



Università
Ca' Foscari
Venezia

Corso di Laurea magistrale
(ordinamento ex D.M. 270/2004)
in Economia

Tesi di Laurea

—

Ca' Foscari
Dorsoduro 3246
30123 Venezia

La sostenibilità ambientale nel settore vitivinicolo

L'area del Prosecco D.O.C.G. e l'esempio
dell'impresa Perlage: il Progetto Ita.Ca. per
misurare le emissioni di gas serra aziendali
e le relative proposte di miglioramento

Relatore

Ch. Prof. Carlo Giupponi

Laureando

Marco De Bortoli
Matricola 816414

Anno Accademico
2012 / 2013

INDICE

ABSTRACT	9
INTRODUZIONE	11
1. LA SOSTENIBILITA' AMBIENTALE E I METODI D'APPLICAZIONE NEL SETTORE VITIVINICOLO	15
1.1 LA NECESSITA' DELLA TUTELA AMBIENTALE NELLA PRODUZIONE DEL VINO	15
1.1.1 I VALORI ETICAMENTE CORRETTI NELLE IMPRESE	15
1.1.2 STRATEGIE INTERNAZIONALI NEL SETTORE VITIVINICOLO	19
1.1.3 COSA SIGNIFICA QUALITA' PER IL CONSUMATORE	23
1.2 IL MODELLO CALIFORNIANO COME ESEMPIO DI VITICOLTURA ECOLOGICAMENTE SOSTENIBILE	29
1.2.1 UNA FILOSOFIA CHE COINVOLGE TUTTI I VITICOLTORI	29
1.2.2 I PRINCIPALI PROBLEMI AMBIENTALI IN VIGNETO E CANTINA	35
1.2.3 LA PROPOSTA DI UN MODELLO VITIVINICOLO SOSTENIBILE PER L'ITALIA	40
1.3 I CAMBIAMENTI CLIMATICI NEL VIGNETO. LA RIDUZIONE DEI GAS SERRA, UNA POSSIBILE STRATEGIA D'ADATTAMENTO	43
1.3.1 SOSTENIBILITA' SIGNIFICA ANCHE RIDURRE L'INQUINAMENTO ATMOSFERICO	43
1.3.2 I CAMBIAMENTI CLIMATICI: QUALI EFFETTI SUI VIGNETI	44
1.3.3 LE POTENZIALITA' DEL VIGNETO PER RIDURRE LE EMISSIONI DI GAS SERRA	48
1.3.4 CARBON FOOTPRINT: UN METODO PER IL FUTURO ITALIANO	51
1.3.5 UN IDEALE CALCOLATORE DELLE EMISSIONI: L'ESEMPIO AUSTRALIANO	54
1.3.6 GLI SVILUPPI INTERNAZIONALI SUL TEMA	59
1.3.7 LA SITUAZIONE ITALIANA E LA PROPOSTA PER IL FUTURO	63

2. IL CASO PROSECCO: L'IMPEGNO SOSTENIBILE DI PERLAGE E IL PROGETTO ITA.CA.	67
2.1 UN'ANALISI FOCALIZZATA SUL BINOMIO ECONOMIA-AMBIENTE	67
2.1.1 LA SCELTA DI UN PERCORSO	67
2.1.2 UN TERRITORIO PARTICOLARMENTE VOCATO	69
2.1.3 LE TAPPE DI UN PERCORSO DI CRESCITA	72
2.1.4 IL RUOLO DEL DISTRETTO PER UNA VITICOLTURA SOSTENIBILE	80
2.1.5 IL VALORE DELLA D.O.C.G. PER LA VITICOLTURA SOSTENIBILE	88
2.1.6 I FITOFARMACI: UN PERICOLO PER LA SALUTE UMANA E PER L'AMBIENTE	91
2.1.7 COS'E' DIVENTATO OGGI IL CONEGLIANO VALDOBBIADENE PROSECCO SUPERIORE D.O.C.G.?	97
2.1.8 PRIMI ACCENNI DI SOSTENIBILITA' NEL DISTRETTO DEL CONEGLIANO VALDOBBIADENE	100
2.2 L'AZIENDA PERLAGE E LA SUA FILOSOFIA AMBIENTALE	107
2.3 ITA.CA.: L'IDEA D'INTRAPRENDERE UN PERCORSO DI AUTO VALUTAZIONE AMBIENTALE	119
2.3.1 L'ADOZIONE DEL CARBON FOOTPRINT IN ALTRI SETTORI ITALIANI	119
2.3.2 LE MOTIVAZIONI E ATTESE DI PERLAGE VERSO ITA.CA.	122
2.3.3 L'ITALIAN WINE CARBON CALCULATOR	128
2.3.4 L'ANALISI DEI DATI OFFERTI DA ITA.CA PER ALCUNI CASI NAZIONALI	131
3. L'IPOTESI SUI RISULTATI DI PERLAGE E LE CONSEGUENTI STRATEGIE PROPOSTE DA ADOTTARE	143
3.1 LE IPOTESI SUGLI OUTPUT FORNITI DAL CALCOLATORE	143
3.2 UN NUOVO PROGETTO DA SVILUPPARE PER PERLAGE	148
CONCLUSIONI	169
BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA	173
ALLEGATO 1 – INTERVISTA AL PRESIDENTE DI PERLAGE	179
ALLEGATO 2 – DISCIPLINARE DI PRODUZIONE NUOVA D.O.C.G.	181
ALLEGATO 3 – INTERVISTA DI VENETOAGRICOLTURA	189

INDICE FIGURE:

1 – Suddivisione della produzione mondiale di vino 2012	19
2 – California	30
3 – Le tre prospettive di sostenibilità	31
4 – Carbon Footprint	51
5 – Consumo mondiale di vino (Milioni di hl)	85
6 – Logo di Perlage	107
7 – Logo del Progetto Biombra	117
8 – L’evoluzione di Perlage	118
9 – Aziende nazionali che adottano Ita.Ca.	130
10 – Suddivisione percentuale per ambiti del Modello A	132
11 – Dati sull’energia (Modello A)	133
12 – Dati sulle emissioni (Modello A)	134
13 – Suddivisione percentuale per ambiti del Modello B	134
14 – Dettagli Ambito 3 del Modello B	135
15 – Suddivisione percentuale per ambiti Modello C	136
16 – Suddivisione in tonnellate di CO2 equivalente	137
17 – Suddivisione percentuale per ambiti Modello D	138
18 – Suddivisione percentuale per ambiti Modello E	139
19 – Dati sull’energia Modello E	139
20 – Logo di PerlAPP	145

21 – Suddivisione ipotizzata degli ambiti per Perlage	147
22 – L'introduzione al progetto (1°Step)	148
23 – Tipologie di proposta	149
24 – La priorità massima	150
25 – Esempio del risparmio annuale di due aziende con l'impianto fotovoltaico	151
26 – La priorità media	152
27 – La responsabilità indiretta	157
28 – L'analisi carbonica globale	162
29 – Strategia specifica per un singolo caso	163
30 – Un target specifico di consumatori	165
31 – Esempio di etichetta	165
32 – Possibili metodi di comunicazione	166

INDICE TABELLE

1 – Suddivisione geografica dei suoli coltivati a vite nel mondo	21
2 – Produzione mondiale di vino (hl/milioni)	23
3 – Alcuni dati sull'area del Prosecco di Conegliano Valdobbiadene	83
4 – Dati sul triennio 2009 – 2011 per la denominazione	91
5 – Riassunto dei vari modelli	140
6 – Schema esempio di valutazione	149

7 – Proposte per l’ambito 2	151
8 – Confronti tra irroratrici convenzionali e moderne	153
9 – Proposte per l’ambito 1	154
10 – Il maggior sequestro di un’azienda con boschi e oliveti	156
11 – Proposte per l’ambito 3	158
12 – La riduzione del peso delle bottiglie	159
13 – Stime sulla produzione di biomassa in tonnellate per Perlage	161

ABSTRACT

Il mondo intero deve oggi affrontare il problema dei cambiamenti climatici, con le sue manifestazioni in termini di eventi estremi e catastrofi naturali che sempre più affliggono il nostro pianeta. Le attività produttive si pongono rispetto a queste problematiche sia come agenti che contribuiscono a tali cambiamenti a causa delle loro emissioni di gas serra, sia come agenti che ne subiscono gli impatti, in particolare se si tratta di imprese legate al settore primario e quindi dipendenti dagli andamenti climatici. Si aprono però anche delle interessanti opportunità di sviluppo, legate alla crescente sensibilità dell'opinione pubblica. Ciò vale anche per il settore vitivinicolo, fortemente dipendente dai rapporti fra produzione agricola e ambiente, che però può anche sfruttare opportunità di marketing di fronte ai consumatori più sensibili alle tematiche ambientali e della sostenibilità. Il rispetto di valori ecologici e standard ambientali può inoltre portare a risparmi economici rilevanti nel lungo periodo e a benefici per l'intera società. È questa la nuova filosofia che si sta ampiamente diffondendo in modo strategico nei Paesi del Nuovo Mondo del Vino, come Australia, Nuova Zelanda, California e Sud Africa. Queste moderne aree di produzione hanno capito che il consumatore internazionale è sempre più attento a questi aspetti, tanto da intraprendere dei percorsi di forte diffusione delle strategie di sostenibilità. Si estende così l'utilizzo di varie certificazioni ambientali e l'uso di indicatori da utilizzarsi nella comunicazione aziendale, come l'impronta carbonica. Le esperienze estere possono rappresentare un valido esempio per la circoscritta area di produzione del Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore D.O.C.G.. In questa zona, infatti, il tema della sostenibilità ambientale in particolare è appena agli esordi, e poco ancora si sviluppa a questo scopo. Perlage è un'impresa orientata in tal senso e da molti anni mostra il suo impegno a tal proposito. Per questo sta oggi adottando un nuovo calcolatore nazionale dell'impronta carbonica nel settore vitivinicolo, Ita.Ca.. Questo strumento offrirà dei dati definitivi sull'azienda solo nel 2014. Nell'elaborato si parte da informazioni già disponibili per altre imprese nazionali, per anticipare i probabili prossimi risultati per Perlage. A partire da questi si propongono delle strategie di miglioramento per l'azienda, al fine di ridurre le sue emissioni di gas serra e comunicare così il proprio impegno attraverso mezzi come ad esempio l'etichettatura. L'esempio di Perlage può rappresentare un riferimento utile per l'intero distretto del Conegliano Valdobbiadene D.O.C.G., al fine di rispondere alle sempre più esigenti richieste del mercato internazionale sotto questo profilo. Ita.Ca. permette inoltre all'azienda considerata di sviluppare ancora di più la sua filosofia sostenibile, riducendo nel lungo periodo i costi dell'intera filiera produttiva.

INTRODUZIONE

Il tema centrale dell'elaborato proposto è la sostenibilità nel settore vitivinicolo, in particolar modo nella declinazione ambientale del termine. In tal senso, in tutto il primo capitolo, si cerca di chiarire quale sia la diffusione reale e odierna di questo concetto nel mondo del vino, ravvisando come l'evoluzione in questi termini sia molto più accentuata all'estero rispetto all'Italia. Proprio per questo motivo, si spiega il significato pratico di sostenibilità ambientale nel settore vitivinicolo attraverso l'esemplificazione del modello californiano. Molte cose si possono poi fare al fine di ottenere una crescita sostenibile: nell'elaborato si propone di partire da un problema globale qual è il cambiamento climatico, al fine di scegliere delle strategie che possono favorire l'adozione di pratiche sostenibili da un lato, ma che allo stesso tempo rappresentano delle valide opportunità di marketing per le aziende del settore vitivinicolo. Il metodo scelto allora è quello del Carbon Footprint, "Impronta del Carbonio" in italiano, strumento attraverso il quale misurare la quantità di gas serra emessi lungo il processo produttivo del vino.

Al fine di applicare tutto questo, si analizza quindi il caso specifico nazionale del Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore D.O.C.G., dimostrando come oggi sia ancor scarso uno sviluppo realmente sostenibile nell'area individuata. Perlage è un'azienda del distretto che rappresenta una possibile eccezione, adottando da sempre strategie rivolte alla tutela ambientale, tra cui il nuovo calcolatore Ita.Ca., per la misurazione delle emissioni di carbonio associate al processo produttivo. I risultati scientifici di tale strumento saranno elaborati solo nel 2014; qui se ne propone un'anticipazione, indicando così le possibili strategie che l'azienda potrà adottare al fine di continuare la sua crescita in termini sostenibili, rafforzando la sua immagine ecologica presso i consumatori e sfruttando questi risultati come un'opportunità di marketing.

Ora, chiarito il filone logico lungo cui muoversi, si cerca d'individuare gli obiettivi legati ai vari singoli capitoli, sottolineando dove possibile gli eventuali riferimenti bibliografici a sostegno della tesi. Dopo una breve riflessione etica sul tema, nel Capitolo 1.1 si cercano di capire le linee strategiche oggi presenti nel mondo globale del vino, individuando in particolare due filoni prevalenti: il primo legato ai Paesi Europei con un'importante tradizione vitivinicola (Italia, Francia, Spagna) e il secondo legato ai Paesi emergenti, i quali adottano strategie di marketing forte, teso alla soddisfazione di una domanda sempre più orientata verso beni non solo di qualità, ma prodotti con impatti modesti sull'ambiente. Sono queste in particolare le richieste dei consumatori di quei Paesi che prevalentemente importano vino, quali ad esempio Inghilterra e Svezia. Si comprende così come necessariamente la viticoltura deve tendere nel prossimo futuro ad uno sviluppo ecologicamente sostenibile, poiché è il mercato che evolve verso questi valori e li

richiede sempre di più. Per spiegare questi aspetti, ci si avvale prevalentemente di alcuni dati statistici forniti per gli ultimi anni dall'Organizzazione Internazionale della Vigna e del Vino (OIV), ente che da parecchio tempo si preoccupa dei problemi legati al settore vitivinicolo globale.

Si prosegue poi riportando l'esempio della California, uno dei Paesi di recente inserimento della coltivazione del vino, il quale attualmente vede incrementare le sue vendite grazie a delle politiche tese alla tutela ambientale, dimostrata così innanzi al consumatore attraverso la certificazione di sostenibilità. L'obiettivo è dunque la comprensione in termini pratici di questo concetto, individuando i principali problemi che si possono così risolvere in vigneto e cantina. Tra questi è utile anticipare, a titolo esemplificativo, l'utilizzo dei fitofarmaci per la difesa della pianta da eventuali malattie, i consumi eccessivi d'acqua e di carburanti, l'uso d'energia non rinnovabile per il processo produttivo. Sono tutti aspetti sui quali oggi in California si lavora, principalmente attraverso la ricerca e sviluppo di innovazioni tecnologiche capaci di ridurre le emissioni di gas serra che ciascuna singola fase comporta. Si comprende allo stesso tempo la necessità della condivisione nell'intero settore di questi valori. Solo una diffusione ampia delle conoscenze in merito, permette di incanalare i viticoltori verso una crescita sostenibile, in senso economico, sociale ed ambientale. La bibliografia utile a questo scopo è rinvenuta principalmente all'interno del sito web www.sustainablewinegrowing.org, nel quale è possibile disporre di alcuni report che annualmente vengono elaborati dall'organizzazione California Sustainable Winegrowing Alliance, nonché di ulteriori articoli specifici attendibili riguardanti proprio la tematica qui presentata della sostenibilità ambientale.

Il passaggio successivo identifica nel metodo del Carbon Footprint, un chiaro strumento specifico utilizzabile per favorire la diffusione iniziale, o il rafforzamento, della sostenibilità nel settore vitivinicolo. Si parte, infatti, dall'idea diffusa a livello mediatico sull'influenza che i cambiamenti climatici possano avere oggi nelle attività agricole in particolare. In questo senso, il mondo del vino può contribuire attivamente a ridurre la quantità di gas serra emessi nell'aria, sfruttando questa strategia come opportunità di marketing. Si cerca dunque di comprendere quali effetti i cambiamenti climatici possono indurre sui vigneti e quali sono le potenzialità di quest'ultimi nel sequestrare parte del carbonio presente nell'atmosfera. Si comprendono così le possibilità offerte dal metodo del Carbon Footprint, strumento attraverso il quale le aziende possono auto valutare la loro impronta carbonica e dimostrare di anno in anno il loro impegno a ridurla di fronte al consumatore. In questo senso è ancora utile osservare cosa accade a livello internazionale, dove assumono notevole importanza l'International Wine Carbon Protocol e il Bilan Carbon francese. In questo senso si adopera oggi anche l'OIV, al fine di definire delle linee guida e dei principi comuni da seguire nel metodo di calcolo delle emissioni, in particolare attraverso il nuovo

Greenhouse Gas Accounting Protocol. Si anticipa così per concludere la situazione nazionale in merito. In questo caso il materiale utilizzato è vario, prendendo spunto innanzitutto da articoli proposti dalla rivista L'Informatore Agrario, dalle guide alla viticoltura sostenibile proposte dall'OIV, da qualche documento elaborato da VenetoAgricoltura. Risulta utile inoltre la consultazione di alcune riviste internazionali come ad esempio il Journal of Cleaner Production, e di particolari documenti specifici come l'International Wine Carbon Calculator Protocol.

Quanto visto finora, oltre ad indicare il metodo da utilizzare per questo elaborato, rappresenta un esempio fondamentale per il caso specifico individuato nella seconda parte, la denominazione del Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore D.O.C.G.. In questa zona circoscritta di quindici Comuni del trevigiano, infatti, il concetto di sostenibilità è del tutto agli esordi e solo da poco tempo discusso. Nella prima parte del Capitolo 2, si propone un percorso utile a comprendere il rapporto esistente tra le aziende del territorio e l'ambiente, esponendo i vari passaggi fondamentali che alla fine conducono all'ottenimento della D.O.C.G. e ai primi elementi di una possibile crescita sostenibile, quali ad esempio il recente Protocollo Viticolo elaborato dal Consorzio di Tutela. Si cercherà così di comprendere i punti di forza di questo vino locale, soprattutto in chiave strategica per la conquista dei mercati internazionali, in ottica sostenibile. Per quanto riguarda questa parte, il materiale utilizzato si rinviene in particolare in molti articoli della rivista della denominazione (Conegliano Valdobbiadene Terra del Prosecco DOC), nonché nel sito web specifico www.prosecco.it. Alcuni dati statistici sono poi ripresi dai Rapporti Annuali appositamente elaborati dal Centro Studi di Distretto con sede a Conegliano (Treviso). Un buon riferimento è legato infine a due libri specifici: "I terroirs della Denominazione Conegliano Valdobbiadene" e l' "Atlante degli Spumanti d'Italia Metodo Italiano", opportunamente citati nella bibliografia finale.

Il Capitolo 2 prosegue quindi con la descrizione dell'impresa Perlage di Farra di Soligo (TV), modello di sostenibilità per l'intero Distretto del Conegliano Valdobbiadene. L'obiettivo è innanzitutto comprendere come l'azienda individuata viva concretamente l'esperienza biologica e sostenibile, nella prospettiva di ottenere così anche eventuali benefici economici nel lungo periodo. Per quanto riguarda questa parte, ci si riconduce a del materiale trovato nel sito web aziendale o fornito direttamente dall'azienda (tra cui ad esempio l'intervista all'azienda da parte di VenetoAgricoltura – Allegato 3). E' stato possibile inoltre intervistare personalmente il Presidente di Perlage Ivo Nardi, attraverso delle domande mirate utili alla stesura dell'elaborato (vedi Allegato 1). Si conoscono in questo modo le aspettative e motivazioni dell'azienda verso l'adozione dell'Italian Wine Carbon Calculator, strumento basato sul metodo del Carbon Footprint attraverso il quale comprendere innanzitutto la propria impronta carbonica. Partendo poi da alcuni dati statistici

nazionali su questo calcolatore, specificamente forniti dalle riviste L'Informatore Agrario e il Corriere Vinicolo, si creano dei modelli ideali esemplificanti alcune realtà aziendali diverse tra loro.

Sulla base delle conoscenze acquisite, s'ipotizzano così nel Capitolo 3 i risultati che il Centro Studi Sata fornirà nel prossimo futuro a Perlage, suddivisi nei tre ambiti specifici d'impatto e in valore percentuale. L'elaborato propone a tal punto un possibile sviluppo progettuale, volto a comprendere quali siano i punti critici del processo produttivo al fine di migliorarli attraverso opportune strategie ed investimenti. Ciascuna singola proposta è valutata, per quanto possibile, in termini economici ed ambientali, in modo da definire quali siano le priorità da affrontare, anche a seconda della loro fattibilità in termini realistici. Tale progetto finale prevede inoltre la possibilità di creare una linea specifica di prodotto destinato a particolari mercati, al fine di dimostrare il quanto prima possibile l'impegno di Perlage nella riduzione delle emissioni di gas serra; questi nuovi calcolatori fondati sul Carbon Footprint devono, infatti, condurre non solo a dei benefici ambientali significativi, ma diventare al tempo stesso un'opportunità di marketing da concretizzare con dei ricavi economici rilevanti. Solo così si completa adeguatamente il percorso proposto in quest'elaborato. Per quanto riguarda quest'ultima parte, L'informatore Agrario è ancora una volta utile nel fornire dati e informazioni. Al tempo stesso anche la rivista nazionale VigneVini è una buona fonte bibliografica.

Riassumendo quindi, l'elaborato prende spunto principalmente da articoli di riviste tecniche (in particolare L'Informatore Agrario e il Conegliano Valdobbiadene Colline del Prosecco Superiore), nonché libri e rapporti elaborati a livello locale dal Consorzio di Tutela del Conegliano Valdobbiadene o dal Centro Studi di Distretto. Fondamentale per la prima parte è invece l'apporto di documenti internazionali elaborati dalle principali organizzazioni internazionali del settore (OIV) e da articoli tratti dal sito web specifico della viticoltura californiana. Completano, infine, il quadro altre informazioni ricavate da documenti tratti dalla rete.

