono più e soltanto definiti i processi viticoli ed enologici, ma sempre più spesso anche le condizioni di lavoro del personale, i quantitativi di anidride carbonica, gli ossidi di azoto e zolfo emessi in atmosfera, i kilowatt di elettricità, i metri cubi di metano, i litri di gasolio consumati, i quintali di rifiuti distrutti e quelli riciclati, i chili di fitofarmaci e fertilizzanti utilizzati. Tutto questo con l'obiettivo di mettere a disposizione del consumatore un vino con «prestazioni» sociali e ambientali misurabili, verifica-

bili e confrontabili.

I produttori italiani si sono dunque votati in massa all'ecologia? Affermarlo sarebbe un'esagerazione, ma certamente si è arrivati ad un nuovo modo di lavorare, in linea con una tendenza di pensiero che si va consolidando ovunque e a cui molte aziende si ispirano per ottenere un tornaconto in immagine e profitto. Ma, anche se l'impegno etico di un'impresa è ormai entrato direttamente nella catena del valore e della competitività, non si tratta solo di sfruttare un'opportunità di mercato. L'azienda vitivinicola, infatti ha con la propria comunità di riferimento e con il proprio territorio un forte legame in cui la crescita economica e socio-culturale si coniugano. Un modello tradizionale proiettato però, attraverso l'export, verso il mondo: per dirla con un neologismo del lessico imprenditoriale, la cantina che adotta i principi della responsabilità sociale è «glocal».

Vinitaly

Vinitaly: 86 mila metri quadrati di fiera per 4.300 espositori

A Verona da oggi
 a lunedì 2 aprile

Da oggi fino al 2 aprile, dalle 9 alle 18,30, la manifestazione giunta alla quarantunesima edizione. Vinitaly si svolge nel quartiere di Veronafiere, a 2 km dal casello autostradale di Verona Sud dell'autostrada A4 Serenissima e a 1,5 km dalla stazione ferroviaria di Verona Porta Nuova. Biglietti a 35 euro (riservato agli operatori). Non è consentito l'ingresso ai minori di 18 anni.