CAPITOLO 1

LA SOSTENIBILITA' AMBIENTALE E I METODI D'APPLICAZIONE NEL SETTORE VITIVINICOLO

1.1: LA NECESSITA' DELLA TUTELA AMBIENTALE NELLA PRODUZIONE DEL VINO

1.1.1 I VALORI ETICAMENTE CORRETTI NELLE IMPRESE

Gli ultimi anni di studi universitari in Economia dell'Ambiente¹ inducono a comprendere l'importanza di considerare tale aspetto in qualsiasi situazione, quotidianità e comportamento della nostra vita. Un corso di studi universitario come quello intrapreso ha "l'onore" della durata di appena un anno, per poi essere, per cause si spera solamente finanziarie, eliminato, probabilmente anche per la presenza di pochi studenti iscritti. Non è mancata in questo tempo la tesi critica da parte di alcuni colleghi, o di chi spesso chiedeva di che tipo di studi si trattasse, rispetto a quel ramo per loro così scarsamente importante, forse così impropriamente futile. È un semplice e banalissimo esempio critico per incominciare un elaborato che voglia essere strumento per cambiare le cose, per proporre una visione nuova di un'economia troppo spesso legata al denaro, al profitto in sé, al tornaconto personale. È comprensibile ritrovarsi oggi di fronte ad una crisi economico-finanziaria del tutto grave, in cui intraprendere degli studi utili allo sbocco professionale diventi priorità per molti, ma senza dubbio la società, in particolar modo quella italiana, dimostra una mentalità troppo ancorata a vecchi stili, al profitto come unico obiettivo a scapito del resto.

È la filosofia di un percorso iniziato con la Rivoluzione Industriale², alla fine del 1800, particolarmente utile allo sviluppo dei mercati di molti beni, nonché del commercio tra Paesi, con una crescita forte che ha condotto all'attuale società moderna, ricca di beni e servizi. Siamo quindi davvero fortunati a vivere i nostri giorni in quest'arco storico così favorevole, tuttavia i problemi in realtà sono parecchi. Basti guardare a quanti squilibri vi siano al mondo, alla presenza di aree

¹ Economia dell'Ambiente e della Regolazione è stato un corso di studi di Laurea Magistrale dell'Università Ca' Foscari di Venezia attivato solo nell'anno accademico 2011/2012.

² Il termine indica quel processo di crescita economica irreversibile sviluppatosi in Inghilterra tra la fine del XVIII secolo e l'inizio del XIX, il quale si è poi diffuso in tutto il continente Europeo. Il termine Rivoluzione deriva da notevoli cambiamenti nelle tecniche di produzione di beni, in molti settori, grazie all'introduzione di Innovazioni Tecnologiche.

geografiche che consumano molto più di quanto dovrebbero, senza rendersene conto; è oggi così normale disporre di case ampie, ville, giardini, piscine, auto di lusso. Dall'altro lato, invece, c'è chi mangia qualcosa forse ogni tre giorni, vive in condizioni salutarmente precarie, disperso nelle baraccopoli³. Non è una critica alla parte benestante del mondo, la quale ha saputo probabilmente meglio di altri gestire nel tempo le risorse a disposizione, lavorandole, impegnandosi a generare qualcosa di nuovo, utile, innovativo.

Il punto critico, da rilevare, è riconducibile invece alla coscienza forse definibile col termine “deleterio” che l'economia di mercato moderna genera, almeno in un paese come l'Italia. Non solo manca dunque una responsabilità sociale verso gli altri Paesi, ma le distanze e le disarmonie mancano all'interno di una stessa nazione, spesso anche all'interno di una stessa regione, o persino addirittura all'interno di uno stesso distretto economico industriale⁴, come si vedrà in seguito. Vi è un distacco, un gap che nel corso dell'evoluzione economica mondiale si è venuto a disegnare, con diversi gradi, naturalmente in relazione al luogo, tra la concezione puramente profittevole di un'azienda e la responsabilità che essa detiene nei confronti di tutto ciò che la circonda. Qualche passo in avanti forse è fatto, ma la strada è ancora lunga e ricca di sfide.

La seconda parte del ventesimo secolo è caratterizzata, almeno nei Paesi oggi più sviluppati, per un forte impegno lavorativo, fondato su innumerevoli scoperte tecnologiche affidate all'ingegnosità della mente umana; il modello di lavoro e le motivazioni tese a livelli di benessere sempre maggiori offuscano tuttavia il pensiero filosofico teso a salvaguardare contemporaneamente altri aspetti, forse parimenti importanti. Ci si riferisce a valori quali l'interesse sociale, l'ambiente, la salvezza del nostro mondo in termini fisici. D'altra parte l'estasi dello sviluppo giustificatamente conduce la “fetta” ricca dell'umanità a carpire tutto ciò che può essere utile per uscire dalle condizioni di miseria, d'arretratezza. È una mentalità forse del tutto condivisibile se ricondotta al periodo storico in cui è riposta, un'ideologia che non presenta e non tiene conto forse dell'eticità nelle scelte economiche adottate. Che cosa è eticamente corretto in relazione ad un'impresa? C'è da chiederselo oggi, non tanto per una necessità personale dello stesso imprenditore, quanto innanzi alle esigenze di una popolazione sempre più accondiscendente rispetto all'esigenza di un'integrazione tra aspetti prettamente economici e valori sociali e ambientali.

³ Una baraccopoli è un assembramento più o meno vasto di baracche e casupole costruite per lo più con materiali di recupero alla periferia di grandi agglomerati urbani.

⁴ Il distretto industriale nella definizione data da Giacomo Becattini è un'entità socio-territoriale caratterizzata dalla presenza attiva, in un'area territoriale circoscritta, naturalisticamente e storicamente determinata, di una comunità di persone e di una popolazione di imprese industriali. Nel distretto, a differenza di quanto accade in altri ambienti (ad esempio nella città manifatturiera), la comunità e le imprese tendono a interpenetrarsi a vicenda (Becattini G., 2000, “*Il distretto industriale: Un nuovo modo di interpretare il cambiamento economico*”, Torino, Rosenberg & Sellier, pp. 58-59).

Si parte dalla consapevolezza che probabilmente la società raggiunge oggi un grado di scolarizzazione e conoscenza utile a comprendere al meglio come sia necessario adottare dei comportamenti eticamente corretti, i quali non tengano conto solo delle esigenze economiche delle aziende, ma di tutto il contesto in cui queste operano. È dunque la presenza di un maggior livello culturale a fungere da primo input base per lo sviluppo di tale filosofia: l'uomo può imprimerla nella veste di consumatore, esprimendo nuove esigenze nel mercato, come ad esempio si vedrà nel settore dell'agricoltura biologica⁵; l'alternativa può invece essere espressa proprio nei panni dell'imprenditore, qualora egli tenga in considerazione nella formulazione della strategia dell'azienda questi aspetti legati alla società e all'ambiente. Ecco allora il punto da cui si deve partire: la formazione culturale di coscienze aperte alle nuove problematiche, alle necessità ed esigenze odierne, attraverso lo sviluppo di capacità dinamiche nell'affrontare le sfide che la globalizzazione in questi anni propone.

Una volta costituito questo zoccolo duro, bisogna lavorare sull'impresa, grazie ai soggetti scelti a farne parte, creandone una coscienza morale a essa legata che sia unica e condivisa. È poco assecondabile il pensiero utilitaristico⁶, il quale preveda un'intrinseca soddisfazione dell'interesse sociale da parte di un soggetto, semplicemente realizzando i propri obiettivi personali; un'impresa non può pensare di generare interesse per la collettività solo perché, grazie alla realizzazione dei suoi profitti, genera occupazione. Oggi in particolar modo la classe imprenditoriale è chiamata ad andar oltre, poiché la prospettiva etica e morale lo richiede. Questa è da rinvenire nell'opinione pubblica, nel pensare comune che nel corso del tempo si sviluppa. Non sono norme precise, ma sono consuetudini. L'imprenditore sa bene che in un mercato globale sempre più competitivo non può permettersi passi falsi, cioè comportamenti che siano antitetici alle richieste di un consumatore sempre più "intelligente". In tale ottica allora si apre un ampio dibattito sul capire quale sia il limite, al fine di considerare un comportamento aziendale eticamente corretto. È sufficiente che un'impresa si adegui alle normative previste da organismi a essa sovrastanti? O è più giusto e utile sviluppare, oltre a rispettare semplici vincoli impositivi, delle culture aziendali che vadano oltre, per raggiungere anche degli obiettivi sociali e ambientali? Fare impresa non deve essere solo profitto, ma richiede un passo avanti oggi giorno.

⁵ L'agricoltura Biologica indica la produzione sana di generi alimentari in modo sostenibile, sotto il profilo ambientale, sociale ed economico. Fondamentali sono la tutela del suolo e dell'habitat composto dal paesaggio e dagli animali. Questa metodologia si focalizza sull'eliminazione di prodotti chimici di sintesi.

⁶ Tale filone di pensiero è legato ad Adam Smith, secondo cui un soggetto che persegue un interesse proprio, raggiunge automaticamente un beneficio per l'intera collettività, come se vi fosse per antonomasia un'esternalità positiva. In tale prospettiva non si presenta così alcun problema morale innanzi al comportamento tenuto da un'impresa ad esempio.

Gli studi recenti hanno condotto al concetto di Responsabilità Sociale d'Impresa⁷, da ritenere centrale a sostegno di tale tesi, perché esprime chiaramente quale sia il nucleo sul quale le aziende devono concentrarsi. Serve avere ben chiaro nelle varie strategie la centralità di temi quali lo sfruttamento degli ecosistemi locali, la problematica degli agenti inquinanti e del rischio ecologico legato ai cambiamenti climatici globali. Sono problemi non del tutto nuovi, cui bisogna cominciare a dar risposta. La responsabilità d'impresa consiste proprio nel soddisfare tutti gli stakeholder, sensibilizzando l'attenzione generale verso cause più "nobili" del semplice profitto, dal quale non bisogna comunque distogliere lo sguardo. Serve limitare sempre più quel gap creato dalla storia tra aspetti economici e aspetti socio-ambientali. Il risultato deve essere un connubio di potenzialità che permettano di sviluppare contemporaneamente aziende e società civile.

Tutto questo è plausibile possa facilmente essere realizzato nelle aziende di più piccola dimensione, lì dove vi è uno stretto collegamento tra la mission aziendale⁸ e il gruppo di soggetti che la scelgono. È forse più semplice, infatti, prendere decisioni in un contesto con poche menti a confronto, rispetto al caso di una grande assemblea. La diffusione e la comunicazione di una cultura responsabile di fronte ai valori sociali e ambientali è più fluida nelle piccole medie imprese, le quali riescono a trovare una sinergia interna comune fedele all'obiettivo di un benessere per l'intera collettività. Tale scopo non deve però essere ripiegato solamente alla responsabilità sociale delle imprese, ma è ovvio che l'intero contesto sociale deve convergere all'attenzione sui temi considerati, a partire dalla pubblica amministrazione e dagli organismi di governo, i quali con le loro azioni devono sostenere tali politiche favorendone il raggiungimento sulla base della comunicazione, di un dialogo aperto e costruttivo. È al tempo stesso focale il sostegno da parte della comunità rurale, maggiormente colpita nella sua generalità da eventuali esternalità sociali e ambientali negative⁹.

Questa premessa fin qui elaborata, forse un po' lunga e abbastanza filosofica, non è scelta a caso ma anticipa ciò su cui serve più lavorare d'ora in avanti. I vari punti visti saranno ripresi per mano con l'esperienza pratica del caso specifico di Perlage S.r.l.¹⁰, approfondito nella seconda parte. La tesi che si sta disegnando tratta, infatti, una problematica del tutto attuale, individuata in seguito a delle riflessioni nel legame tra economia e ambiente, centrata sull'analisi del settore

⁷ Mio C., 2005, *"Corporate Social Responsibility e sistema di controllo: verso l'integrazione"*, Franco Angeli, Capitolo 1.

⁸ Secondo V. Coda (1988) il concetto evoca non solo l'attività aziendale esercitata, bensì anche la filosofia produttiva da perseguire, individuando significati emotivi. Non solo un movimento razionale dunque, ma anche un'insieme morale interiore nella fase di scelta.

⁹ L'esternalità indica un'interferenza (in questo caso negativa) che un soggetto subisce nella sua sfera economica attraverso un comportamento tenuto da un altro individuo, senza riceverne compensazione. Le esternalità negative sono spesso legate al depauperamento ambientale e paesaggistico legato alle attività produttive (inquinamento atmosferico, scarichi tossici).

¹⁰ Perlage S.r.l. è un'azienda vitivinicola con sede a Farra di Soligo (Treviso), la quale è opportunamente scelta come possibile modello per l'analisi fatta in questo elaborato. Se ne parlerà più avanti. Per ora basti rilevare che il vino da essa offerto nasce da produzione biologica, caso unico all'interno del Distretto del Prosecco Conegliano Valdobbiadene DOCG.

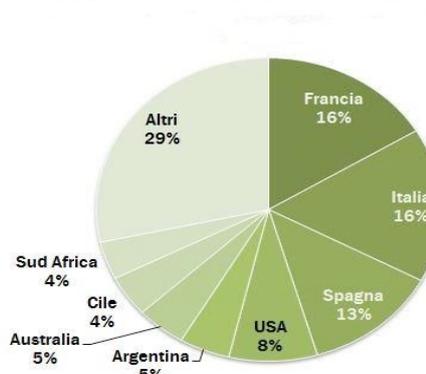
vitivinicolo. Nella premessa si è fatto riferimento a valori etici e a ciò che oggi le imprese, innanzi ai mutamenti socio culturali, dovrebbero fare per essere competitive in un mercato sempre più globalizzato. La responsabilità delle imprese risiede nella consapevolezza che i loro operatori sviluppano in merito a questioni sociali ed ambientali, conseguenza ovvia di una valutazione attenta e realizzata da individui professionali e preparati ad accogliere nuove problematiche.

1.1.2 STRATEGIE INTERNAZIONALI NEL SETTORE VITIVINICOLO

A livello internazionale, questa dinamicità tesa al cambiamento si sviluppa in particolare nei *Paesi del nuovo mondo del vino*¹¹, riscontrando successi sotto molti punti di vista, dal profitto economico, alla salvaguardia ambientale, alla crescita sociale. La critica è allora rivolta al nostro Paese, l'Italia, con ottime potenzialità, tuttavia non appropriatamente sfruttate. L'analisi si concentra su un settore specifico, quello vitivinicolo, uno dei pochi ancora trainanti per l'economia del nostro Paese¹². Si vuole in qualche modo sollecitare molti soggetti coinvolti in questo particolare mercato agroalimentare a non chiudersi in una prospettiva troppo "locale", ma ad apprendere dalle esperienze osservate all'estero qualcosa di utile per vincere la sfida della globalizzazione oggi, ma ancor più in futuro.

L'elaborato non vuole essere motivo di semplice critica, piuttosto strumento per comprendere quale sia la realtà italiana del vino, individuando in un caso specifico locale, un possibile modello da seguire per affrontare le sfide attuali e future. La chiave di lettura data è legata alla considerazione in particolare dell'aspetto ambientale nelle strategie delle imprese vitivinicole, un'opportunità da sfruttare per incrementare la competitività di un settore che ancora oggi in Italia funziona bene e ci vede tra i protagonisti assoluti del mercato globale di riferimento. È importante allora non perdere questa forza, rispondendo bene a quelle che sono le esigenze di un consumatore

FIGURA 1: Produzione Mondiale di vino al 2012



FONTE:

<http://www.inumeridelvino.it/2012/11/produzione-mondiale-di-vino-2012-stime-preliminari>

¹¹ Il termine indica una serie di Paesi emergenti nell'offerta del mercato vitivinicolo, i quali non si distinguono per una produzione storica e tradizionale come Francia o Italia, ma si affacciano solo di recente a soddisfare la domanda internazionale di vino. La loro politica di successo, come si vedrà, è legata molto al marketing teso a carpire le esigenze del consumatore. Fanno parte di tale categoria l'Australia, la Nuova Zelanda, il Cile, l'Argentina, il Sud Africa e gli Stati Uniti.

¹² Se si osserva la classifica odierna datata al 2012 da parte dell'OIV, l'Italia si colloca al primo posto per produzione in milioni di ettolitri di vino. Da un paio d'anni il primato è alternato con la Francia, altra forza importante del settore.

sempre più esigente, per il quale oggi il termine sostenibilità¹³ significa molto. Come si vede nell'immagine precedente (Figura 1), l'Italia si conferma al 2012 nei primi posti per quanto riguarda la produzione del vino, bevanda che da parecchio tempo e per tradizione caratterizza il nostro sistema agroalimentare¹⁴, lo traina, ed è oggi chiamata a sostenere la sua competitività davanti ai *paesi del nuovo mondo del vino*¹⁵. Sul piano internazionale, come si vedrà in seguito, l'offerta sta incrementando in un mercato quasi saturo. Il consumatore da parte sua è sempre più esigente, richiedendo un vino di qualità sempre maggiore. Come accontentarlo nel lungo termine?

I viticoltori italiani ci stanno in parte riuscendo, ma non bisogna abbassare la guardia. La via, la strada o la chiave per restare in pista non è forse da rinvenire in un comportamento responsabile da parte delle imprese valorizzando l'aspetto sociale e ambientale? Questo spinge a scegliere l'analisi proposta, sostenendo come una filosofia che tenga conto di questi elementi anche nel settore vitivinicolo, possa essere corretta per affrontare il futuro. Di fronte ad una crisi economica come quella attuale, serve anche guardare oltre i confini locali, per cercare cosa possa fungere da motore di svolta al fine di crescere tutelando allo stesso tempo le risorse naturali sfruttate, e la salute umana su questa Terra così "limitata".

Chi a livello internazionale adotta le strategie migliori? Quali mosse sono da ritenere più giuste? Non vi è una risposta che possa andar bene in termini assoluti, ma è molto probabile che ogni scelta di mercato adottata sia da valutare in relazione al periodo storico in cui si articola. Un comportamento strategico rivelatosi proficuo e intrapreso qualche decennio fa, potrebbe essere oggi del tutto poco profittevole, incanalando chi lo segue verso una regressione prima di tutto economica. Sono ancora valide oggi le politiche adottate negli anni '50 da paesi di classica tradizione vitivinicola, quali Francia, Italia, Spagna? Se, come visto nella figura precedente, stanno ancora nei primi posti per produzione, si ottiene una risposta affermativa. Gli anni post bellici riferiscono una crescita economica generale in Europa mai vista prima, che vede avanzare nuove scoperte e innovazioni figlie dell'industrializzazione, con il conseguente sviluppo della società del benessere e di molti mercati, tra cui quello del vino¹⁶.

¹³ Il termine ha allo stesso tempo molte declinazioni. Per il consumatore sentire tale parola legata al bene che sta acquistando può suscitare aspetti di vario genere, ad esempio economici, sociali e ambientali. È sempre più forte la percezione del consumatore verso uno sviluppo che non distrugga in modo irreversibile le risorse disponibili, ma che tenga conto della loro limitatezza e del benessere delle generazioni future.

¹⁴ Quello agroalimentare lo possiamo definire come un sistema poiché si caratterizza per la presenza di una serie di attività opportunamente integrate tra loro, che vanno dalla produzione e distribuzione di beni a favore dell'agricoltura, alla produzione delle aziende agricole stesse, al commercio dei beni finali.

¹⁵ http://www.depa.unina.it/depa/WP_7_2005.pdf

¹⁶ La pianta generatrice d'uva fu con ogni probabilità scoperta nelle aree geografiche della Mesopotamia e dell'Asia Minore molti secoli fa; il viaggio di questa nuova scoperta fu rafforzato nel tempo dai Greci e dai Romani che svilupparono ulteriormente le tecniche di trasformazione del frutto. Inizialmente il vino fu una sorta di succo, particolarmente liquoroso e dolce, per questo spesso diluito con acqua. Oggi, invece, grazie allo studio di tecniche che perfezionino il processo chimico della trasformazione dello zucchero in alcool, si è giunti a una bevanda molto complessa, ricca di sostanze che nel processo

Il settore vitivinicolo europeo è caratterizzato in questa sua evoluzione da strategie generalmente legate all'utilizzo di marchi al fine di tutelare il consumatore, riconoscendo nelle singole denominazioni un punto di forza sotto diversi aspetti. Gli appellativi con i quali si riferisce ad una particolare produzione di vino sono spesso legati al territorio d'origine della bevanda stessa, ad esempio per il caso rappresentativo e più comunemente conosciuto dello Champagne. Il consumatore nel tempo si affeziona a certi termini e li collega mentalmente a un territorio, come simbolo di unicità produttiva in relazione alle caratteristiche del bene acquistato. Questa tecnica è opportunamente sfruttata in Europa, proprio per la vocazione del suo territorio, habitat utile alla coltivazione della vite¹⁷. Al tempo stesso l'applicazione di marchi e certificazioni richiede per i produttori una certa autoregolazione, legata all'esistenza di disciplinari di produzione che prevedono vincoli utili a ottenere un prodotto finale dalle qualità organolettiche elevate e riconosciute.

Sono queste un po' le direttive che da parecchio tempo distinguono il settore vitivinicolo in Europa, con una conseguente suddivisione per aree geografiche nelle tipologie di produzione; ogni zona si specializza nel corso del tempo nella varietà d'uva che più s'integra con l'ambiente locale ogniqualvolta considerato. Ecco perché in questo elaborato si sceglie di parlare di un'attività come

TABELLA 1: SUDDIVISIONE GEOGRAFICA DEI SUOLI COLTIVATI A VITE NEL MONDO (MIGLIAIA DI ETTARI)

Continente	Paese	1986-90	1991-95	1996-00	2000	2001	2002	2002/86-90
Africa		380	344	320	343	347	355	-7%
di cui	Sud Africa	100	102	112	124	126	129	+29%
America								
di cui	USA	329	331	376	412	426	415	+26%
	Argentina	259	209	208	201	205	208	-20%
	Cile	124	124	147	174	181	184	+48%
Asia		1422	1404	1459	1543	1590	1610	+13%
Oceania		64	71	117	154	164	176	+175%
di cui	Australia	59	65	106	140	148	159	+169%
	Nuova Z.	5	6	11	14	15	17	+240%
Europa		6110	5507	4995	4911	4911	4785	-22%
Mondo		8852	8134	7760	7875	7875	7876	-11%

**FONTE: Rielaborazione propria da dati del Report 2002 dell'Oiv:
www.oiv.int/oiv/files/4%20-%20Statistiques/.../Stat_2002_def2_EN.pdf**

produttivo entrano sistematicamente in gioco e permettono di ottenere un prodotto vivo, difficile da realizzare, ma tanto buono da bere.

¹⁷ L'Europa è una delle prime zone geografiche d'insediamento della vite, grazie al suo clima temperato, soprattutto nell'area centro-meridionale. Francia e Italia sono i primi paesi di sviluppo di tale attività agricola, grazie alla giusta esposizione dei vigneti alla luce solare e a paesaggi molto variegati, spaziando da luoghi collinari a distese pianure.

quella vitivinicola; è un esempio perfetto per capire il legame tra economia e ambiente, per comprendere quali strategie valorizzare al fine di trarne benefici in entrambi i sensi. Quanto fatto nel corso del ventesimo secolo fa sì che il cuore di produzione del vino si collochi proprio nel Vecchio Continente, in particolare in Francia, Italia, Spagna e Portogallo.

Se si osservano i dati riferiti al periodo 1986-90 sulla superficie coltivata a vigneto, si comprende come l'Europa rappresenta il vertice della produzione con circa sei milioni di ettari, in altre parole il 69% del totale (vedi Tabella 1). Successivamente, la superficie coltivata subisce un calo considerevole, a seguito di diverse problematiche¹⁸. Viceversa, sul piano internazionale, gli altri Paesi sviluppano spesso delle produzioni vitivinicole importanti che favoriscono la crescita del commercio globale del vino. Il quadro generale a livello mondiale si modifica sotto la spinta della globalizzazione economica e sociale: le liberalizzazioni conducono ad un forte incremento della concorrenza in tutti i settori, ovviamente anche in quello del vino. Si affaccia così nella dinamicità di un mercato profondamente internazionale il nuovo mondo del vino¹⁹, capace di dimostrarsi più intraprendente innanzi alle nuove richieste del consumatore.

Di fronte a un vino che negli anni novanta s'identifica sempre più col termine *cittadino del mondo*²⁰, prendono piede nuove strategie per un marketing teso alla soddisfazione della domanda in primis. Siamo davanti ad un mutamento culturale per il quale ciò che si richiede non è più il volume, la quantità, bensì la qualità. Oltre al fatto che questa sia una strategia collocabile geograficamente in certe aree, è utile indicare come solo chi sa intraprenderla, negli ultimi anni continua ad avere successo. Bisogna puntare molto sulle esportazioni, in particolare in quei paesi che non producono internamente vino²¹, ma lo devono acquistare altrove. In questo senso molte imprese australiane adottano delle politiche e programmi tesi a valorizzare l'innovazione, nonché la comunicazione e pubblicità del proprio prodotto. Talvolta ciò permette alle grandi aziende di sviluppare e diffondere marche importanti, riconosciute qualitativamente a livello mediatico grazie a sistemi comunicazionali efficienti, ben in grado di colpire l'attenzione del consumatore. In quest'ottica hanno più fortuna le grandi aziende perché capaci di raccogliere un vasto capitale al fine di fare investimenti mirati e orientati principalmente al marketing: sono diversi i casi a livello globale d'impresе finanziariamente sostenute attraverso capitali esterni al settore considerato, grazie all'intervento positivo di società finanziarie.

¹⁸ All'inizio degli anni novanta si assiste a una sovrapproduzione di vino con un eccesso d'offerta mai visto prima coniugato a un calo considerevole della domanda. Il tutto è legato alla diffusione di nuovi modelli culturali e stili di vita salutistici, spesso tesi a ridurre il consumo di alcool tra i giovani. Inoltre, in quel periodo, si diffondono le prime politiche d'intervento della Comunità Europea, volte a bloccare la costruzione di nuovi vigneti, favorendone l'estirpazione di altri fornendo premi e contributi.

¹⁹ In tale categoria rientrano l'Australia, la Nuova Zelanda, il Cile, l'Argentina, il Sud Africa e gli Stati Uniti.

²⁰ http://www.vinoegiovani.it/blog/wp-content/uploads/2010/10/vino_impriamo.pdf

²¹ Si possono individuare Paesi come la Gran Bretagna, la Norvegia, il Canada e la Danimarca.

Questa richiesta di maggior qualità e minor quantità si denota pure osservando la Tabella 2; dal 2005 in poi è piuttosto generalizzata la riduzione in termini di milioni di ettoltri prodotti nei principali paesi considerati²². Nel complesso come si vede, si passa da circa 280 milioni del 2005 a circa 250 del 2012²³. È una riduzione che non deve far preoccupare l'area specifica del Prosecco analizzata nella seconda parte, tuttavia manifesta come vi sia un mutamento in atto, da comprendere per affrontare meglio il futuro. È questa la prospettiva dell'elaborato qui proposto: indicare una nuova strategia su cui puntare per essere ancora competitivi. Altrove questa soluzione è già in atto e sta funzionando, bisogna capire se anche a livello locale sia fattibile e garantisca successi futuri. Serve concentrarsi sulla soddisfazione di un consumatore sempre più esigente, al fine di vincere la concorrenza oggi più agguerrita sul piano internazionale.

TABELLA 2: Produzione mondiale di vino (hl/milioni)

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011E	2012E
Francia	52.1	52.1	45.7	42.7	46.3	44.5	49.8	40.5
Italia	50.6	52.0	46.0	47.0	47.3	48.5	42.3	40.8
Spagna	37.8	38.1	34.8	35.9	36.1	35.4	33.4	31.5
Germania	9.2	8.9	10.3	10.0	9.2	6.9	9.1	8.9
Portogallo	7.3	7.5	6.1	5.7	5.9	7.1	5.6	5.9
Romania	2.6	5.0	5.3	5.2	6.7	3.3	4.1	4.1
USA	22.9	19.4	19.9	19.3	22.0	20.9	19.2	20.6
Australia	14.3	14.3	9.6	12.4	11.8	11.3	11.1	11.6
Argentina	15.2	15.4	15.0	14.7	12.1	16.3	15.5	11.8
Cile	7.9	8.4	8.3	8.7	10.1	8.8	10.5	10.9
Sud Africa	8.4	9.4	9.8	10.2	10.0	9.3	9.7	10.0
Other	51.9	52.4	55.4	58.1	54.6	51.5	54.1	51.8
Total	280.1	283.1	266.0	269.8	272.0	263.8	264.2	248.2

FONTE: <http://www.inumeridelvino.it/?s=Produzione+dati+oiv>

1.1.3. COSA DEVE AVERE OGGI UN VINO DI QUALITÀ?

È opportuno chiedersi ora, prima di proporre un modello di sviluppo del settore vitivinicolo, cosa voglia il consumatore effettivamente bevendo un calice di vino. In parte, l'analisi proposta potrebbe essere oggi attribuibile a qualsiasi bene di genere alimentare, tuttavia va esposta al fine di giungere al nocciolo del problema.

²² Solamente il Cile rappresenta oggi una situazione di tendenziale crescita, attorno comunque a certi standard massimi per l'area considerata. Come visto nella tabella, la sua produzione si attesta circa sugli undici milioni di ettoltri.

²³ <http://www.inumeridelvino.it/?s=Produzione+dati+oiv>

La prima problematica da affrontare in quest'elaborato riguarda la sostenibilità ambientale nel settore vitivinicolo, tuttavia serve ora capire da dove essa deriva. L'origine è da ricercarsi sicuramente in un mutamento culturale che negli ultimi anni caratterizza la domanda di vino a livello globale. Se prima si consumava parecchio, complessivamente negli ultimi quarant'anni si beve fino a tre volte in meno²⁴. Cosa allora è cambiato? È utile osservare il caso da diversi punti di vista. Probabilmente, come avviene per ogni tipo di bene, vi è un ciclo di vita produttivo che prevede il raggiungimento di una fase di saturazione del mercato; è plausibile che dunque l'offerta sia incrementata notevolmente, riducendo l'attrazione del mercato e favorendo magari la distribuzione di vini non così qualitativamente pregiati. Inoltre, la globalizzazione e lo sviluppo del commercio internazionale provocano un aumento della competitività smisurato. Il consumatore dall'altra parte può essere distratto, navigando tra un'offerta troppo variegata e spesso confusionale.

Il calo globale del consumo di vino non può allora considerarsi il simbolo di una situazione di disagio? Da un lato certamente sì, rilevando un probabile malcontento del cliente che oggi più che mai non cerca la quantità, bensì la qualità. La situazione economica odierna mette leggermente in crisi i dogmi dell'economia di mercato, come se stessimo in una fase di maturità piena, in cui il benessere sociale nei paesi più ricchi fosse all'apice della sua evoluzione. Il calo d'occupazione, l'incremento dei debiti, un'economia che stenta a riprendersi sono segnali che mettono in difficoltà il benessere di molte persone, provocando conseguentemente dei blocchi nei consumi di molti beni, tra cui il vino non è da meno, non essendo un bene di prima necessità. Il consumatore modifica dunque le sue scelte, e il mutamento culturale richiede una maggior qualità del prodotto finale. Sembra quasi un cambiamento storico e per certi versi lo è.

Questo è il seguito di un'evoluzione già preparata al termine del ventesimo secolo, grazie all'incremento delle conoscenze sul vino. Molti, infatti, per passione s'interessano alle modalità di produzione, alle caratteristiche fisiche di tale bevanda. In questo è efficace l'aiuto offerto da ristoratori o sommelier, esperti conduttori nella conoscenza delle diverse varietà, capaci di addestrare le menti più interessate. Ciò contribuisce alla formazione di un consumatore attento, che sa il fatto suo e riesce a distinguere con un sorso la tipologia di vino propostagli. È quindi una figura disposta a pagare di più, purché le sia offerta una qualità superiore, particolare, spesso tipica di una certa area geografica. È un target d'élite in altre parole.

Viceversa, contemporaneamente, il vino diventa però spesso bene d'uso quotidiano destinato a un consumatore medio basso, il quale concentra la sua attenzione sul rapporto qualità-prezzo. È un target poco informato su ciò che consuma, probabilmente incapace di distinguere tra

²⁴ Zanfi A., 2011, *"Atlante degli Spumanti d'Italia Metodo Italiano"*, Poggibonsi, Carlo Cambi Editore.

tipologie specifiche di prodotto. Ci si affida allora nel percorso di scelta a degli elementi che dovrebbero garantire la qualità del vino. Il produttore propone etichette, certificazioni e un bel packaging al fine di conquistare il mercato. La qualità nella mente del consumatore passa, infatti, attraverso due tipologie d'elementi, quelli intrinseci e quelli estrinseci. I primi riguardano le componenti organolettiche di un vino, non comprensibili da parte di chi non è istruito a riconoscerle. Il viticoltore ha spesso a che fare con un consumatore piuttosto disinformato sulle tecniche di produzione, sulle caratteristiche intrinseche di un bene oggi superiore, connubio tra purezza, fascino, complessità, originalità e piacere. Si può giocare così sui valori estrinseci, come ad esempio il design legato alla bottiglia.

Oggi è questo il target di consumatore che più si è diffuso, alla ricerca del gusto, con delle valutazioni qualitative piuttosto soggettive. I vini richiesti devono essere “semplici, accessibili, comprensibili, che soddisfino qualità e garanzia, ma anche il godimento soggettivo, personale, privato, non collettivo e oggettivo. Si beve vino fresco, giovane, moderno, accattivante, emozionale e di più bassa gradazione abbinabile ad una cucina mitteleuropea, così come sudamericana, mediterranea o orientale, ma che esprima sentimenti, emozionalità”²⁵. Ciò che è importante per i produttori, oltre a mantenere ovviamente la qualità intrinseca al vino, è saper comunicare cosa vendono, colpendo in particolar modo le emozioni del consumatore. È questo il valore aggiunto. La domanda impone di sicuro nuovi stili culturali di alimentazione, ma allo stesso tempo si fa guidare da etichette, pubblicità, figure e disegni che evocano ricordi e sensazioni buone. L'esempio più utile in riferimento è proprio legato al settore vitivinicolo. Il paesaggio, come si vedrà in seguito, è praticamente l'elemento base su cui puntare oggi l'attenzione nelle politiche di marketing. Bere vino non è solamente un piacere pratico, ma è ricordo mentale di un territorio naturalistico bello e talvolta ben conservato. Lo dimostrano oggi i numerosi marchi diffusi anche in Italia, come ad esempio i vari IGT, DOC, DOCG²⁶. Sono elementi che legano la tipicità di una particolare produzione agricola e alimentare a una certa area geografica.

Proprio da qui parte l'origine del concetto di sostenibilità, tramite la crescita dell'importanza che il consumatore recentemente dimostra nei confronti dell'ambiente e del territorio in cui opera. La qualità dei beni, in particolare di quelli agroalimentari come il vino, passa allora da un maggior interesse dell'uomo per l'ambiente in cui vive e per la sua salute. L'etichetta, il marchio e la certificazione servono proprio a garanzia di questo. Ecco allora perché si sceglie il vino come

²⁵ Zanfi A., 2011, *“Atlante degli Spumanti d'Italia Metodo Italiano”*, Poggibonsi, Carlo Cambi Editore, pp. 73-74.

²⁶ Sono le famose sigle con le quali oggi s'identificano e si distinguono vari beni tra cui il vino. I più pregiati sono quelli con l'indicazione Denominazione di Origine Controllata e Garantita, sui quali ricadono controlli piuttosto rigorosi che garantiscono la qualità, la provenienza attraverso la numerazione precisa delle bottiglie. L'elemento distintivo di questa sigla è proprio l'aspetto di unicità legato al territorio d'origine, elemento risaltato spesso dal nome poi attribuito al prodotto finale stesso. Nell'ordine d'importanza ci sono poi la Denominazione di Origine Controllata e l'Indicazione Geografica Tipica, che via via presentano dei disciplinari di produzione meno restrittivi, ma comunque significativi nel controllo della qualità.

tematica: è un buono strumento attraverso cui parlare di sostenibilità, in particolare nel legame tra economia e ambiente. Innanzi alla riduzione globale nei consumi di vino, serve una risposta che perseguiti le nuove necessità del consumatore: egli richiede un buon rapporto qualità-prezzo in primis, ma anche la considerazione di aspetti ambientali e sociali. Sono così vincenti quelle imprese che sanno cogliere tale sfida, comunicando in modo opportuno il loro interesse per tali tematiche, svincolandosi dal puro profitto economico.

Le aziende hanno dunque una grossa responsabilità per il futuro, in particolare quelle agricole, profondamente collegate allo sfruttamento di risorse naturali limitate. Bisogna comprendere che una strategia di questo tipo non è utile solo al consumatore, bensì anche al produttore. Le attività agricole entrano per forza di cose in gioco con l'ambiente, il quale è piuttosto limitato e fragile. Se si vuole continuare a trarne benefici economici, è allora opportuno tutelarlo e salvaguardarlo. Inizialmente questo può comportare dei costi maggiori, tuttavia il risultato finale nel lungo termine è sicuramente positivo, offrendo alle generazioni future le stesse opportunità di cui oggi disponiamo.

È questa l'anteprima che conduce al concetto di sostenibilità. Il tema non è così recente, anche se purtroppo ancora oggi si fatica ad applicarlo. Sul piano internazionale, il concetto di *sviluppo sostenibile* è per la prima volta menzionato nel Rapporto Brundtland²⁷ del 1987, quando esso si afferma come la crescita del benessere delle popolazioni attuali, senza compromettere le opportunità delle generazioni future di potere raggiungere lo stesso livello. Questo potrebbe non realizzarsi in una previsione di lungo periodo a causa delle fragilità del mondo in cui viviamo, dell'esauribilità delle risorse naturali che offre, dell'inquinamento esercitato dalle attività antropologiche sullo stesso. La sostenibilità indica però diversi aspetti, o meglio è declinabile in alcune connotazioni. Si può, infatti, parlare di sostenibilità economica qualora un'impresa sia capace di autofinanziarsi nel tempo, garantendo profitti nel lungo periodo. Viceversa si può ragionare in termini sociali. Garantisce stabilità quell'organizzazione che produce effetti positivi sull'intera collettività, generando un alto grado d'occupazione lavorativa ad esempio. Infine, la sostenibilità può riguardare l'ambiente, in termini pratici attraverso l'uso attento e misurato di risorse naturali per l'esercizio delle attività umane. È quest'ultimo il tema sul quale l'elaborato si concentra, applicandolo al settore del vino.

Come e quanto i viticoltori mondiali sono attenti a tale problematica? Cosa stanno facendo a tale scopo? Quali strategie sono adottate? Cosa può imparare dagli altri Paesi il nostro, in

²⁷ Il termine è preso dal cognome del presidente della commissione che nel 1987 si dedica nel Rapporto a individuare il legame tra ambiente e sviluppo. È una delle prime volte nella storia in cui si dimostra attenzione a livello internazionale per la limitatezza delle risorse terrestri. Sono le prime basi per uno sviluppo sociale sostenibile, in cui individuare i primi paletti utili per evitare la distruzione fisica del nostro pianeta.

particolare l'area del Prosecco? Sono queste le domande cui si propone di dare risposta, nella consapevolezza di comprendere però fin da subito cosa significhi sostenibilità ambientale, in particolare nel settore vitivinicolo. Anticipando un attimo i risultati, si vuole ottenere un confronto tra quanto è fatto all'estero e quanto è fatto in Italia, in particolare nella zona locale del Prosecco. Esempi di cosa significhi sostenibilità ambientale ci giungono da Australia e Nuova Zelanda, lì dove diverse aziende vitivinicole realizzano modelli strategici di marketing aggressivo attraverso innovazioni tecnologiche utili a ridurre i consumi energetici, a limitare profondamente l'inquinamento e a riciclare il più possibile. Lo scopo di tali aziende non è più solo l'utile, ma il rispetto ambientale e l'equità sociale diventano elementi strategici nella programmazione d'impresa.

La sostenibilità richiesta oggi da un consumatore sempre più esigente, è allora per le aziende un punto di forza cui principalmente puntare in un mercato internazionale via via più competitivo. La validità di tale teoria è confermata dalla conquista di potere di mercato da parte delle imprese appartenenti al *nuovo mondo del vino*. Ciascun'impresa deve riuscire a diffondere nel suo interno la coscienza viva della tutela dell'ecosistema, per trarre benefici sotto tutti i punti di vista. Il percorso della sostenibilità non dev'essere visto come un vincolo, una regola imposta da rispettare, bensì come un'opportunità che al tempo stesso permette di incrementare i profitti, salvaguardare l'ambiente e creare benessere sociale per il mondo intero. In un futuro non molto lontano, l'aspetto ecologico diventerà probabilmente il principale attributo cui il consumatore porrà attenzione per scegliere che tipo di vino acquistare: siamo di fronte ad un target di mercato a maggioranza poco esperto sulla qualità organolettica, il quale ricerca solitamente tale bevanda nei supermercati e l'etichetta o il simbolo che ne identifica il rispetto ambientale colpiscono subito l'attenzione.

Allo scopo di tutelare gli interessi del settore vitivinicolo, molti organismi internazionali si adoperano negli ultimi anni per ricercare e studiare nuove tecniche colturali in grado di migliorare l'habitat naturale della vite, cioè il vigneto. Nascono così nuovi concetti come agricoltura conservativa²⁸, produzione integrata²⁹ e viticoltura sostenibile. Quest'ultima indica "l'approccio globale commisurato ai sistemi di produzione e di trasformazione delle uve, associando contemporaneamente la longevità economica delle strutture e dei territori, l'ottenimento di prodotti di qualità, la presa in considerazione delle esigenze di una viticoltura di precisione, dei rischi legati

²⁸ Questo concetto nasce dalla Food and Agriculture Organization (FAO) ed indica un termine valevole per tutto il settore agricolo. Esso esprime la volontà di sviluppare pratiche che sappiano ottimizzare l'uso delle risorse naturali imponendosi delle regole opportune a tale scopo. Questa definizione tocca da vicino anche il settore vitivinicolo, lì dove in vigneto si deve coscientemente ridurre al minimo l'incisività che la lavorazione può provocare sulla composizione organica del terreno, garantendone così una buona struttura utile all'infiltrazione puntuale dell'acqua con un grado minimo di dispersione.

²⁹ Tale termine è espresso nel 1996 dall'International Organization for Biological Control ed esprime l'opportunità di utilizzare metodi di produzione non impattanti sull'ambiente, evitando così effetti gravi legati all'uso di sostanze chimiche sul sistema ecologico e sulla salute dell'uomo.

all'ambiente, alla sicurezza dei prodotti, alla salute dei consumatori e la valorizzazione degli aspetti patrimoniali, storici, culturali, ecologici ed estetici”³⁰.

L'obiettivo da parte di queste organizzazioni, in particolare dell'OIV³¹, è di fornire al mondo del vino delle linee guida per sviluppare dei percorsi produttivi in armonia con la tutela ambientale. È utile partire proprio da organismi così esterni e neutrali. Sta poi ai singoli Paesi o aree geografiche vocate concretizzare tali prospettive attraverso la più ampia collaborazione fra tutti gli stakeholder coinvolti. Il punto di partenza è sicuramente un buon contesto sociale, in cui tutti i soggetti presenti abbiano ben chiari gli obiettivi comuni e remino dalla stessa parte. La formazione, la conoscenza e l'apertura al mondo sono utili elementi allo sviluppo dell'innovazione tecnico-scientifica, al fine di elaborare pratiche enologiche sostenibili e soprattutto condivise.

Il concetto di viticoltura sostenibile visto ricorda l'accezione prettamente tridimensionale, individuando obiettivi economici, ambientali e sociali da raggiungere contemporaneamente. Qui ci si concentra in particolare sul connotato ecologico del termine, tuttavia non dimenticando che al fine di realizzare una sostenibilità “piena”, servono anche gli altri due aspetti.

³⁰ <http://www.oiv.int/oiv/info/itresolution>

³¹ L'abbreviazione OIV indica l'Organizzazione Internazionale della Vigna e del Vino, la quale sostituisce dal 3 Aprile 2001 il vecchio Ufficio Internazionale della Vigna e del Vino (costituito nel 1924 da Francia, Portogallo, Lussemburgo, Italia, Spagna, Grecia, Ungheria e Tunisia). Fin dalla sua origine quest'organizzazione si occupa di rispondere alle esigenze del settore vitivinicolo, grazie soprattutto a un'ampia partecipazione che vede oggi coinvolti ben quarantaquattro Stati da tutti i continenti. È un organismo intergovernativo di ricerca tecnica e scientifica, cui è affidato il compito di guida principale su scala globale di un settore agricolo così importante. L'OIV si occupa di dare così risposte innanzi al mutamento culturale della domanda di vino, predisponendo nuove normative raccolte in opportuni codici, riferimenti utili per tutti i Paesi membri. Nell'ultimo decennio in particolare, tale organizzazione si adopera per garantire la sostenibilità in viticoltura, attraverso ricerche e studi per scoprire nuove tecniche colturali orientate alla diffusione di comportamenti ecocompatibili non solo in vigneto, ma anche in cantina: le norme emanate devono condurre a un atteggiamento che combini al progresso viticolo anche il rispetto ambientale. Culmine di queste analisi sono i tre piani strategici finora elaborati, nei quali si riconosce una progressiva tendenza a considerare la sostenibilità come un'enorme opportunità per il settore. Tali progetti sono elaborati e risaltano le proposte fatte da gruppi di esperti e commissioni in merito alle conoscenze fino a quel momento garantite, nonché le nuove prospettive d'analisi future.

1.2: IL MODELLO CALIFORNIANO COME ESEMPIO DI VITICOLTURA ECOLOGICAMENTE SOSTENIBILE

1.2.1 UNA FILOSOFIA CHE COINVOLGE TUTTI I VITICOLTORI

Finora si è discusso di sostenibilità in termini prettamente astratti, individuandola come una necessità richiesta dal consumatore, al fine di restare competitivi nel mercato; d'altro canto essa dev'essere considerata anche come una grossa opportunità per gli imprenditori, qualora fossero in grado di sfruttarla con politiche di marketing adeguate. Il beneficio finale è dunque economico, sociale e ambientale. In termini pratici però, cosa significa sostenibilità nel settore vitivinicolo? Per non offrire un'esposizione troppo teorica esprimendo così dei concetti poco concreti, si propone in questa parte di osservare e analizzare la situazione produttiva nella regione della California (USA), area particolarmente vocata nell'insediamento moderno del vigneto. L'analisi permette dunque di comprendere quali atteggiamenti, quali comportamenti possono rientrare nella sfera della sostenibilità ambientale, valutandone la conformità ai principi fondamentali espressi dalle principali organizzazioni internazionali, prime fra tutte l'OIV e la FIVS³². Si comprende così cosa significa tutelare l'ambiente in cui si opera, sia a livello di vigneto sia di cantina. Allo stesso tempo queste considerazioni sono utili per comprendere quanto è oggi sviluppato all'estero sotto questo profilo, guardando a questo come possibile modello di sviluppo per la viticoltura del Prosecco. Il confronto è esposto nella parte conclusiva della tesi, al fine di individuare i deficit che esistono tra la nostra realtà locale e le altre più evolute sotto questi aspetti.

È importante precisare che quanto esposto è la realtà, tuttavia bisogna osservarla con occhio critico, indicando gli elementi che si vedono come obiettivi forse non ancora raggiunti. È l'identificazione di un modello ideale cui tutte le aree vitivinicole del mondo dovrebbero perseguire. È la ricetta per una crescita tridimensionale sotto il profilo economico, ambientale e sociale. La sostenibilità è così compresa in termini pratici.

³² La FIVS è una federazione mondiale utile al servizio dell'industria vitivinicola, della birra e dei liquori. Essa ha sede dal 1951 a Parigi e promuove gli interessi dei settori delle bevande alcoliche, a livello internazionale. Quest'organizzazione è oggi in prima linea per la tutela di programmi di sostenibilità ambientale, diffondendo principi validi a tal fine. Sotto il profilo vitivinicolo essa collabora spesso con l'OIV al fine di tracciare criteri seri da porre in essere. Lo sviluppo sostenibile deve coniugare in primis obiettivi economici, sociali e ambientali. Serve diffondere una filosofia di mutamento dinamico volto a soddisfare in continuo le esigenze del mercato globale. Sono così utili strumenti tesi a premiare l'autovalutazione da parte dei produttori, sulla base dei rischi ambientali che le loro attività possono generare. Serve riconoscere che senza una base legata al territorio non si va lontano: le risorse naturali che entrano in gioco nel vigneto vanno opportunamente valorizzate. È così per la gestione accurata delle risorse idriche, per l'inquinamento atmosferico, per la tutela delle sostanze organiche presenti nel suolo, per il riciclaggio di quanto scartato.

La California è un'area geografica di recente costituzione vitivinicola, tanto da far considerare gli Stati Uniti d'America come un *Paese del nuovo mondo del vino*³³. Ciò implica che le strategie adottate in tale regione siano particolarmente moderne, innovative. Lì dove, infatti, non vi è una tradizionale storia legata alla produzione del vino (come in Europa ad esempio), si diffondono politiche di vendita legate al marketing forte, capace di assecondare in tutto e per tutto le nuove esigenze del consumatore. Ci si affida meno allora all'unicità territoriale in cui il vino è generato, per rispondere invece ai nuovi bisogni umani, in particolare alle richieste ecologiche. Ecco allora che dagli Stati Uniti parte una nuova moda utile alla conquista di nuovi mercati: in California si produce circa il 90% del vino americano, confermando così la vocazione ambientale che ne fa della regione un punto di forza, grazie a ideali condizioni climatiche che la portano a essere definita come “ Il Mediterraneo del Nuovo Mondo”³⁴.

La forte crescita di tale produzione prende forma qui solo negli anni sessanta del novecento, grazie alla presenza iniziale d'imprenditori volenterosi a scoprire novità, tecnologie, attraverso lo studio di efficienti pratiche enologiche. Nel tempo le zone specializzate nella produzione del vino si espandono, raggiungendo oggi quasi duemila chilometri quadrati. Le varietà coltivate sono poco autoctone³⁵, e tendono ad essere più internazionali: la California è oggi sede per la produzione dei più conosciuti vini a livello globale, sia bianchi che rossi³⁶.

Oltre all'enorme crescita che colloca gli USA nel 2012 all'8% circa della produzione mondiale (vedi Figura 1 pagina 19), ciò che preme essere osservato è questo nuovo stile, questa nuova moda; essa non contraddistingue solo la California, bensì anche Australia, Nuova Zelanda, e Sud Africa ad esempio. Sono questi i Paesi che oggi meglio rispondono alle richieste delle diverse organizzazioni internazionali del settore: cercare e definire tutte le strategie possibili per ottenere una viticoltura sostenibile. Molti operatori vitivinicoli californiani comprendono adesso meglio di altri la ricetta, tanto è vero che si pongono tra i primi

**FIGURA 2:
CALIFORNIA**



FONTE: www.diwinetaste.com

³³ In tale categoria rientrano l'Australia, la Nuova Zelanda, il Cile, l'Argentina, il Sud Africa e gli Stati Uniti. Sono Paesi che non dispongono di un'antica specializzazione in questa attività agricola, tuttavia esprimono oggi strategie utili per conquistare parte del mercato vitivinicolo.

³⁴ <http://www.diwinetaste.com/dwt/it2004032.php>

³⁵ L'unica varietà del posto è lo Zinfandel, considerato uno dei vini più antichi della California; si pensa comunque che tale varietà abbia origini antiche e possa provenire forse dalla Dalmazia.

³⁶ Cabernet Sauvignon e Chardonnay sono le uve più presenti; seguite da Pinot Grigio e Bianco, dal Viognier e altri.

obiettivi quello di essere riconosciuti come Paese leader nella diffusione di una produzione vitivinicola responsabile, eticamente corretta. È forse presunzione? Non è credibile, anzi può sicuramente essere un buon punto di partenza cui ambire. Hanno forse compreso qual è il loro punto di forza su cui concentrarsi: il nuovo mercato internazionale del vino lo richiede, cerca una bevanda sempre di maggior qualità, ma contemporaneamente amica dell'ambiente. Pensare che un vino nasce in un territorio ben conservato, migliora anche solo inconsciamente la qualità percepita dal consumatore. Non è detto che poi quel vino sia concretamente migliore in termini organolettici, ma intanto è venduto.

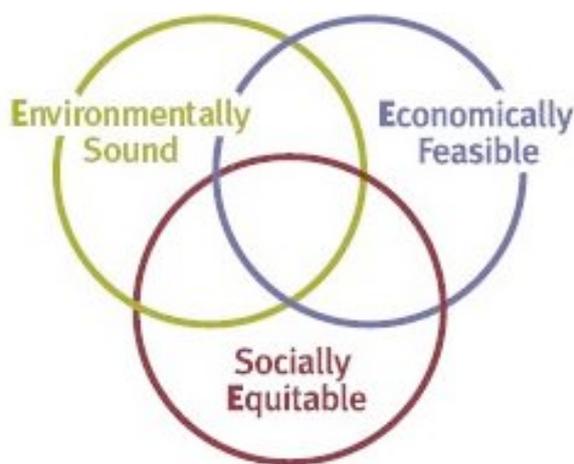
L'aspirazione a diventare leader sotto questo profilo è dunque focale, e risalta l'opportunità di usare la sostenibilità come elemento per generare contemporaneamente profitti e crescita del benessere sociale. Questa logica va sempre tenuta ben presente ed è quanto emerge anche in California, dove la tridimensionalità del concetto è ben esaltata nelle tre declinazioni proposte: Environmentally Sound, Socially Equitable, Economically Feasible (Figura 3). La sostenibilità in qualsiasi campo si

raggiunge attraverso azioni concrete che contemporaneamente offrano la soddisfazione ecologica, sociale ed economica³⁷. Questa regione non pensa quindi solamente a tutto questo in termini idilliaci, bensì negli ultimi anni lo sforzo teso a mettere in pratica tali prospettive è enorme. La volontà non è solo legata al rispetto di semplici norme obbligatorie, ma si vuole diffondere una nuova filosofia di vita capace di permeare nel profondo l'opinione pubblica, costruendo una società eticamente responsabile di fronte alle generazioni future. Ecco cosa significa sostenibilità ambientale.

Partendo da queste basi, gli anni novanta sono l'inizio della diffusione di una coscienza responsabile nella gestione della viticoltura californiana. Si crea così, come giusto che sia, una sorta di associazione capace di coinvolgere nel tempo sempre più soggetti del settore, la cosiddetta

FIGURA 3:

Le tre prospettive di sostenibilità:



Fonte: www.sustainablewinegrowing.org

³⁷ Questo concorda col principio FIVS secondo cui i programmi di sostenibilità ambientale devono integrare allo stesso tempo prospettiva economica e sociale.

California Sustainable Winegrowing Alliance³⁸. È sicuramente la base giusta da cui partire: creare un gruppo unito di soggetti che abbiano a cuore un interesse comune quale la tutela della viticoltura americana e la sua crescita. L'originalità che in tale zona si può riscontrare nella piuttosto facile comprensione della problematica da parte dei viticoltori, cosa che, è difficilmente osservabile in Paesi europei come l'Italia. È probabilmente una questione di mentalità, molto aperta alle novità in California. Tuttavia è presumibile pensare che un ruolo centrale e fondamentale sia esercitato in quest'area dalle istituzioni.

Quell'Alleanza conduce negli anni più recenti a una vera e propria rivoluzione verde in California, dove tutte le operazioni dovrebbero tenere ben presente l'obiettivo di garantire queste produzioni illimitatamente. Il tutto si materializza nel 2002, quando la comunità dei viticoltori incide per iscritto un programma di sostenibilità, definito California Sustainable Winegrowing Programm³⁹. La sostenibilità non è più solo parole dunque, ma rientra nei progetti attuali della collettività. Per realizzarla servono opportune azioni concrete intraprese in seguito a decisioni comuni, condivise, discusse. Ecco perché è giusto ritenere quello Californiano come un esempio utile e originale. La programmazione serve non solo a chi la predispone, ma è utile anche verso l'esterno, verso quel consumatore internazionale di vino che richiede anche sostenibilità. Serve che i produttori dimostrino concretamente il loro impegno, teso a offrire sempre un vino di qualità, amico dell'ambiente allo stesso tempo. Con un programma così, molti degli operatori vitivinicoli californiani dimostrano di essere tenaci nei loro intenti, trasmettendo quest'emozione all'esterno, sicuri di poter vincere le sfide attuali di mercato. Ci si danno regole da rispettare, capaci di vincolare alla realizzazione di pratiche enologiche sostenibili. Punto fondamentale è la comunicazione, lo scambio d'informazioni con lo scopo di diffondere rapidamente nuove tecnologie e innovazione. Si devono eliminare contrasti e singole individualità che poco favoriscono un gioco di squadra.

In questi anni è di continuo auspicio l'incremento dell'adesione all'Alleanza Californiana, proponendo ai singoli operatori, linee guida adatte alla diffusione di un'ampia coscienza ambientale. Sono organizzati così eventi e manifestazioni coinvolgenti in cui si vuole non solo trasmettere dei programmi, ma una vera e propria nuova filosofia. È questo il punto base. La tutela dell'ambiente non dev'essere un peso, uno sforzo per il viticoltore; è invece auspicabile che diventi uno stile di vita, capace di permeare ogni azione della quotidianità. In termini pratici tutto questo è pensato in California proponendo spesso come metodologia di verifica l'autovalutazione. Ciascun soggetto, in questo caso viticoltore, deve capire che è responsabile in primis del vigneto in cui

³⁸ È un'organizzazione senza scopo di lucro, che incoraggia l'adozione di buone pratiche di viticoltura sostenibile.

³⁹ Anche questo è in linea con i principi internazionali. Si conviene, infatti, sulla necessità di darsi dei programmi per sviluppare la viticoltura sostenibile, piani da seguire per rendere coerente l'impegno verso obiettivi prefissati.

opera. E questo riesce a dimostrarlo solo se è capace di una reale autocritica. Attraverso il Sustainable Winegrowing Programm si propongono degli standard medi elevati di eco-sostenibilità, meglio elencati all'interno di un vero e proprio Codice di Viticoltura Sostenibile⁴⁰. Ciascun viticoltore può dunque fare un'autovalutazione per comprendere al meglio il suo grado o livello di amicizia all'ambiente. È questa la logica giusta. Non serve a niente proporre dei semplici vincoli da rispettare, ma è utile incrementare la volontà dei viticoltori a crescere in modo eticamente corretto.

A tale scopo la comunità viticola californiana propone un mezzo comune a molti settori, ossia la certificazione di sostenibilità in questo caso. È probabilmente l'apice cui un sistema ben organizzato dovrebbe tendere. Tuttavia serve rilevare come sia opportuno costituire una buona certificazione, valida e ben controllata da un soggetto esterno oggettivo. Qualora questo si verifichi, essa diventa un mezzo strepitoso dal punto di vista comunicativo. Non a caso è spesso utilizzata per i beni agroalimentari, non solo in termini ambientali, ma anche per tutelare la qualità e sicurezza del prodotto, innanzi al consumatore. Qui in California c'è di più. Una certificazione controllata sulla sostenibilità, la Certified California Sustainable Winegrowing (CCSW)⁴¹. Gli obiettivi sono talvolta chiari e tesi a favorire una miglior trasparenza comunicativa, nonché proporre pratiche enologiche più appropriate. Il principio base cui vigilare è il miglioramento continuo del percorso produttivo. Questo passa attraverso la conoscenza delle proprie capacità e delle proprie esternalità. È un settore veramente legato all'ambiente quello vitivinicolo. L'impatto che tale attività genera si misura attraverso la valutazione del rischio ambientale. Il 70% dei viticoltori californiani adotta così tali tecniche di autovalutazione⁴². Ciascuno deve valutare in termini numerici quanto è il suo impatto ecologico, confrontandosi con l'operatore medio proposto dall'Alleanza.

La certificazione è dunque il sigillo finale che contempla l'adozione di alcuni strumenti necessari al raggiungimento dell'obiettivo comune, la sostenibilità in tutti i sensi. "As a family-owned winery, certification supports our intention to be here for the long term and ability to make great quality wine. We hope to motivate others by our example so we can help to entire industry forward"⁴³, afferma un viticoltore della California. L'aver inserito la certificazione promuove notevolmente la volontà di lavorare secondo una filosofia ecologica profonda. Tuttavia questo strumento non deve essere un punto d'arrivo, ma uno stimolo a proseguire verso la strada intrapresa. Come detto, il miglioramento deve essere continuo, permettendo l'instaurarsi di un

⁴⁰ Il Codice ha l'intento di aiutare i viticoltori a scoprire il livello di sostenibilità ambientale della loro attività. In particolare esso è articolato in vari capitoli, comprendenti un sistema integrato capace di aiutare alla misurazione delle pratiche enologiche in termini di rischio ambientale. Questo codice definisce ad esempio alcuni parametri chiave cui far riferimento, come il consumo d'energia, l'uso d'acqua e le emissioni inquinanti.

⁴¹ <http://www.sustainablewinegrowing.org/>

⁴² <http://www.sustainablewinegrowing.org/docs/CCSW%20Certification%20Program%20Guidebook-3rd%20Ed%20Code%20-%20Feb%202013.pdf>

⁴³ <http://ebookbrowse.com/cswa-certification-spring-2010-pdf-d237129156>

circolo virtuoso illimitato. Il tutto parte dalla comunità, quindi dalla condivisione dell'obiettivo e dalla formazione di un gruppo coeso che sa ciò che vuole raggiungere. Condividere, aiutare e collaborare fa crescere qualsiasi settore economico in cui questi valori sono insiti.

La California ha costruito innanzitutto questo. Poi si è compreso come sia necessario affidare al singolo viticoltore la responsabilità di individuare da solo i propri errori, le sue negligenze. In tale prospettiva ciascuno valuta in termini numerici il suo distacco dal livello medio di comportamento responsabile individuato nel Codice di Viticoltura Sostenibile. Da questo devono uscire dei report capaci di dimostrare i punti critici dell'attività produttiva, in modo che il viticoltore capisca dove deve intervenire, programmando delle azioni mirate e precise. La certificazione, infine, è utile innanzi al consumatore per l'immagine garantita del prodotto, ma soprattutto perché prevede dei vincoli via via nel tempo sempre più restrittivi cui sottoporsi. Nel frattempo gli organismi preposti devono continuare a predisporre eventi, corsi di formazione a pratiche sostenibili, relazioni su nuove tecnologie e così via. La filosofia deve dunque permeare sempre più nel tessuto sociale del settore, ed è questo quanto pare avvenga in California.

Questo è il contesto reale utile per lo sviluppo di tale filone ideologico. In quest'area il punto di forza è riconducibile al connubio certificazione - autovalutazione. Molti studiosi, infatti, criticano spesso e pesantemente l'attendibilità e il funzionamento dello strumento certificazione. Esso a volte è ritenuto poco chiaro e semplicemente un mezzo d'adeguamento a dei vincoli. È utile dunque abbinare a tale strategia anche l'autovalutazione da parte dei singoli produttori, come discusso. L'industria vitivinicola californiana diventa quindi non solo un esempio per tutti gli altri settori economici americani, ma anche per i *Paesi del vecchio Mondo del vino*⁴⁴.

In Europa scarseggiano, infatti, strategie di questo tipo un po' in tutti i settori. Probabilmente il motivo risiede in un'economia di antica tradizione, già profondamente radicata, che ha permesso nei decenni scorsi di raggiungere volumi produttivi economici enormi. In Italia, come si vedrà, il Prosecco è un vino che oggi sa ben affrontare le sfide concorrenziali internazionali, garantendo profitti in crescita anche negli ultimi anni di recessione economica generale. Passi in avanti da un punto di vista ambientale ce ne sono anche qui, tuttavia il tema della sostenibilità è ancora poco diffuso, come se fosse visto in termini di pericolo per la crescita futura.

Invece, quello che si vuol comunicare in quest'elaborato, indica nella sostenibilità lo strumento opportuno per incrementare ancora i propri successi. Parlare dunque del modello californiano significa proporre una nuova strategia all'Italia e all'Europa stessa. La sfida è tesa a far coesistere l'antica tradizione vitivinicola legata alla vocazione territoriale nella sua unicità, e le

⁴⁴ Di questa categoria fanno parte Paesi europei come Italia, Spagna, Francia, Portogallo.

azioni volte a salvaguardare al tempo stesso l'ambiente, magari proprio attraverso la proposta di programmi e certificazioni adeguate. Il risultato dev'essere impegnativo da raggiungere, ma contemporaneamente avvincente. Si deve imparare dal cosiddetto nuovo mondo, senza chiudersi in limitazioni mentali poco produttive, che nel tempo rischiano di far perdere terreno nei mercati internazionali.

I viticoltori californiani hanno oggi un'ampia conoscenza in merito agli effetti negativi che possono generare sull'ambiente. La certificazione aiuta loro però a promuovere l'industria complessivamente, sensibilizzando allo stesso tempo il consumatore su tematiche così eticamente corrette. "We want an environment that sustain itself, so we knew certified sustainable winegrowing was the right thing to do"⁴⁵ è la filosofia giusta, confermata dai viticoltori americani. Un ambiente che sia capace di rigenerarsi senza morire indifeso, sostenuto da un comportamento umano adeguato. La certificazione è lo stimolo annesso, anche se presenta delle difficoltà nell'adozione, richiedendo il rispetto di criteri sempre più rigorosi. Essa è opportunamente garantita solo in seguito ad un percorso di autovalutazione solitamente della durata di un anno, nel quale l'azienda deve saper dimostrare il suo impegno critico nel riconoscere gli aspetti negativi del suo lavoro.

Tutti gli operatori devono continuamente vigilare i loro stessi comportamenti, garantendo oggettività e impegno assiduo nel raggiungere l'obiettivo stabilito. La sostenibilità ambientale in vigneto richiede tutto questo. Lì dove queste basi propedeutiche non ci sono, è difficile che ciò si diffonda ed è dunque importante partire dalla mentalità sociale, dalla comunicazione dell'obiettivo come opportunità per crescere, lo richiede innanzitutto il mercato. Il modello californiano è comunque da prendere con le pinze, nel senso che programmi e certificazioni sono strumenti usati utilmente, la realtà però presenterà sicuramente insidie e difficoltà. I fondi non saranno di certo illimitati, è dunque necessario indirizzarli a progetti innovativi e capaci di perseguire i valori ecologici. È plausibile che ci siano inoltre, come ovunque avviene, dei viticoltori che non aderiscano in pieno a tali strategie, remando controcorrente in modo improduttivo. Bisogna incoraggiare la ricerca, gli studi tesi alla scoperta di nuove tecniche produttive. I viticoltori non devono spaventarsi di fronte a fasi della loro attività troppo inquinanti, comprendendo e stabilendo piani al fine di ridurre gli effetti dannosi. Serve coraggio e tenacia, tuttavia il risultato è assicurato.

1.2.2 I PRINCIPALI PROBLEMI AMBIENTALI IN VIGNETO E CANTINA

Quanto fatto finora in California permette di stilare l'esempio pratico di cosa significa sostenibilità ambientale vitivinicola. Come visto, la valutazione del danno ecologico di un'attività produttiva, passa attraverso la misurazione del rischio generato nell'ambiente complessivo di

⁴⁵ <http://ebookbrowse.com/cswa-certification-spring-2010-pdf-d237129156>

riferimento. L'indirizzo metodologico generale spesso utilizzato è insito nel cosiddetto Life Cycle Approach⁴⁶, strumento d'analisi teso a comprendere tutte le esternalità ambientali generate nelle diverse fasi di produzione di un bene, il vino nel caso osservato. Il modello del ciclo di vita permette di valutare gli effetti dell'intero sistema produttivo, in particolare ciò che avviene in vigneto, in cantina e nella fase di distribuzione e vendita. Si vuole analizzare l'impatto ambientale dalla pianta fino alla bottiglia che si trova comunemente preparata negli scaffali dei supermercati. Questo metodo permette di incrementare la conoscenza dei punti critici della filiera al fine di programmare azioni di riduzione delle esternalità negative. È utile questa strategia? Certamente sì, ed è ben applicabile al caso concreto valutato, tuttavia serve un'analisi ben attenta e concentrata che non tralasci punti o fasi della produzione.

I principali problemi ecologici legati al settore vitivinicolo sono numerosi e qui ne sono riportati solo alcuni, capaci di esprimere in modo efficace cosa significhi sostenibilità, talvolta non utilizzando una valutazione per fasi di attività produttiva, bensì per criticità specifiche. I rischi ambientali sono legati in particolare alle carenze idriche del terreno, alla presenza di insetti minacciosi per la salute della vite, a condizioni climatiche pericolose, agli incrementi dei costi d'energia e delle materie prime. Il legame tra attività e ambiente è come si vede forte, e le risorse naturali che entrano in gioco sono numerose. La viticoltura sostenibile individua, lungo il ciclo di vita produttivo, tutte quelle pratiche che sono meno distruttive per il territorio, capaci di conservare l'acqua, il suolo, l'aria pulita. Si deve diffondere una filosofia di utilizzo contenuto di questi beni limitati, in modo da garantire il loro rigenerarsi nel lungo periodo favorendo l'uomo nell'esercizio delle sue attività lavorative. Gli organismi preposti devono incrementare la sensibilità dell'opinione pubblica in merito, in particolare nei viticoltori, parlandone e discutendo assieme su quali siano le migliori tecniche per risolvere questi rischi ambientali in vigneto e cantina.

La viticoltura sostenibile parte da un elemento fondamentale, cioè il suolo; questo è, infatti, il mezzo in cui si sviluppano le radici della pianta, l'input principale per una crescita vigorosa e armoniosa di tralci e grappoli. Esso va dunque scelto accuratamente⁴⁷ e protetto dall'eventuale perdita di fertilità, poco utile alle piante. La California, in questi termini, studia e adotta metodi di

⁴⁶ Il Metodo LCA si applica attraverso la misurazione dei materiali utilizzati, delle emissioni nell'ambiente e delle opportunità per ridurle. È un'analisi focalizzata sull'intero ciclo di vita produttivo, comprendente le materie prime, la produzione, il trasporto e la distribuzione del bene finale, nonché il riciclaggio di eventuali rifiuti dopo l'uso.

⁴⁷ È buona cosa verificare sempre lo status del terreno in cui piantare un vigneto, soprattutto qualora il sito prescelto sia già occupato in precedenza da altre piantagioni. È utilissimo, infatti, che il terreno sia piuttosto integro dalla presenza di eventuali residui legnosi o simili capaci di trasferire alle nuove piante malattie quali funghi, virus. Questa pratica di estirpazione può essere effettuata con eventuali macchinari appositi. Prima di scegliere il loco per un nuovo vigneto è indispensabile valutare attentamente il corrispettivo impatto paesaggistico, in relazione alle risorse naturali presenti e all'eventuale inquinamento che si andrà a generare sulle stesse. È bene che i vigneti non siano collocati vicino a zone minerarie o industriali. Secondo i principi OIV bisogna valutare le capacità naturali di un luogo prima di piantarne un vigneto, analizzando le disponibilità idriche, garantendone la biodiversità e limitando l'eventuale erosione.

monitoraggio delle piante, attraverso cui valutare le potenzialità della materia organica del suolo. Deve esserci così un controllo costante della base terrena, al fine di salvaguardarne le proprietà fisiche e offrire un ottimo livello nutrizionale⁴⁸ alla pianta. E qui entrano in gioco azioni contrastanti. I viticoltori californiani adottano spesso delle pratiche volte a incrementare la presenza di colture diverse di copertura in vigneto, le quali hanno la capacità di favorire l'aumento nutrizionale del suolo⁴⁹, migliorandone l'umidità e la resa. Tuttavia in questo modo si rischia di favorire la presenza di roditori, possibili veicoli di malattie varie, e si crea una sorta di competizione per quanto riguarda l'irrigazione. Queste coperture assorbono, infatti, parte dell'acqua destinata alla vite, creando forse dei deficit per la coltivazione basilare. Serve trovare un equilibrio dunque, certi che i viticoltori californiani siano bravi in questo. Sicuramente la diversificazione colturale porterà maggiori benefici che effetti negativi, quindi va tutelata.

Gestire in modo sostenibile il suolo significa poi non commettere azioni che conducano a modificarlo fisicamente attraverso movimenti provocati dal comportamento umano. Spesso il passaggio di macchinari agricoli pesanti e attrezzature varie incidono sul territorio, smussandolo in modo negativo e generando fenomeni erosivi particolarmente gravi per i vigneti. È uno dei problemi più indicativi, cui una viticoltura ragionata è chiamata a far fronte. Gli effetti negativi in questo caso non riguardano solamente la qualità finale del frutto, la vite. Vi è una perdita eventuale nella bellezza del paesaggio, elemento oggi così importante nelle menti del consumatore.

Assumiamo come esempio una zona costiera abbastanza piovosa e instabile della California, l'Anderson Valley, situata poche miglia a Nord di San Francisco. In questo caso l'azienda locale pone al centro del suo operato il problema dell'erosione del suolo, anche per la presenza di un laghetto artificiale vicino alla tenuta. La piovosità elevata è elemento critico che spesso rischia di introdurre eccessiva umidità nel terreno, particolarmente fragile in queste zone. Per tale motivo l'azienda vitivinicola adotta ogni anno delle tecniche di risistemazione dei canali d'acqua in vigneto indirizzandoli sul versante interno, meta successiva di scolo sotterraneo con l'utilizzo di pietre apposite. Si evitano così passaggi pesanti sopra un terreno eccessivamente bagnato in seguito alle piogge, e si ripuliscono costantemente le vie artificiali di fuoriuscita d'acqua. Al tempo stesso l'uso di coperture permanenti localizzate in vigneto assicura una minor erosione del suolo. Risultato? Maggior conservazione del terreno nel lungo termine favorendo la visibilità di un bel paesaggio in cui convivono ambienti vitivinicoli e aree destinate all'habitat dei pesci. L'erosione è dunque molto pericolosa se non controllata e genera a sua volta perdite nutritive nel suolo e riduzione della

⁴⁸ Un terreno è fertile secondo il grado nutrizionale del suolo. Le attività antropologiche non devono dunque estirpare questi nutrienti presenti per natura, ma conservarli per offrire un frutto qualitativo, nonché una buona salute della vite stessa.

⁴⁹ Gli elementi nutrizionali apportati sono magnesio, calcio, potassio, fosforo e zolfo.

biodiversità. L'uomo non deve adottare comportamenti distruttivi ma impegnarsi per creare dei sistemi ecocompatibili al fine di evitare i fenomeni erosivi.

Talvolta è importante anche la gestione idrica. L'acqua è una delle risorse principali per produrre vino di qualità, partendo dal suo uso in vigneto, per arrivare allo sfruttamento nell'esercizio delle tecniche di trasformazione in cantina. È importante partire come in altri casi dalla misurazione dell'uso di questa risorsa, scoprendo consumi che spesso non s'immaginano vagamente. I consigli possono essere quelli di istituire da parte delle aziende dei bollettini per il personale, capaci di misurare l'utilizzo idrico⁵⁰ in tutte le fasi produttive. Serve controllare e registrare i metri cubi impiegati. Solo così ci si rende conto delle criticità, solo così si può fare qualcosa per ridurle.

In California si diffondono delle tecniche adeguate d'irrigazione a goccia, attraverso cui l'acqua effettivamente richiesta entra in modo preciso nelle radici delle piante. Ecco che si evitano così gli sprechi. È un'innovazione importante, frutto delle conoscenze sviluppate in questi anni. Questi sistemi sono dotati di blocchi automatici, programmati per zone del vigneto in base alle rispettive necessità. L'uso dell'acqua è così registrato e regolato, risolvendo eventuali perdite. Qualche trucco ci giunge dai viticoltori americani, i quali cercano di non irrigare troppo in anticipo, in maniera da evitare un eccessivo incremento vegetativo prematuro. Allo stesso tempo può essere utile fare irrigazioni brevi ma più frequenti, incrementando la quantità di emettitori per ceppo.

Nel frattempo viticoltura sostenibile significa anche evitare l'uso di acque poco pulite, le quali se ha contatto con sostanze chimiche pericolose, possono trasmettere germi e virus inquinanti per l'intero ambiente. L'attenzione sta in pratiche di pulizia costante e attenta dei canali d'irrigazione e dei tubi di scolo. Eventuali filtrazioni di acqua poco "pulita" potrebbero incidere, infatti, sulla sostanza organica del suolo, modificando le qualità organolettiche del prodotto finale a causa di eccessivi sali e sedimenti nel terreno. I viticoltori californiani per loro natura e per il rispetto dei vincoli introdotti da programmi e codici, si adeguano a queste esigenze cercando di controllare qualitativamente l'acqua presente nei loro appezzamenti, tenendo pulite le linee d'irrigazione, nonché limitando l'uso di fertilizzanti e pesticidi pericolosi e dall'alto potenziale inquinante. Per quanto riguarda infine la cantina, è importante installare nuovi strumenti di generazione d'acqua che sappiano rispondere automaticamente alle richieste degli operatori, senza sprechi⁵¹.

⁵⁰ L'OIV ci ricorda come sia importante utilizzare pratiche che limitino lo sfruttamento della risorsa idrica. Serve adottare dei metodi che privilegiano l'efficienza d'uso, evitando così perdite inutili. Per questo serve anche valutare costantemente lo stato del suolo e le sue necessità.

⁵¹ È il caso della cantina di Ford Coppola in California, dove grazie ad un sistema innovativo di fornitura d'acqua si è riusciti a risparmiare molti costi energetici. Sempre qui c'è stato un cambio nei contenitori di acque reflue in cantina, dove l'innovativo

La gestione energetica è importante allo stesso tempo e richiede un approccio ben chiaro, proprio perché questo input è necessario in tutte le fasi del percorso produttivo. Serve misurare quanto sia il consumo attraverso l'utilizzo di motori, illuminazione, attrezzature enologiche e strumenti vari sia in vigneto sia in cantina. Non è semplice. Oggi si diffondono però nuove tecniche capaci di ottenere energia da fonti rinnovabili un po' in tutti i settori, basta solo credere che il maggior costo iniziale d'acquisto sia nel tempo recuperato grazie ai risparmi d'energia garantiti. I pannelli solari potrebbero esser ben installati nelle cantine, evitando così un'enorme mole di costi energetici di produzione. Servono tuttavia maggiori incentivi da parte dei governi ad assumere questi strumenti, assicurando inoltre una corretta informazione sulle nuove metodologie. È un circolo che deve iniziare. I produttori poi si trainano uno con l'altro e diffondono l'adozione di tecniche rinnovabili quasi fosse una moda.

A tale scopo in California è nato un programma apposito, il Wine Industry Efficiency Solution Program, attraverso il quale la Comunità del vino californiano offre assistenza ai viticoltori nel comprendere come migliorare l'efficienza energetica delle loro attività, riducendone la quantità sfruttata⁵². Al fine dunque di ottenere una buona viticoltura sostenibile, è utile migliorare gli input energetici predisponendo piani di gestione adatti. Come negli altri casi, anche qui la valutazione parte da una conoscenza di ciò che si dispone, misurando il grado di sfruttamento energetico. Si capiscono così le criticità e si propone di migliorarle pian piano sempre di più. Il mercato propone fonti nuove⁵³, bisogna sfruttare l'occasione di adottarle anche se inizialmente costose.

Un grosso problema legato a tante attività produttive agricole è quello delle malattie provocate spesso da parassiti o insetti portatori di virus. Ne sanno qualcosa in merito i viticoltori californiani, che ritengono tale elemento come la sfida principale da affrontare. Le pratiche da loro adottate sono, infatti, principalmente tese a monitorare la presenza di animaletti pericolosi per la fioritura dell'uva e per le piante stesse. Fa parte del programma vitivinicolo proprio la conoscenza precisa delle diverse tipologie di parassiti che possono trovare nella vite la loro nutrizione. Si propone così in California una gestione integrata dei parassiti, in cui si tende a salvaguardare la convivenza delle diverse specie naturali presenti. Sarebbe utile arrivare a eliminare completamente i prodotti chimici con i quali sono trattate le piante, in modo da ridurre gli effetti negativi

sistema a pellet permette risparmi energetici formidabili. È un'azienda modello californiana quella di Coppola, la quale vorrebbe creare un team interno che si occupi appositamente di pratiche sostenibili. Si vorrebbero riciclare in tal senso più tappi di sughero, scarti d'uva, carta e incrementare le barriere d'aria per garantire temperature basse nelle stanze di conservazione del vino.

⁵² I primi risultati conducono a una grande diffusione dei pannelli solari tra le industrie vitivinicole, a miglioramenti nei metodi d'illuminazione, nonché la predisposizione di sensori utili ad attivare il consumo d'energia solo quando richiesto.

⁵³ Nuove tecnologie potrebbero essere la predisposizione di vasche apposite per la raccolta d'acqua piovana poi riutilizzabile in vigneto, l'utilizzo di software per il calcolo delle prestazioni delle varie apparecchiature, impianti di riscaldamento o raffreddamento automatico di serbatoi.

sull'ambiente e sulla salute umana. Il biologico prevede questa via, come si vedrà nel caso di Perlage. È un consiglio che si può dare a qualsiasi viticoltore, ed è sicuramente una buona pratica di viticoltura sostenibile⁵⁴.

1.2.3 LA PROPOSTA DI UN MODELLO VITIVINICOLO SOSTENIBILE PER L'ITALIA

I trattamenti chimici e gli eventuali pesticidi sono spesso la causa di un altro problema piuttosto discusso nel settore del vino, ossia l'inquinamento atmosferico. È questo il punto cruciale sul quale si vuole arrivare. L'elaborato che si propone, infatti, tratta un argomento piuttosto recente sul dibattito internazionale, quello dell'emissione di gas serra nel settore del vino. Ora che abbiamo compreso a grandi linee in che cosa consiste la sostenibilità ambientale vitivinicola, serve fare un successivo passo avanti. Ci si deve concentrare su questo problema ancora più specifico, che richiede però tale analisi preventiva come presupposto. Il tipico viticoltore californiano insegna: "Sustainable Winegrowing is key to a successful business, motivate work force, and improved environment. With the mantra of continuous improvement, California continues to lead the way in sustainability in the global Wine Business"⁵⁵.

Riassumendo dunque, il modello californiano permette di individuare quali sono le linee guida possibili per una viticoltura sostenibile. È l'unico modo possibile per giungere a questo obiettivo? Probabilmente no, ma esso ci insegna cosa si potrebbe applicare anche qui in Italia, in particolare nell'area del Prosecco, al fine di continuare a crescere sotto diversi punti di vista. Come osservato, gli scopi sono da considerare eticamente nobili e sicuramente utili a garantire un percorso sostenibile, per conservare una produzione agricola di tutto rispetto, generando vantaggi anche in futuro. Si è parlato di sostenibilità perché questo termine risulta, come si vedrà, ancora poco conosciuto nel settore vitivinicolo italiano, in particolare nell'industria veneta. Al termine dell'elaborato si cercherà dunque di proporre un nuovo stile da applicare, una nuova filosofia sostenibile da diffondere nella società complessiva. Una volta fatto questo si possono sviluppare ulteriori strategie, come dimostrato dall'azienda Perlage. L'esempio cui fare riferimento indica il calcolo delle emissioni di gas serra nel settore vitivinicolo, elemento quasi del tutto innovativo sul piano nazionale, tuttavia oggi ampiamente discusso a livello internazionale.

⁵⁴ Con riferimento a questa problematica, l'OIV favorisce l'adozione di pratiche che proteggano la vite da eventuali parassiti portatori di malattie, rispettando comunque l'ambiente al tempo stesso. Le teorie biologiche e bio tecniche rispondono proprio a questa esigenza. L'obiettivo finale è quello di un equilibrio tra le varie fasi di lavorazione del vigneto e la fauna presente in esso. Serve utilizzare degli strumenti capaci di ridurre le dispersioni di prodotti distribuiti sulle piante, al fine di evitare contaminazioni per l'uomo e per l'eventuale rete idrica presente. Ogni qualvolta si praticano tali attività è necessario tenere pulite le attrezzature e controllarle dal punto di vista funzionale.

⁵⁵http://www.sustainablewinegrowing.org/docs/Case%20Studies_Business%20&%20Environmental%20Benefits_Winter%202013.pdf

Quello che si vuole proporre è una sfida da ritenersi valida e avvincente. L'Italia oggi giorno registra in sostanza il primato nella produzione di vino assieme alla Francia; il merito è riconducibile sicuramente all'unicità vocativa del territorio. Le politiche adottate dal settore lo richiamano spesso attraverso marchi e certificazioni. Per fare il passettino aggiuntivo di crescita è utile però una maggior tutela di quel suolo, dell'ambiente. Ecco l'importanza di apportare una filosofia focalizzata sulla sostenibilità, oggi ancora qui scarsamente presente. Di conseguenza questa logica diventa così un'opportunità di marketing, con riscontri economici positivi. L'esempio nasce proprio dalla necessità di comunicare al consumatore l'impronta ecologica di un vino, particolarmente richiesta nel mercato internazionale. Questo è ciò che si vuole proporre e come si vedrà il percorso, non è sicuramente semplice.

1.3: I CAMBIAMENTI CLIMATICI NEL VIGNETO. LA RIDUZIONE DEI GAS SERRA, UNA POSSIBILE STRATEGIA DI ADATTAMENTO.

1.3.1 SOSTENIBILITA' SIGNIFICA ANCHE RIDURRE L'INQUINAMENTO ATMOSFERICO

Nel capitolo precedente si è appositamente lasciato in sospeso un importante profilo utile a spiegare in termini pratici il significato di sostenibilità ambientale vitivinicola, ossia il problema legato all'inquinamento atmosferico. Anche l'attività produttiva qui considerata non è esente purtroppo dall'emissione di gas serra nell'aria oggi giorno, tuttavia quello vitivinicolo può essere osservato come un settore poco impattante sul cambiamento climatico. Questo però non implica che non se ne debba parlare, deresponsabilizzando i viticoltori di fronte ad un problema ambientale così globale. È dunque necessario vedere tale sfida non tanto come un peso, bensì come un'opportunità di crescita da sfruttare per le aziende. Questa filosofia vuole essere qui trasmessa, e il calcolo della quantità di gas serra emessi lungo tutta la filiera diventa lo strumento tecnico proposto per trarre vantaggi di fronte al consumatore internazionale, oggi sempre più esigente. La sostenibilità così applicata fa sì che il settore vitivinicolo nel suo piccolo possa contribuire alla tutela ambientale mondiale, permettendo di salvaguardare e conservare l'integrità delle risorse naturali utilizzate, quali il suolo, l'acqua e l'energia ad esempio.

Questo pensiero è da ritenere innovativo per la scarsa diffusione odierna della filosofia sostenibile nella viticoltura italiana e locale soprattutto, perno del settore agroalimentare moderno. La maturazione deve passare per forza attraverso un mutamento culturale, che deve in qualche modo diffondersi in una società oggi confusa sul significato effettivo del termine qualità. È utile sviluppare un contesto sociale in cui il binomio tradizione e innovazione concordino, altrimenti nel lungo periodo inevitabilmente si perdono posizioni sul mercato. Ciò che blocca questo sviluppo non è solo legato a una scarsa apertura da parte dei produttori, ma forse la logica della domanda incide ancora di più. In Italia, a differenza che all'estero, manca ancor oggi una gran richiesta di sostenibilità da parte del consumatore di vino. Ecco perché non si procede forse in questo senso. I produttori permangono stabili sul mercato nazionale, ma all'estero non è detto che una strategia di questo tipo funzioni.

La ricetta per garantire una diffusione della viticoltura sostenibile anche in Italia parte da una collaborazione unita degli organismi preposti a tutelare il settore, spesso insiti nei singoli Consorzi di Tutela singolarmente localizzati nelle varie aree. A questi si devono legare norme

opportune da parte dei governi, dell'Unione Europea e degli organismi internazionali come l'OIV. Materialmente le certificazioni sono strumenti utili se ben funzionanti, tuttavia è necessario contribuire alla costituzione di metodi di autovalutazione in capo ai produttori, in modo da far toccare da vicino il reale impatto di ciascun'attività sull'ambiente. Solo così si può sviluppare una filosofia credibile e opportuna. Il calcolo delle emissioni di gas serra proposto in seguito è l'esempio di uno strumento utile in questo senso, capace di aumentare la consapevolezza di quali siano le esternalità di ciascun produttore in termini ecologici. Una volta misurato quindi il danno, si adottano progetti tesi alla risoluzione delle singole criticità evidenziate dai dati emersi. Il passo finale e futuro è la comunicazione di tutto questo al consumatore.

1.3.2 I CAMBIAMENTI CLIMATICI: QUALI EFFETTI SUI VIGNETI

La base cui partire è da rinvenire nella problematica dei cambiamenti climatici, in particolare captando come questi influenzino il settore considerato, quello vitivinicolo. A tal proposito è plausibile pensare al momento odierno in cui si sta esponendo questa tesi. È appena cominciata l'estate, ma siamo ancora in una situazione di forte instabilità meteorologica. La primavera 2013 da poco terminata registra in Italia, ancor più nel Veneto, una quantità di piogge torrenziali smisurate per la media del Paese. È plausibile non ricordare, almeno negli ultimi anni, un aprile e maggio così piovosi e caratterizzati da temperature assai basse. Inoltre, è riscontrabile osservare nelle settimane recenti di giugno una forte alternanza tra giorni caldi e afosi, e altri freschi e nuvolosi. Che cosa significa allora questo? Porta a riflettere su come il clima mediterraneo italiano stia probabilmente cambiando, mutando verso una tipica condizione tropicale⁵⁶. Questo è l'aspetto fondamentale su cui concentrarsi, proprio perché oggi se ne sa ancora poco, soprattutto tra i viticoltori.

Tra gli anni sessanta e novanta del secolo scorso il modello agricolo⁵⁷ generale diffuso esprime la volontà di ottenere il massimo dai terreni coltivati. È un periodo di forte crescita economica, in particolare in Europa, con il conseguente incremento del benessere sociale. Il tutto richiede al sistema produttivo agricolo una maggior quantità di beni alimentari per sfamare una popolazione sempre più ampia. Questo vale anche per il vino. Produzioni quindi sempre più intensificate si diffondono e in contemporanea si sviluppano nuovi strumenti produttivi talvolta

⁵⁶ Il clima tropicale è caratteristico delle aree geografiche tra i due tropici. Esso si caratterizza per l'alto grado d'umidità, il quale provoca spesso inaspettati fenomeni piovoschi. Le piogge sono così più frequenti, favorendo la maggior crescita vegetativa. Le temperature sono piuttosto elevate, mediamente attorno ai 25°. Incrementano le escursioni centigrade lungo la giornata.

⁵⁷ È il periodo della cosiddetta Rivoluzione Verde, in cui l'obiettivo principale è quello di massimizzare la produttività dei terreni agricoli, per sfamare la maggior domanda di beni alimentari.

pericolosi per l'ambiente. L'uso maggiore di fertilizzanti chimici, lo sfruttamento di combustibili fossili per le lavorazioni, prodotti fitosanitari errati portano nel tempo a un utilizzo della terra assai insostenibile. Il risultato provoca danni ambientali notevoli, quali il degrado del suolo, la riduzione di biodiversità, l'esaurimento di risorse idriche.

Di tutto questo ci si accorge relativamente presto, adottando a livello internazionale dei Protocolli⁵⁸ tesi a ridurre l'impatto ambientale delle attività antropologiche sull'ambiente. Gli effetti sono già però ben visibili e i più pessimisti non credono di poterli ormai eliminare, serve quindi un adattamento dell'agricoltura a questi mutamenti climatici. Tutto ciò riguarda anche la viticoltura. Il settore, infatti, rientra tra le attività che più risentono queste conseguenze. Il sistema vigneto è costituito da processi biologici e fisici molto fragili. Il circolo vizioso che può instaurarsi risulta probabilmente molto negativo. Il cambiamento del clima in Italia, ad esempio nella produzione locale del Prosecco, potrebbe modificare nel tempo le caratteristiche organolettiche uniche dell'uva sviluppatasi negli ultimi anni, ormai riconosciute come input fondamentale per l'attuale Prosecco di qualità. Il primo rischio è dunque questo. La sfida sta nel garantire la stessa qualità odierna dei vini tipici anche in futuro. È chiaro che le nuove tecnologie possono aiutarci a modificare in cantina il vino qualora abbia delle mancanze qualitative, tuttavia c'è da chiedersi se il risultato ottenuto sia comunque ottimo. Oggi il Prosecco, come molti altri vini, raggiunge volumi di vendita enormi perché è così buono. Si tiene però in debita considerazione, che per come il clima sta cambiando, queste qualità potrebbero perdersi per strada? I viticoltori italiani sono consapevoli di questo rischio per le loro attività?

Quello climatico è un problema oggi difficilmente frenabile.⁵⁹ Gli effetti ambientali sui vigneti globali sono a volte positivi, altre soprattutto negativi. Anche un piccolo incremento positivo della temperatura può generare una variabilità considerevole nelle produzioni di vino. A livello globale ciò comporta che, se l'andamento permane quello di un incremento di circa tre gradi centigradi della temperatura⁶⁰, vi sarà una vera e propria rivoluzione nelle superfici terrestri vocate all'attività vitivinicola. A risentire tali effetti saranno in particolare le aree geografiche di coltivazione poste più a sud nell'emisfero boreale; per quanto riguarda l'Europa quindi, è plausibile che terreni un tempo non utili alla vite come quelli tedeschi, permettano nei prossimi anni la produzione del vino anche in Germania, se non addirittura nelle basse regioni del Regno Unito. Il

⁵⁸ Tra questi è importante ricordare il Protocollo di Kyoto, trattato di natura internazionale stilato nel 1997 per contrastare i cambiamenti globali del clima. Questi protocolli elaborati da organizzazioni internazionali, costruiscono dei vincoli per i Paesi aderenti al fine di ridurre gli effetti negativi legati ai cambiamenti climatici. L'idea nasce dalla consapevolezza che l'attività umana incide negativamente sull'ambiente attraverso il rilascio nell'atmosfera di gas serra, teoricamente responsabili del rialzo delle temperature.

⁵⁹ Per quanto possiamo ridurre le emissioni di gas serra nell'aria, la temperatura, a causa delle emissioni storiche già avvenute, continuerà a salire almeno nei prossimi cinquanta o cento anni.

⁶⁰ <http://consulenzaenologica.wordpress.com/2012/05/31/vigneto/>

risultato porterà dunque a una riduzione della produzione nelle basse latitudini, con un conseguente incremento nelle aree più elevate in latitudine. Questo avrà di certo un risvolto anche economico. Chi prima si limitava a consumare vino importandolo altrove, domani diventerà produttore, incrementando ancora un'offerta già satura nel mercato internazionale. Si può pensare dunque alla diffusione di vini non più così pregiati, con un'enorme difficoltà nel tutelare la qualità degli stessi. È una prospettiva molto pessimistica, ma assolutamente fondata e plausibile.

Per questo è utile che tutti i soggetti coinvolti (anche i viticoltori) conoscano la problematica e contribuiscano a trovare soluzioni strategiche condivise per farvi fronte. Questa è la proposta che qua si vuol esprimere per l'area del Prosecco, come si vedrà, oggi particolarmente poco attenta a queste conseguenze possibili nel futuro.

Tornando agli effetti climatici, si può pensare inoltre a fenomeni d'incremento della presenza di parassiti e alla futura nascita di nuove malattie che con il maggior calore si potranno sviluppare, traducendosi in danni notevoli allo sviluppo della vite. L'aumento delle velocità di riproduzione sarà così garantita. Allo stesso tempo muteranno, e lo stanno già facendo, le cosiddette fasi fenologiche⁶¹ del ciclo della vite. È presumibile che le ampie variazioni climatiche comportino una riduzione della fase di sviluppo d'uva, tant'è vero che le vendemmie dell'ultimo decennio sono spesso anticipate, rispetto ad una volta. La presenza di eventi naturali improvvisi e sempre più irregolari quali alluvioni, tempeste e siccità mettono sempre più a dura prova la capacità della vite di adattarsi, soprattutto per quanto riguarda il suolo stesso in cui nasce. Esso è, infatti, piuttosto fragile e sottoposto a rischi quali l'erosione ad esempio. Non è da meno il problema legato alle siccità estive, le quali inducono alla formazione di gravi stress idrici spesso pericolosi per la maturazione dell'uva.

Il clima dunque, attraverso diversi fattori quali la temperatura, la piovosità e l'umidità, incide notevolmente sulle produzioni vitivinicole, modificando e alterando spesso le caratteristiche di ciascun chicco d'uva coltivato. Eccessi di calore si traducono in un aumento delle concentrazioni di zucchero negli acini, nonché nella riduzione dell'acidità complessiva degli stessi. Il risultato, se non controllato, si esplica attraverso perdite di qualità organolettiche del vino prodotto. Si rischiano di ottenere bevande eccessivamente alcoliche, dagli aromi meno presenti e non più così fresche e fruttate come il consumatore internazionale oggi vorrebbe. Chi produce vino è sempre più in difficoltà quindi, non mancando situazioni in cui la fase di fermentazione è alterata o bloccata a causa di condizioni meteorologiche poco adatte ed eccessivamente variabili. Pensando a un caso

⁶¹ Quelle fenologiche indicano le fasi annuali in cui si articolano gli sviluppi della vite. Ciascuna fase ha determinate caratteristiche e si colloca in determinati periodi dell'anno. Esse sono il germogliamento (risveglio vegetativo), la fioritura, l'invasatura e la maturazione.

italiano, si nota come la produzione di Merlot⁶² sia oggi fortemente in discussione, causa condizioni meteorologiche non più appropriate per tale vitigno. Non tutto è comunque negativo. Altre coltivazioni italiane, infatti, risentono positivamente dell'incremento delle temperature e raggiungono oggi qualità molto espressive⁶³.

Se si deve fare un bilancio a livello italiano tuttavia, gli effetti negativi dei cambiamenti climatici prevalgono e dimostrano come sia necessario intervenire subito, visto che è già abbastanza tardi. Se non si possono evitare, si devono almeno formulare delle strategie dinamiche d'adattamento per non perdere il primato che oggi l'Italia detiene in termini produttivi a livello mondiale. Negli altri Paesi questo già avviene da un po' e tutto sommato vi sono casi rilevanti anche nella nostra penisola. C'è tuttavia molto da fare, soprattutto per tutelare il futuro di produzioni tipicamente locali come quella del Prosecco che si andrà ad analizzare. Il tutto dovrebbe essere più comunicato dalle istituzioni, in modo che cresca nell'opinione pubblica questa coscienza ambientale.

Non è un problema quello del cambiamento climatico che riguarda solo il vino, ma tutte le attività produttive nazionali ne sono coinvolte. L'attività vitivinicola è sicuramente una tra quelle che nel futuro risentirà però maggiormente di questi mutamenti, quindi deve impegnarsi in primis per affrontarli. La comunicazione dei possibili effetti negativi non deve però essere proposta alla società mettendo paura, ma sottolineando quale sia chiaramente la realtà delle cose, individuando nel problema un'opportunità per crescere, per maturare. Così, si possono unitariamente costruire delle strategie che riducano i possibili effetti ambientali negativi, e di conseguenza anche quelli economici. Bisogna estirpare quel circolo negativo cui i cambiamenti climatici conducono, con coraggio e convinzione. La via pratica è l'attuazione di un percorso di crescita che tenga conto dei risvolti ambientali anche in viticoltura. Se la società non è preparata a questo, non si andrà lontano.

La via utile, da percorrere per affrontare il problema, è individuata nel capitolo precedente, ossia la viticoltura sostenibile. L'esempio californiano illumina i valori che servono affinché un buon sistema agricolo come quello legato al vino possa funzionare anche in futuro. L'Italia, in particolare la popolazione dell'area del Prosecco è chiamata a imparare all'esterno, al fine di restare competitiva sul mercato internazionale del vino. Servono oggi tecniche agronomiche moderne e più ecologicamente efficienti, che sappiano favorire l'equilibrio vegeto-produttivo della pianta. Si deve riconoscere che il vino prodotto è influenzato per forza di cose dai mutamenti del clima. Solo in

⁶² Il Merlot è un vino rosso tra i più pregiati. È ricavato dal vitigno Cabernet e il nome è originato dall'insolita preferenza che i merli dimostrano per tale vitigno. È una varietà a maturazione precoce, la quale soffre maggiormente i cambiamenti climatici.

⁶³ In questo caso ci si riferisce a vini come il Trebbiano, il Greco e la Falanghina che un tempo faticavano a crescere nel nostro Paese. Le maggiori temperature attuali incrementano invece la vocazione territoriale italiana per queste varietà.

questo modo, cambiando mentalità, si riuscirà ad aprirsi a nuovi schemi culturali utili a far sì che il vino di domani, sia il riflesso delle scelte eticamente corrette che si fanno oggi.

1.3.3 LE POTENZIALITÀ DEL VIGNETO PER RIDURRE LE EMISSIONI DI GAS SERRA

Una volta compresi gli effetti che un clima mutevole può provocare sul vigneto, serve valutare una possibile soluzione applicabile al fine di garantire la sostenibilità dell'attività vitivinicola in tutto il mondo. Come già indicato, questa ricetta può rinvenire da uno degli effetti negativi sull'ambiente che si possono ottenere in seguito a qualsiasi attività economico-produttiva, ossia l'inquinamento atmosferico. La teoria più diffusa e confermata tra gli esperti internazionali indica la correlazione diretta tra i cambiamenti climatici e l'incremento di gas serra nell'aria, provocata dalle emissioni d'industrie, trasporti, servizi e attività agricole. Questo è dimostrato dall'aumento esagerato nell'ultimo secolo delle concentrazioni atmosferiche di anidride carbonica, segno che lo sviluppo economico lascia la sua impronta ambientale. L'incremento dei gas serra nell'aria dal 1970 a oggi è del 70%⁶⁴. Cosa può fare quindi il settore vitivinicolo mondiale?

La risposta c'è ed è localizzata soprattutto nei Paesi del nuovo mondo del vino. Gli esperti in materia capiscono come il settore vitivinicolo contribuisca a emettere gas serra nell'aria, sia con le lavorazioni in vigneto che prevedano l'uso di sostanze inquinanti per combattere le varie malattie, sia con l'attività di cantina e tutte le pratiche a essa collegate. Tuttavia il settore agricolo non è tra i più impattanti sotto questo profilo perché detiene un importante vantaggio. I terreni sono, infatti, grandi serbatoi che contengono al loro interno grosse quantità d'anidride carbonica. Nel processo fisico d'irradiazione solare, parte dei gas serra sono trattenuti dal suolo. Numerosi elementi spesso apparentemente insignificanti come piccole radici, fogliame, resti vegetali o animali si decompongono naturalmente e rilasciano così microrganismi utili che sono di conseguenza racchiusi nell'humus sottostante. La vegetazione è dunque un elemento fondamentale cui puntare al fine di togliere anidride carbonica dall'aria e intrappolarla nel terreno, evitando così il surriscaldamento globale. Questa teoria è da tempo compresa a livello internazionale per quanto riguarda le capacità di boschi e foreste, tuttavia è recente la sua applicazione al sistema vigneto.

L'incremento della quantità d'anidride carbonica sequestrata in questo caso passa attraverso la viticoltura sostenibile. Solo grazie all'aumento e alla diffusione di pratiche enologiche ecologicamente valide si può incrementare il livello di gas serra racchiusi nel terreno. Questo è il passaggio fondamentale. Gli esperti internazionali capiscono come una buona viticoltura può essere

⁶⁴ http://ec.europa.eu/agriculture/publi/fact/climate_change/leaflet_it.pdf

lo strumento giusto per l'adattamento ai cambiamenti climatici. Tutti gli operatori del settore sono così chiamati a fare la loro parte, non solo con l'obiettivo di dare un futuro alle loro attività, ma anche con il fine di mitigare quei mutamenti che probabilmente incideranno in futuro sulla società complessiva, attraverso effetti negativi per qualsiasi pratica lavorativa. La natura affida quindi al settore agricolo generale la responsabilità sociale di farsi carico nel suo piccolo di questi cambiamenti obbligati, il sequestro di gas serra nella terra è la soluzione. In tempi recenti si è stimato l'impatto di un'agricoltura "tradizionale": essa contribuisce al 25% del rilascio complessivo annuo d'anidride carbonica, al 50% per quanto riguarda il metano e al 75% per il protossido di azoto⁶⁵. Segnali piuttosto forti che indicano il ruolo importante che l'agricoltura, e in questo caso il vigneto, ha per far fronte ai cambiamenti globali.

Il suolo è così una risorsa fondamentale per l'assorbimento di carbonio. Quest'ultimo dipende dal clima e dal tipo di coltura presente: un vigneto è in grado di intrappolare ad esempio circa tre tonnellate di carbonio l'anno per ettaro coltivato⁶⁶. Più sostenibili sono però le pratiche adottate tra le viti, più incrementa questo livello ed è così maggiore il contributo positivo offerto all'ambiente. Comportamenti un tempo legati alle pratiche agricole intensive non conducono sicuramente a buoni risultati in tal senso, bensì a notevoli perdite di carbonio sequestrato. Serve, dunque, meno degrado del suolo e minor perdita di biodiversità e sostanza organica. Lo sforzo passa quindi attraverso comportamenti che sappiano ridurre le emissioni di gas serra, incrementando la capacità di sequestro dei suoli, applicando energie di tipo rinnovabile meno impattanti sull'ambiente.

Un buon esempio da questo punto di vista è offerto dalla coltivazione biologica, che sarà opportunamente discussa parlando dell'azienda Perlage nella seconda parte dell'elaborato. E' un'ottima strategia di lavorazione che riduce gli interventi negativi sul suolo, puntando su tecniche innovative quali l'imboschimento e l'inerbimento⁶⁷. Secondo questa filosofia tutto ciò che si fa deve riflettere l'importanza dell'ambiente per la nostra esistenza; l'agricoltura biologica permette di sequestrare fino a sei volte in più di carbonio rispetto ai metodi convenzionali⁶⁸. Purtroppo, in particolare in Italia, questa metodologia è ancora poco applicata nell'attività vitivinicola, forse e probabilmente perché si fa fatica a dimostrare innanzi all'opinione pubblica il beneficio in termini numerici cui essa può condurre. Ogni anno molti finanziamenti internazionali sono destinati a ridurre le emissioni di gas serra, tuttavia pochi di questi arrivano al settore agricolo.

⁶⁵ http://www.osservatoriokyoto.it/userfiles/newsletter/NewsKyoto_0811_004.pdf

⁶⁶ http://www.osservatoriokyoto.it/userfiles/newsletter/NewsKyoto_0811_004.pdf

⁶⁷ L'inerbimento è una tecnica che permette di ridurre i rischi provocati dalla pioggia e dai fenomeni erosivi in generale. La perdita di elementi nutritivi va combattuta per evitare il crollo del potenziale sequestro d'anidride nel suolo.

⁶⁸ http://www.osservatoriokyoto.it/userfiles/newsletter/NewsKyoto_0811_004.pdf

Il punto focale è proprio questo: gli esperti in materia capiscono l'importanza che il vigneto può avere nel sequestro di anidride carbonica, ma difficilmente riescono a dimostrarlo in termini numerici. L'opinione pubblica fa le sue valutazioni sulla base di dati concreti, se non se ne dispone, difficilmente si può convincerla a valorizzare tale tesi. Ecco dunque che la risposta a questa problematica passa attraverso un metodo d'analisi d'autovalutazione, teso a comprendere quale sia l'impatto che ciascuna fase della filiera vitivinicola apporta all'ambiente. Si deve innanzitutto condurre le singole imprese a pensare in termini ecologici, incrementando la loro responsabilità etica innanzi alla società. Per fare questo è importante pensare a degli strumenti con i quali ciascun'azienda misura da sé l'impatto ambientale, le sue esternalità negative. Solo così ogni imprenditore si rende conto direttamente dove sta sbagliando e può correggere i suoi comportamenti negligenti. In questo modo d'altro lato, si favorisce anche l'adozione di pratiche di viticoltura sostenibile, magari diffondendole da parte degli organismi preposti attraverso incontri comunicativi sulle varie possibilità applicabili.

È chiaro che, lì dove vi è già una filosofia ambientale diffusa come in California, il metodo di autovalutazione proposto sia molto più diffondibile⁶⁹, grazie soprattutto alla presenza di una certificazione di sostenibilità ambientale condivisa tra i viticoltori. Tuttavia se questa base non c'è, bisogna svilupparla e il metodo di valutazione dei singoli impatti nella filiera può essere uno strumento utile a tale scopo. Quanto avviene in California è l'ideale. Quanto si propone nell'elaborato cerca di sviluppare un percorso utile a raggiungere tale modello. Nel settore vitivinicolo italiano mancano spesso entrambi gli elementi, coscienza ambientale da un lato (manifestabile magari attraverso una certificazione di viticoltura sostenibile) e percorso di autovalutazione ecologica dall'altro (protocolli tesi a misurare l'impatto ambientale lungo la filiera). La strada proposta favorisce la seconda opzione, nella consapevolezza però che anche una buona certificazione di viticoltura sostenibile sarebbe auspicabile.

Anticipando brevemente quanto esiste oggi in tal senso in Italia, nell'area del Prosecco in particolare, si cerca ora di individuare un possibile filone metodologico al quale attenersi nell'analisi successiva, al fine di proporre una soluzione al problema finora esposto. Nel Bel Paese, allo stato attuale, la condizione di sostenibilità ambientale in viticoltura non è così particolarmente considerata. Il problema del cambiamento climatico non corrisponde alle priorità che tale settore agroalimentare si pone. A livello internazionale, come osservato invece, siamo molto più avanti e nei paesi del nuovo mondo del vino la sostenibilità è spesso una filosofia di lavoro dimostrata attraverso l'esercizio di pratiche enologiche adatte e talvolta certificate da enti esterni. L'Italia,

⁶⁹ A tale scopo in California è stato adottato il decreto AB 32, il quale pone l'obiettivo di ridurre le emissioni di gas serra entro un tetto massimo prestabilito entro il 2020. Ci s'impone quindi, oltre alla certificazione di viticoltura sostenibile, il fine di limitare l'impatto sull'inquinamento ambientale delle attività legate al vino.

come si vedrà opportunamente più avanti, presenta tuttavia dei singoli casi aderenti a questi metodi, in particolare localizzati in specifiche regioni, quali Lombardia ed Umbria ad esempio. Ci sono, infatti, singole o piccoli gruppi d'impresе che privilegiano una filosofia ecologica nel loro operato e adottano eventuali certificazioni ambientali o metodi di autovalutazione, quali ad esempio Ita.Ca.⁷⁰.

Purtroppo però queste realtà aziendali sono ancora poco diffuse sul territorio nazionale, sintomo di scarsa preoccupazione del settore vitivinicolo nei confronti dei cambiamenti climatici e delle potenzialità di quest'attività per mitigarli attraverso il sequestro di gas serra nel suolo. Manca dunque la sostenibilità ambientale in tale settore agricolo, in particolare nell'area del Prosecco che in seguito sarà analizzata approfonditamente. Ora, quindi, si cerca di valutare qualche metodologia d'applicazione in tal senso, cercando di capire quale sia la via da proporre alla realtà locale trevigiana. Nella seconda parte della tesi si capirà se questo modello sia applicabile e quali elementi siano da sviluppare.

1.3.4 CARBON FOOTPRINT: UN METODO PER IL FUTURO ITALIANO

È utile premettere che il problema del cambiamento climatico non tocca solamente il vino, ma il consumatore europeo in generale considera nelle scelte d'acquisto l'aspetto ambientale come uno tra i primi elementi insiti nel processo decisionale, dopo la qualità, la sicurezza e il prezzo del bene. Il metodo proposto dunque non è utile e applicabile solo al settore considerato, ma si può adattare a qualsiasi tipo di produzione che genera gas serra inquinanti per l'aria. Si parla del cosiddetto modello del Carbon Footprint⁷¹, utilizzato oggi sempre più spesso come strumento d'analisi quantitativa d'impatto di un'impresa, di una filiera, o di un prodotto sul mutamento climatico. Esso può essere definito come "un indicatore per la misurazione, il monitoraggio, la rendicontazione e la verifica delle emissioni e delle rimozioni di gas serra a livello di un prodotto o di un servizio. Esso misura

FIGURA 4: CARBON FOOTPRINT



FONTE:<http://www.wholesaleledlights.co.uk/blog/2011/12/how-led-lights-can-help-reduce-your-carbon-footprint/>

⁷⁰ L'Italian Wine Carbon Calculator è uno strumento di misurazione dell'impatto sull'ambiente specifico per le emissioni di gas serra. È il metodo di calcolo principale diffuso a livello italiano.

⁷¹ Il termine tradotto indica la cosiddetta Impronta Carbonica, ossia la quantità di gas serra prodotti da un'attività o organizzazione.

l'impatto delle attività umane sul clima globale ed esprime dunque quantitativamente gli effetti prodotti sul clima da parte dei gas serra⁷².

È oggi il consumatore internazionale che seleziona i beni scegliendo quelli più ecologici, il settore vitivinicolo italiano e l'area del Prosecco in particolare dovrebbero rispondere introducendo un metodo di autovalutazione qual è il Carbon Footprint. Esso fa parte della famiglia del Life Cycle Assessment⁷³, ne è un sottoinsieme, si può dire. Il metodo prevede, infatti, che sia valutato ciascun passaggio della produzione di un bene o di un'attività, al fine di misurare in termini quantitativi i gas serra alteranti per il clima. Per fare questo in termini pratici, chi aderisce a tale sistema, deve utilizzare un calcolatore informatico predisposto in cui inserire tutti i dati utili relativi alla sua attività. Questi sono così elaborati automaticamente attraverso formule scientifiche che producono dei risultati suddivisi per vari ambiti. L'idea di base è un po' questa. Nel settore vitivinicolo internazionale si è diffusa già da un po', vista anche la maggior propensione estera alla sostenibilità. Qui in Italia qualcosa c'è in questi termini, ma bisogna ancora lavorare e incoraggiare l'adozione. L'azienda Perlage sarà usata come esempio per tale scopo.

Come già osservato, è difficile sviluppare uno strumento di questo tipo se non vi è una coscienza ambientale diffusa, come nella nostra società; tuttavia si potrebbe rischiare e provare ad adottare la Carbon Footprint proprio come stimolo per incrementare tale filosofia, basterebbe che le aziende credessero di più in questo. Ed è la sfida che qua si vuol proporre. Questo non solo perché si ottengono risultati ambientali positivi, ma perché è il mercato internazionale ad agire in tal senso e a richiedere di seguire questa strada. Guardando alla California ad esempio, il presidente del principale istituto vitivinicolo afferma come "le nostre cantine credono che lo strumento di calcolo del Carbon Footprint condiviso sia importante per la redditività a lungo termine e per la salute delle imprese"⁷⁴. In tal senso si muovono anche numerose grosse catene di supermercati⁷⁵, le quali vogliono espressamente promuovere l'applicazione di etichette contenenti informazioni sull'impatto carbonico di ciascun bene venduto. Nel tempo c'è dunque la possibilità che quest'elemento diventi un prerequisito utile da inserire nella comunicazione al consumatore.

Il Carbon Footprint è quindi strumento di misura che permette di garantire l'impegno delle imprese nel rispetto ambientale. Esso si distingue dal metodo Life Cycle Assessment perché non valuta tutte le esternalità ecologiche di un bene o di un'attività lungo ciascuna fase produttiva, ma si

⁷² <http://www.enea.it/it/produzione-scientifica/EAI/anno-2011/indice-world-view-3-2011/indicatori-di-sostenibilita-ambientale-la-carbon-footprint>

⁷³ E' un metodo standardizzato che permette di valutare gli impatti ambientali riscontrabili nella produzione complessiva di un bene o di un'impresa.

⁷⁴ AA.VV., 2010, "Riduzione dei Gas Serra: nuova leva di marketing per il vino. Strumento concreto per controllare l'impatto ambientale, ottimizzare il processo produttivo, migliorare l'immagine con ricadute commerciali positive", *Supplemento a L'Informatore Agrario*, 13: 22.

⁷⁵ Ad esempio gruppi di distribuzione quali Casinò, Tesco, Carefour, Leclerc.

concentra solo sulla misura dei gas serra emessi. Questo può sembrare un limite, ma è opportuno ritenerlo allo stesso tempo un gran pregio. Calcolare i diversi impatti ambientali non è semplice, per questo è utile distinguere l'approccio ai vari effetti negativi. L'inquinamento atmosferico è uno di questi ed è probabilmente la principale causa del cambiamento climatico. Osservando tuttavia solamente l'impatto sul riscaldamento globale bisogna stare attenti a non generare eventuali effetti negativi sugli altri aspetti ambientali, non presi in considerazione dal calcolatore proposto. Potrebbe accadere, infatti, che al fine di migliorare alcune fasi produttive per ridurre i gas serra prodotti, si possano generare qualche impatto negativo sulla qualità dell'acqua o del suolo ad esempio. Sta ai singoli produttori scegliere con attenzione.

Il metodo proposto ha l'obiettivo principale e iniziale di far comprendere a ciascun viticoltore quali siano le fasi del processo produttivo che sono più impattanti. Partendo da tali informazioni, si devono pianificare delle strategie opportune utili a migliorare la propria attività, tenendo conto allo stesso tempo di salvaguardare altri aspetti importanti, quali il profitto economico e il benessere sociale. Seppur quindi il calcolatore fornisca delle informazioni precise su un determinato impatto, la risposta dei viticoltori deve condurre a un miglioramento in tutti i sensi, generando un beneficio netto complessivo positivo.

Il viticoltore italiano deve comprendere come auto misurare la sua attività sia un percorso faticoso ma allo stesso tempo virtuoso in tutti i sensi, se ben fatto. Criticare il proprio lavoro non è semplice, ma da qui serve partire per crescere ulteriormente. A livello mondiale si afferma che “in ottica di produttività sostenibile e coerenza tra comunicazione e azione, un'azienda può dirsi virtuosa se intraprende un percorso di riduzione delle proprie emissioni. L'azienda deve così saper misurare il valore iniziale delle emissioni, il miglioramento reale nella fase di lavoro svolta e le plausibili prospettive di contenimento in futuro”⁷⁶. Il metodo Carbon Footprint è la risposta a tutto questo, la via per migliorare oggi la filiera vitivinicola, al fine d'incrementare il livello di credibilità delle imprese innanzi al consumatore internazionale. Basterebbe così poco per attuarlo se qualche gruppo d'aziende operasse unito a tale obiettivo. Poi diventerebbe tutto più facile perché lungo la filiera si creano degli effetti a cascata, in cui spesso i fornitori sono coinvolti e spinti ad agire in modo sostenibile. Allo stesso tempo è utile che siano predisposti dalle autorità di competenza specifici calcolatori tutti legati dal rispetto di principi e criteri comuni, in modo da rendere più confrontabile gli eventuali risultati. È questo l'indirizzo che si sviluppa oggi sul piano internazionale e che poi si vedrà nello specifico.

⁷⁶ AA.VV., 2012, “L'impronta carbonica nelle aziende vitivinicole”, *L'informatore agrario*, 42: 55.

Misurare oggi le emissioni di gas serra, in qualsiasi generico settore, permette di ridurre il contributo al riscaldamento terrestre, di apportare delle pratiche ecosostenibili nei processi decisionali, di soddisfare le richieste dei consumatori e di ottenere benefici in termini economici. Tutto questo se il produttore è disposto a migliorare i risultati che il calcolatore fornisce accuratamente. Il percorso inizia con l'inserimento dei dati aziendali all'interno di un software predisposto, solitamente un file excel. E qui scatta la prima preoccupazione. Ciascun produttore è chiamato a esercitare tale operazione in modo corretto e il più onesto possibile, pena l'ottenimento di risultati finali oggettivamente poco indicativi. È utile predisporre delle semplici istruzioni d'uso del calcolatore al fine d'aiutare ciascun destinatario nella compilazione. Una volta elaborati i dati forniti, il produttore può disporre di grafici e indici capaci di esprimere quali fasi del percorso lavorativo siano più impattanti sul riscaldamento globale.

Da qui deve iniziare un percorso di miglioramento continuo, attraverso la definizione di strategie pianificate che di anno in anno tendano a ridurre il contributo dell'azienda al cambiamento climatico. Oggi tale strumento a livello internazionale è principalmente utilizzato per comprendere le fasi più incisive sull'ambiente. La sfida sarà quella, di dimostrare comunicandolo al consumatore, l'impatto che ciascun bene provoca singolarmente per essere prodotto. In Italia sarebbe già tanto incominciare a pensare in modo "ecologico" e sviluppare questo modello per comprendere dove si sta sbagliando. Per l'etichetta che indica l'impatto effettivo, c'è ancora tempo, tuttavia può esser una buona prospettiva futura.

1.3.5 UN IDEALE CALCOLATORE DELLE EMISSIONI: L'ESEMPIO AUSTRALIANO

Si cerca ora di capire cosa si può ottenere da un calcolatore delle emissioni di gas serra nel settore vitivinicolo e su quali aspetti esso si deve concentrare. In tal senso non si vuole esporre uno strumento specifico esistente, ma individuare le linee guida opportune che un ideale software dovrebbe avere per funzionare al meglio e raggiungere gli obiettivi desiderati. Si parte dalla condizione base secondo cui il Carbon Footprint è uno strumento d'analisi che considera tutte le fasi legate alla generazione di un bene, nel caso specifico dall'impianto del vigneto alla bottiglia finale sullo scaffale del supermercato. A questo fine è utile suddividere il percorso in almeno quattro momenti, ai quali applicare le possibili varie fonti d'emissione: la fase che precede la lavorazione in vigneto, quella delle specifiche pratiche agricole, la trasformazione in cantina e la distribuzione al consumatore finale.

Il nostro viticoltore ideale deve dunque predisporre tutta una serie di materie prime utili per l'esercizio della sua attività in vigneto e cantina, quali trattori, attrezzature varie, frigoriferi, prodotti

chimici, zuccheri, auto, piante e così via. Già da questo primo punto si possono individuare delle importanti considerazioni in termini d'impatto carbonico. Primo elemento rilevante e da rinvenire anche in seguito: il trasporto⁷⁷. Ciascun bene è probabilmente acquistato esternamente e deve essere spostato nel luogo adibito alla produzione vitivinicola. Ciò implica spesso l'uso di carburante piuttosto inquinante sul riscaldamento globale: questo deve essere così calcolato in riferimento alle distanze percorse e ben esplicitato nel calcolatore. Allo stesso tempo tali materie prime richiedono, a monte, un loro processo produttivo, il quale sicuramente ha effetti negativi ambientali da considerare opportunamente. Tra questi input è utile segnalare in particolare l'energia elettrica acquisita esternamente da altri fornitori, o generata internamente. Nello spostamento vi possono essere perdite interessanti per l'impatto considerato.

Arrivando al vigneto è innanzitutto importante ricordare la maggior capacità del suolo d'assorbire gas serra se si applicano pratiche enologiche sostenibili⁷⁸; il calcolatore ideale dovrebbe essere capace di indicare non solo le emissioni negative, ma anche gli eventuali sequestri che il vigneto può garantire, in modo tale da ottenere un bilancio finale tra gas serra espulsi in atmosfera e quelli intrappolati nel suolo. Nel caso i risultati dimostrino un bilancio positivo, significa che l'impresa è davvero brava, capace di contrastare gli effetti negativi attraverso una pratica di coltivazione sostenibile ecologicamente. In vigneto però vi possono essere anche fuoriuscite di gas serra dovute alla fertilizzazione⁷⁹, nonché all'uso di carburanti per muovere veicoli a motore. Questi elementi devono sicuramente rientrare nel calcolatore. A tal fine il viticoltore deve fornire dati utili rispetto alla quantità d'uva prodotta, ai residui di zucchero, agli additivi di produzione.

C'è poi da parlare del processo di vinificazione in cantina. Qui avviene un percorso di fermentazione in cui i lieviti inseriti trasformano lo zucchero rilasciando anidride carbonica, quindi emissioni da inserire nel calcolatore. Non solo questo. In cantina, infatti, si ottengono emissioni attraverso generazione di calore o energia da impianti fissi quali caldaie ad esempio, o da mezzi di trasporto come i carrelli elevatori. Nei vari impianti refrigeranti vi possono poi essere perdite e fuoriuscite energetiche poco utili al riscaldamento globale. Sempre in tale ambito è utile identificare un altro punto saliente, ossia la produzione di rifiuti. In questo caso vi sono in particolare emissioni di anidride carbonica e di metano. Lo smaltimento può avvenire direttamente in cantina o esternamente presso discariche appositamente predisposte. Il viticoltore è tenuto a indicare precise informazioni in merito nelle richieste del calcolatore.

⁷⁷ A tale scopo sarebbe utile individuare tutte le attrezzature mobili disponibili che utilizzano carburante. Se non vi sono dati precisi, si potrebbe procedere attraverso delle stime misurate sulla distanza percorsa.

⁷⁸ Il sequestro avviene all'interno dell'uva e nelle strutture permanenti come tronchi ad esempio, oppure nelle radici e nei resti dell'attività di potatura.

⁷⁹ I fertilizzanti in particolare contribuiscono all'emissione di protossido di azoto. Quest'ultimo ha una particolare capacità di riscaldamento.

In conclusione si devono osservare le emissioni che derivano nel processo distributivo e di preparazione alla vendita. Il packaging è, infatti, un punto abbastanza critico sotto il profilo ambientale. La scelta molto diffusa dell'uso delle bottiglie in vetro non è certo poco impattante. La produzione di tale materiale genera grosse quantità di gas inquinanti per l'ambiente. Purtroppo oggi è difficile modificare la propensione del consumatore verso questo tipo d'imballaggio, tuttavia sarà utile in futuro trovare soluzioni alternative, o almeno ridurre la grandezza e pesantezza delle bottiglie. L'attività di confezionamento è piuttosto complessa e il viticoltore deve fornire informazioni precise circa il materiale utilizzato, quali sacchetti, botti in legno e lattine ad esempio.

Finora, sono dunque analizzati i principali elementi del percorso vitivinicolo che permettono di produrre una bottiglia di vino, individuando di volta in volta le specificità che ciascun produttore deve fornire nell'adottare il calcolatore ideale cui si sta riferendo. È ovvio che sia possibile ottenere dei miglioramenti in tutte le fasi viste attraverso pratiche più sostenibili, ma di questo ci si occuperà nello specifico più avanti parlando dell'azienda Perlage. Per ora è necessario aver capito il metodo che si vuole proporre, quello del Carbon Footprint applicato al settore vitivinicolo. Quanto visto in merito è sicuramente poco diffuso a livello italiano, ma l'obiettivo è quello di raggiungerlo un giorno, contemporaneamente allo sviluppo di una coscienza ambientale forte da parte dell'intera società.

Le difficoltà che un modello di questo genere presenta sono legate forse alla non semplice reperibilità delle informazioni richieste lungo la filiera. In effetti, è complesso per un viticoltore richiedere dati su certi elementi, quali ad esempio le emissioni di gas serra di una materia prima prodotta esternamente. È allo stesso tempo difficile garantirne l'attendibilità qualora siano ottenute. Come fare allora? Se si pensa alla California ancora una volta, torna in mente come, la base semplice per impostare un modello basato sulla riduzione dei gas serra, sia la sostenibilità ambientale. La coscienza diffusa in questi termini è filosofia sociale, è realtà quotidiana. E lì dove si diffondono questi valori, allora significa che c'è unità d'intenti, di obiettivi. Il gioco di squadra diventa il mezzo, e la comunicazione tra le singole pedine diventa forte, valorizzante. Ecco perché, prima di diffondere uno strumento come questo, si propone d'intensificare, di sviluppare una viticoltura che faccia della sostenibilità ambientale il fulcro del suo operare. Questo dovrebbe avvenire nell'area del Prosecco.

Serve comunicare l'importanza ecologica, favorendo chi dimostra e ammette d'inquinare attraverso premi o incentivi fiscali. È importante riportare l'esempio australiano dove oggi, indicare le emissioni di gas serra nei beni offerti, è un obbligo imposto dalla legge. Sembra forse un eccesso, tuttavia aiuta a pensare come il governo abbia compreso la necessità di usare questo mezzo

come strumento di marketing per le imprese, in prospettiva internazionale particolarmente. Il settore vitivinicolo australiano è tra quelli che meglio rispondono a tali richieste, dimostrando una forte tenacia e caparbia, nella prospettiva generale di ottenere e conquistare più mercati. Nella consapevolezza che probabilmente la temperatura salirà anche di cinque gradi centigradi in Australia entro il 2070⁸⁰, ci si vuole qui dimostrare leader nel contributo alla riduzione del riscaldamento terrestre. A tale scopo esiste pure l'EntWine Australia⁸¹, segno dell'unità tra i diversi soggetti coinvolti e spiegazione di come questa forza sia focale per garantire principi ecologici diffusi e coerenti. L'applicazione anche qui della certificazione di sostenibilità ambientale è simbolo di ciò che è utile allo scopo dell'elaborato. Serve diffondere una certa filosofia etica e tutelarla, garantirla. Da lì poi possiamo calcolare e sfruttare l'opportunità legata alle riduzioni di gas serra nel settore vitivinicolo.

Allo stesso tempo l'Australia porta l'esempio di un programma mirato, il quale inserisce già nel suo nome il valore della sostenibilità. È il cosiddetto "Wine Australia: Directions to 2025 – An Industry Strategy for Sustainable Success"⁸². Si punta in particolare sull'innovazione e sulla diffusione della conoscenza all'interno della filiera vitivinicola. Deve svilupparsi un percorso teso al miglioramento continuo nelle riduzioni di gas serra emessi, cercando di elaborare politiche ambientali tese inoltre alla valorizzazione della risorsa idrica, della biodiversità e delle risorse energetiche. Che cosa trarre allora tutto questo? È un sistema quello australiano piuttosto serio, in cui come si nota la filosofia ecologica è posta come la base cui partire per la definizione di qualsiasi progetto o programma in senso vitivinicolo. Addirittura la legge impone che le imprese indichino il contributo di ciascun bene al riscaldamento globale. L'area locale del Prosecco e il sistema italiano in generale sono molto distanti da questo, tuttavia c'è da chiedersi se un giorno si potrà arrivare anche qui a delle strategie simili. È un sogno forse? Può essere, ma sicuramente da qualche elemento bisogna cominciare, e quanto sarà poi proposto in merito all'azienda Perlage ne è un esempio emblematico.

⁸⁰ AA.VV., 2010, "Riduzione dei Gas Serra: nuova leva di marketing per il vino. Strumento concreto per controllare l'impatto ambientale, ottimizzare il processo produttivo, migliorare l'immagine con ricadute commerciali positive", *Supplemento a L'Informatore Agrario*, 13: 14.

⁸¹ È una sorta di associazione alla quale i viticoltori aderiscono volontariamente. Tuttavia per entrarvi serve rispettare precisi vincoli riguardanti innanzitutto la fornitura di dati relativi alle emissioni di gas serra. Sempre in Australia è adottato inoltre un calcolatore delle emissioni di gas serra da molte imprese del settore vitivinicolo, l'Australian Wine Carbon Calculator (Awcc). L'obiettivo comune è quello di una riduzione continua delle emissioni e lo sviluppo di un sistema comunicativo adeguato per dimostrare tale aspetto al consumatore. Allo scopo di realizzare tutto questo è forte in Australia la ricerca utile all'impiego d'impianti energeticamente efficienti, all'uso di sistemi di riciclaggio soprattutto per quanto riguarda i reflui e gli imballaggi. Il settore vitivinicolo dimostra così la sua volontà d'innovazione e di credibilità attraverso questi programmi forti favoriti dall'operato del governo.

⁸² <http://www.venetoagricoltura.org/upload/Europe%20Direct/I%20PIANI%20STRATEGICI%20VITIVINICOLI.pdf>. Questo programma è il seguito di una strategia già definita per la prima volta nel 1997 con la volontà di incrementare il fatturato complessivo del settore vitivinicolo entro il 2025. I risultati inizialmente previsti sono già stati raggiunti nel 2005, il nuovo obiettivo è ora una strategia focalizzata sulla sostenibilità.

L'Italia ha dalla sua parte le potenzialità legate a dei territori unici e particolarmente vocati che ne offrono vini eccezionalmente originali. Abbinare a tutto questo dei programmi che pongano al centro la sostenibilità ambientale nello specifico, sarebbe probabilmente quell'avanzamento per ottenere una leadership mondiale in tutti i sensi. Che cosa aspettare dunque?

Sempre rimanendo nei Paesi del nuovo mondo del vino, esempi in tal senso ci vengono pure dall'Argentina, dal Sud Africa, dal Cile e dalla Nuova Zelanda. Negli anni recenti ciascuno di essi ha costituito un proprio piano strategico⁸³ per la crescita del settore vitivinicolo. Ecco i punti cardine riscontrabili. Il primo elemento che spesso risuona in queste strategie è legato alla tenacia, alla determinazione che si esprime. Ciascun Paese vuole diventare entro il 2020 leader nell'adozione di politiche vitivinicole di crescita focalizzate sulla sostenibilità ambientale. Affermazione che, se fatta in Italia, produrrebbe notevole scalpore probabilmente. Sembra quasi che in questi Paesi vi sia invece una sorta di corsa per arrivare primi, una competizione sfrenata per dimostrare la propria correttezza etica. Si può scorgere della presunzione in tutto questo, ma non sembra una critica opportuna, visto che, nei fatti, le strade poi intraprese concretamente dimostrano certificazioni o programmi di riduzione delle emissioni dei gas serra veramente validi. La strada della ricerca di una posizione di primato è da ritenersi quindi corretta. Essa dimostra senza dubbio poi che vi è unità e condivisione nella scelta da parte di tutti i soggetti coinvolti, quali associazioni di produttori e governi statali. Solo una collaborazione del genere permette di costruire una rete di relazioni utili allo scambio d'informazioni e conoscenze. In questo senso i vari Paesi considerati concentrano spesso finanziamenti in ricerca e sviluppo per quanto riguarda lo studio di nuove pratiche vitivinicole, delle soluzioni biologiche, della protezione da malattie, di nuove tecniche di comunicazione e vendita del prodotto.

In tutto questo essi si ricordano e pongono sempre al centro la sostenibilità ambientale, come filosofia da diffondere nel tessuto sociale. Serve integrazione tra gli attori della filiera vitivinicola, non scoordinazione e singolarità come avviene nelle organizzazioni italiane. Qui ognuno fa da sé, e sono pochi i casi di aziende che collaborano tra loro per un fine comune, valorizzante e pregiato. L'approccio spesso utilizzato nei Paesi visti prevede analisi del ciclo di vita dei prodotti, soprattutto per quanto riguarda il calcolo dell'impatto ambientale delle singole produzioni; in linea quindi con i metodi proposti del Carbon Footprint e del Life Cycle Assessment. Anche qui si tiene sempre in opportuna considerazione la tridimensionalità inizialmente vista della sostenibilità, attraverso valutazioni che non dimentichino eventuali effetti economici e sociali. I Paesi del nuovo mondo del vino comprendono, dunque, che puntare su questi valori sia

⁸³ Sono documenti preparati o dalle istituzioni o da organismi che rappresentano i produttori vitivinicoli, al fine di formulare una pianificazione strategica futura.

un'opportunità di crescita notevole di fronte ad un consumatore che richiede sempre una maggior responsabilità etica da parte delle imprese. Loro puntano oggi molto su questo perché raramente dispongono di vitigni autoctoni e specializzati come quelli europei. A loro manca l'unicità del territorio, a noi manca la capacità di valorizzare la sostenibilità. Il fine ultimo da realizzare, è un connubio di questi due elementi in Europa.

1.3.6 GLI SVILUPPI INTERNAZIONALI SUL TEMA

Per sviluppare delle politiche tese alla valorizzazione ambientale nel settore vitivinicolo, sono oggi utili dei buoni punti di riferimento. Ci si riferisce così alla presenza di organizzazioni internazionali che diffondano principi e metodi al fine di poter misurare al meglio le prestazioni di qualsiasi organizzazione produttiva. Nel caso considerato in particolare, sarebbe opportuno che ci fossero delle norme globali fissate dall'OIV ad esempio, le quali indichino precisamente criteri opportuni da seguire nella costruzione dei calcolatori delle emissioni di gas serra alteranti il clima terrestre. A questo si è oggi arrivati osservando due esperienze particolarmente rilevanti per la letteratura internazionale sul settore vitivinicolo: il modello del Bilan Carbon in Francia⁸⁴ e l'International Wine Carbon Protocol⁸⁵ tra più Paesi. Il primo metodo si limita a essere utilizzato a livello nazionale, per esprimere e quantificare le emissioni di ben sei gas serra nell'aria, conseguenza di qualsiasi attività produttiva umana. Così facendo si vuole scoprire quali siano i punti critici e le fasi che potrebbero essere ecologicamente migliorate al fine di contribuire meno al cambiamento climatico globale. Il calcolatore è a livello pratico un foglio excel nel quale sono inseriti i dati relativi a ciascun'azienda aderente, tradotti quantitativamente con un'unica unità di misura, ossia il "biossido di carbonio equivalente"⁸⁶. I risultati finora conseguiti attraverso questo metodo sottolineano in particolare l'importanza di evitare l'uso di combustibili fossili e sfruttare in modo efficiente l'energia potenzialmente disponibile.

⁸⁴ Questo strumento si diffonde in Francia nel 2000, istituito dall'Agenzia dell'Ambiente e dell'Energia. Esso è utile a misurare il livello di emissioni di gas serra per qualsiasi attività produttiva. Oggi è applicato anche al settore vitivinicolo. Esso tiene conto di sei gas serra previsti dal Protocollo di Kyoto, quali l'anidride carbonica, il protossido di azoto, l'esafluoruro di zolfo, gli idrofluorocarburi, il metano e i perfluorocarburi. Questo strumento non deve dare dei risultati che possano confrontare diverse imprese tra loro, ma permettere invece un'autovalutazione interna a ciascun'azienda. Gli esiti del calcolatore prevedono una distinzione in tre parti, quella interna, quella intermedia e quella globale. La prima considera tutto lo sfruttamento d'energia nel processo produttivo, la seconda i materiali comprati esternamente e la terza il trasporto in generale e lo smaltimento dei rifiuti.

⁸⁵ Questo protocollo nasce da un progetto condiviso tra gli istituti vitivinicoli principali della California, della Nuova Zelanda, del Sud Africa e dell'Australia. Esso è riconosciuto a livello internazionale anche dalla Federazione Internazionale della vigna e degli spiriti.

⁸⁶ AA.VV., 2010, "Riduzione dei Gas Serra: nuova leva di marketing per il vino. Strumento concreto per controllare l'impatto ambientale, ottimizzare il processo produttivo, migliorare l'immagine con ricadute commerciali positive", *Supplemento a L'Informatore Agrario*, 13: 8.

L'International Wine Carbon Protocol, invece, si presenta come uno strumento guida con maggior carattere globale, data la sua origine da un accordo tra più Paesi, in particolare quelli del nuovo mondo del vino. L'obiettivo di tale documento è stabilire una linea comune nella definizione delle emissioni che devono essere considerate nei calcolatori, individuando al tempo stesso quindi quelle da escludere. Sono nati così una serie di principi utili alla definizione di un ideale calcolatore (International Wine Carbon Calculator) comune tra i paesi aderenti all'accordo. Questo può essere utilizzato da un gruppo di aziende, oppure da un'impresa sola. L'approccio è ancora una volta quello del Carbon Footprint ovviamente, analizzando ciascuna fase produttiva per il suo impatto nel clima. Esso nasce come proposta per il settore globale del vino e questa valenza è garantita dalla sua conformità alle norme internazionali sul tema, in particolare l'ISO 14064⁸⁷ del 2006.

Su queste basi si fonda dunque la letteratura internazionale e a tal proposito l'Organizzazione Internazionale della Vigna e del Vino comprende in questi anni la necessità di fornire un quadro più ordinato delle normative in merito al calcolo delle emissioni di gas serra. Questo non solo per valorizzare e favorire chi già adotta tali strumenti, ma per rendere più facile l'eventuale applicazione in Paesi attualmente poco propensi a politiche simili. Questi organismi internazionali devono saper comunicare per primi l'importanza di adottare metodologie di autovalutazione, al fine d'incrementare la partecipazione di altri paesi. Servono incentivi volti a dimostrare l'utilità della misurazione ecologica e in questo senso è utile lavorare a un continuo processo di miglioramento dei calcolatori d'emissioni offerti, per render più facile il compito di chi li adotta. Solo così saranno maggiormente diffusi anche nell'Europa del futuro.

Il lavoro pratico è oggi concentrato sulla formazione da parte dell'OIV di un gruppo ad hoc dedicato allo sviluppo di normative che vadano bene per tutti i calcolatori che si svilupperanno, tenendo conto delle regole internazionali prima osservate e in particolare della norma inglese Pas 2050⁸⁸. Nasce così il Greenhouse Gas Accounting Protocol⁸⁹ quale emblematico strumento ideale,

⁸⁷ Le ISO sono norme internazionali. In particolare la categoria ISO 14001 indica la certificazione di un sistema di gestione ambientale per un'organizzazione. La norma individuata ISO 14064 certifica il controllo sulle emissioni di gas serra creati in un processo produttivo o per la generazione di un bene specifico. Tale norma favorisce dunque la trasparenza, la coerenza delle misurazioni, per garantire calcoli corretti delle emissioni. È dunque un vincolo facoltativo, ma che accerta la validità dei calcoli riferiti ad una determinata produzione. La norma propone così dei criteri da seguire, dei tetti massimi da non superare, dei suggerimenti per risolvere e migliorare tale problematica. Indica tutti i requisiti che un progetto deve dimostrare di avere al fine di essere certificato a livello internazionale.

⁸⁸ Tale normativa nasce in Inghilterra nel 2008 per mano del British Standard Institution. Essa indica le modalità per l'eventuale calcolo delle emissioni di gas serra lungo il percorso di produzione di un bene o servizio generico. Queste linee guida possono funzionare in qualsiasi settore e non sono proprie di quello vitivinicolo.

⁸⁹ Il GHGAP è un protocollo dell'Oiv con valenza internazionale. Oggi è particolarmente seguito da molti governi e imprese per misurare l'impatto carbonico clima alterante delle loro attività e strategie. L'obiettivo dell'Oiv è guidare attraverso dei principi generali la costruzione di calcolatori adatti a tali scopi, di fronte alla sempre maggior complessità del problema del cambiamento climatico. La struttura con la quale sono presentati i risultati del calcolatore si articola in tre parti. Il primo ambito indica le emissioni provenienti e controllate direttamente dall'impresa considerata. Il secondo valuta invece le emissioni provenienti dall'acquisto esterno di energia per la produzione; il terzo riguarda le emissioni che derivano da attività essenziali per il processo produttivo, ma fornite dall'esterno, quali materie prime ad esempio.

esempio da seguire per tutti i Paesi che vogliono sperimentarsi. Oltre alle indicazioni pratiche e specifiche, questo nuovo metodo ci offre due importanti spunti da cogliere e su cui è importante riflettere, per una possibile applicazione anche a livello italiano o locale. Quanto esposto nel protocollo traccia, infatti, due strategie fattibili per il calcolo valutato. Il primo approccio è il Product Protocol (PP) e si basa sulla quantificazione delle emissioni assumendo come unità di calcolo un singolo prodotto. In questo caso si propone dunque un'analisi precisa del ciclo di vita, considerando non solo quanto avviene in azienda, ma anche all'esterno, nella generazione delle materie prime ad esempio. L'altro metodo è, invece, l'Enterprise Protocol (EP), basato sulla valutazione dell'azienda nel suo complesso, calcolando inizialmente le emissioni solo per le attività direttamente controllabili dall'impresa. Oggi questa strategia perde un po' vigore, in quanto è allargato il campo di misurazione anche alle attività esterne alla produzione principale, tuttavia su di essa incidenti. C'è da chiedersi quindi quale via sia più facilmente percorribile a livello italiano.

È utile pensare che in un sistema in cui la sostenibilità ambientale sia scarsamente diffusa, è facilmente applicabile una strategia tesa alla misurazione dei gas serra fondata sull'unità impresa. Questo richiede, infatti, una conoscenza meno approfondita dei dati da inserire nel calcolatore, semplificando le operazioni di ricerca. Gli indirizzi dell'Enterprise Protocol sono probabilmente utili in una prima fase, nella quale si cerca di far capire alla singola azienda il suo impatto complessivo sui cambiamenti climatici, fornendo così suggerimenti utili per un successivo programma di miglioramento. Nel momento in cui però, si vuole comunicare quanto sia il contributo di ciascun bene al riscaldamento globale, il metodo Product Protocol sembra più agibile. È l'approccio finale cui si deve tendere, al fine di raggiungere in futuro un sistema di etichette applicate sulla bottiglia, le quali indichino il bilancio del singolo contenitore del vino. Solo così si potrà dimostrare in modo specifico al consumatore quanto fatto, solo così la Carbon Footprint diventa un'opportunità di marketing in senso stretto. Raggiungere questi livelli non sarà dunque facile, proprio perché bisogna combattere, come già osservato, contro eventuali asimmetrie informative nella raccolta dei dati utili da inserire nel calcolatore. In più serve garantirne l'attendibilità.

Al sistema vitivinicolo italiano è quindi utile proporre all'inizio, una strategia tesa a comprendere l'impatto di ciascun'azienda nei termini visti. Serve aumentare la consapevolezza ecologica dei viticoltori, attraverso questi strumenti di autovalutazione. In seguito, lì dove sia possibile, è utile allargare l'analisi al ciclo di vita intero del prodotto; tutto ciò dev'essere sostenuto da una buona rete di relazioni tra imprese, in particolare tra un'azienda e tutti i suoi fornitori. La volontà di ottenere buoni risultati ambientali si misura, infatti, anche attraverso la capacità di un'impresa nel diffondere la sua filosofia lungo la filiera, selezionando i soggetti da cui acquistare

le materie prime in conformità a tali valori discriminanti. Ecco allora che se si opera in questo modo, si può aumentare la possibilità di veder svilupparsi un circolo virtuoso capace di sollevare un buon polverone ecologico all'interno del settore vitivinicolo italiano.

Finora si è compreso come il filone metodologico scelto per questo elaborato sia legato a un modello di autovalutazione come il Carbon Footprint, tuttavia non si vuole in questo modo affermare la minor importanza delle certificazioni ambientali proposte a livello internazionale. Si può ritenere che queste siano uno strumento che meglio si adatti a garantire la presenza della viticoltura sostenibile all'interno dei diversi sistemi e Paesi. Come più volte affermato, infatti, si ritiene che la base più opportuna al fine di calcolare le emissioni di gas serra sia la presenza di pratiche enologiche eticamente corrette, legate a una filosofia ecologica capace di permeare l'intero contesto sociale. Non a caso nelle nuove zone vitivinicole si verifica spesso la presenza di certificazioni di viticoltura sostenibile a cui partecipano molti soggetti coinvolti; all'esempio della California precedentemente menzionato si aggiungono i casi della Nuova Zelanda⁹⁰ e dello Stato americano dell'Oregon⁹¹. Tutto questo è utile per credere che i Consorzi di Tutela legati al vino italiano possano cominciare a ragionare sull'opportunità d'inserire una certificazione piuttosto severa che garantisca il rispetto di vincoli utili alla realizzazione di una viticoltura sostenibile. Come avviene per le denominazioni di origine, garanzia della provenienza del bene da uno specifico luogo, così potrebbe accadere per l'aspetto ambientale legato al vino. Fatto questo passo, la diffusione dei calcolatori di emissioni di gas serra sarebbe ulteriormente facilitata.

Nell'elaborato si predilige un metodo di autovalutazione anche per rispondere alle critiche spesso fatte contro le Certificazioni ISO in particolare. Molti esperti internazionali o gli stessi consumatori criticano, infatti, l'attendibilità e la serietà di questi modelli, ponendo l'accento sulla scarsa oggettività degli enti deputati alla verifica del rispetto di vincoli predisposti. Troppo spesso la fase di controllo si trasforma in una semplice operazione di consiglio sul come muoversi in prospettiva ambientale. I revisori dovrebbero essere dunque più severi e neutri nelle loro valutazioni. L'adeguamento a certi standard predisposti, come ad esempio la normativa ISO 14001⁹², non si rivela sempre necessaria a sviluppare in modo concreto comportamenti utili ad una

⁹⁰ La certificazione di sostenibilità mira a raggiungere oggi la sua piena diffusione nel settore vitivinicolo neozelandese, manca poco per raccogliere il 100% dei produttori dell'isola. Al programma di certificazione sostenibile si aggiungono cui diversi obiettivi legati alla salvaguardia della biodiversità, nonché alla diffusione di tecniche biologiche e biodinamiche.

⁹¹ In questo Stato collocato a Nord della California si adotta un Certificato di Viteicoltura Sostenibile, teso a favorire tutte quelle pratiche d'analisi del ciclo di vita del vino. L'obiettivo è l'educazione di tutti i soggetti coinvolti lungo la filiera e la dimostrazione dell'impegno verso una produzione eticamente responsabile.

⁹² Tale norma è tra le più diffuse a livello internazionale per quanto riguarda il riconoscimento alle organizzazioni di un sistema interno di gestione ambientale adeguato. Con questa impostazione si verifica che, un'azienda ad esempio, predisponga la sua attività per ottimizzare le opportunità di tutela ambientali, riducendo eventuali diseconomie e migliorando così la propria immagine. L'obiettivo è una gestione eticamente più opportuna delle risorse cui si dispone. La Norma ISO 14001 è prevista dal 1996 e consente di dimostrare la buona considerazione ambientale dell'organizzazione che l'adotta, con risvolti sulle scelte strategiche della stessa. Non è una regola ferrea con vincoli precisi e ciò ne semplifica

misurazione dell'impatto carbonico, tuttavia potrebbe crearne le basi adeguate per un futuro sviluppo. Si vuole quindi affermare che il metodo delle certificazioni è un utile presupposto se ben strutturato, tuttavia dev'essere successivamente integrato con strumenti di misurazione forti, focalizzati su analisi del tipo Carbon Footprint. Per questo nel caso concreto del Prosecco non si tralascerà nessuna delle due metodologie. Entrambe sono da considerarsi importanti per il raggiungimento degli obiettivi finali.

Verso la prospettiva proposta in questo elaborato si sta muovendo anche l'Unione Europea, in particolare dopo aver osservato i dati appena stilati sul contributo del settore vitivinicolo al riscaldamento globale: sono circa 153 chilogrammi di anidride carbonica per tonnellata solo quelli prodotti nell'attività viticola, ai quali aggiungere altri 235 dalle cantine. Allo stesso tempo si stima che una bottiglia standard di vino ne produca due chilogrammi per un totale annuo complessivo di 76,3 milioni di tonnellate. Ecco allora perché a livello comunitario si sviluppa un progetto come Eco-Prowine⁹³, concentrato sulla riduzione dei gas serra di un settore profondamente inciso dai mutamenti climatici. La filosofia utilizzata anche qua è sempre la stessa. Si vuole far comprendere alle imprese quali siano le fasi dell'attività che più provochino effetti negativi attraverso l'incremento di gas serra nell'atmosfera; per fare questo si propongono dei database online, in cui inserire dei dati aziendali che forniranno una volta elaborati le criticità da migliorare. L'autovalutazione è quindi il principio cardine, l'Europa deve oggi promuovere questi strumenti e comunicarli alle aziende nella consapevolezza che gran parte del vino proviene da questo continente.

1.3.7 LA SITUAZIONE ITALIANA E LA PROPOSTA PER IL FUTURO

E l'Italia? A che punto sta il nostro Bel Paese? Si è spesso assunta una posizione tendenzialmente critica nell'impostazione moderna del settore vitivinicolo nazionale, tuttavia non tutto sembra dimostrarsi così negativo. Oggi, infatti, ci si trova ai primi posti per produzione e vendita di vino sul mercato internazionale, segno di un indubbio successo che porta con sé storia e tradizione culturale. La soluzione ora proposta vuole essere dunque una nuova sfida che il settore vitivinicolo italiano e l'area del Prosecco devono cogliere come opportunità di crescita, nella

probabilmente l'adozione, sottoponendola a eventuali critiche sulla sua effettiva efficacia. Tuttavia al fine di ottenere tale certificazione, chi la richiede deve dimostrare una politica ambientale valida diffusa e che incida sulle strategie generali dell'organizzazione stessa. Si devono ben definire dei ruoli, responsabilità ed eventuali metodi di verifica e controllo per poter riesaminare quanto fatto. È un sistema dunque volontario per il quale la certificazione è attribuita da enti esterni privati, con validità sul piano internazionale. Per questo è rinominata oggi UNI EN ISO 14001.

⁹³ Questo progetto europeo vuole promuovere la misurazione del livello di sostenibilità nel settore vitivinicolo, con la successiva proposta di diffondere un marchio UE sul tema. È uno strumento di calcolo che più si adatta a quelle imprese che controllano direttamente tutto il ciclo produttivo, comprendendo meglio le emissioni di ciascuna fase.

prospettiva più pessimistica di comprendere come fra un paio d'anni i cambiamenti climatici possano eventualmente modificare e incidere negativamente sulla qualità del nostro vino. Non si deve aspettare, dunque, che possibili mutamenti negativi si verifichino, ma serve prevenirli per tutelare e rendere sicura una delle nostre produzioni storiche.

Seguendo il filone metodologico proposto, una risposta positiva si può rinvenire nell'esempio di quanto sta accadendo in Umbria, nell'area geografica di Montefalco (Perugia). Già dagli anni novanta si applica qui un programma teso a imprimere la filosofia della sostenibilità nella società, ottenendo risultati positivi specie nel settore vitivinicolo. A tal proposito nasce dunque nel 2008 l'Associazione Grandi Cru di Montefalco⁹⁴ cui aderiscono numerose aziende del territorio. Si crea così una rete di relazioni forte nella quale la parola d'ordine è condivisione dell'innovazione, col fine di sviluppare tecniche capaci di minimizzare gli effetti ambientali negativi. Fondamentale è l'aiuto delle istituzioni, in particolare la Regione Umbria che attraverso programmi di sviluppo rurale coopera per far crescere il binomio economia-ambiente, finanziando l'ambito della ricerca e dello sviluppo. Il settore vitivinicolo ha così risposto bene attraverso processi produttivi biologici o spesso focalizzati sulla lotta integrata, ottenendo negli ultimi tempi la certificazione ISO 14064 precedentemente analizzata.

Oltre a questi aspetti molto positivi, l'esempio di Montefalco propone però il metodo di valutazione delle emissioni di gas serra che sarà utilizzato anche per l'area del Prosecco, ossia l'adozione di un calcolatore oggi utilizzato non solo nelle aziende perugine, ma anche in altre zone d'Italia, specie in Lombardia. Si sta parlando del cosiddetto Italian Wine Carbon Calculator (Ita.Ca.)⁹⁵, calcolatore proposto dal Centro Studi SATA, nato dall'esempio di altri casi internazionali già osservati come l'International Wine Carbon Calculator (IWCC). Questo strumento è oggi ancora poco conosciuto a livello nazionale, in particolar modo nell'area del Prosecco. Proprio per questo si è scelto qui di parlarne e valutarne l'eventuale applicazione sia in Italia, sia nella rinomata zona veneta estesa tra i paesi di Conegliano e Valdobbiadene. L'Italian Wine Carbon Calculator è oggi utilizzato, infatti, nel distretto che sarà preso in considerazione, solo dall'impresa opportunamente intervistata per il caso, ossia Perlage S.r.l..

È utile riassumere dunque quanto finora proposto, prima di addentrarsi nell'analisi del caso concreto del Prosecco. Il problema di base odierno riguarda i cambiamenti climatici, individuando in particolare gli effetti che questi potranno apportare al sistema vigneto nei prossimi anni. La letteratura internazionale s'impone di pensare sempre più a come risolvere questa nuova sfida,

⁹⁴ <https://www.google.it/#q=Associazioni+Grandi+CRU+di+Montefalco+New+Green+Revolution>

⁹⁵ Ita.Ca. è uno strumento recentemente adottato da circa una cinquantina d'aziende vitivinicole a livello nazionale. Esso simboleggia la traduzione italiana dell'Australian Wine Carbon Calculator e come questo è utile al calcolo dell'emissione di gas serra nel settore.

fornendo soluzioni valide attraverso istituzioni del settore capaci di indirizzare verso innovative pratiche enologiche. La strada proposta è dunque quella della crescita sostenibile del sistema vitivinicolo, operando per soddisfare esigenze economiche, ambientali e sociali contemporaneamente. Questa strategia è inoltre un'opportunità che tale settore agroalimentare può cogliere per soddisfare le nuove esigenze qualitative richieste dal consumatore. Le aziende sono chiamate a dimostrare il loro impegno ecologico, il calcolo delle emissioni di gas serra in vigneto e cantina ne è lo strumento adatto. La via per rispondere e contribuire all'adattamento ai cambiamenti climatici è dunque quella di auto valutare il proprio lavoro in prospettiva critica, con la piena volontà di continuare a migliorarsi per tali scopi.

Scegliere una viticoltura sostenibile e l'uso di un calcolatore per ridurre le emissioni di gas serra è l'esempio giusto per affrontare il futuro, ottenendo al contempo risultati positivi economicamente, socialmente ed ecologicamente. Questa filosofia è già piuttosto diffusa all'estero, in particolare nei paesi del nuovo mondo del vino. L'elaborato si propone di favorire questi metodi anche al settore vitivinicolo nazionale, e quindi all'area geografica del Prosecco. L'esempio di Perlage che adotta Ita.Ca., permetterà di vedere concretamente quanto di buono si possa ottenere seguendo strategie così definite, valutando allora la possibile diffusione anche tra le altre imprese locali. Il Prosecco è oggi grande, da valorizzare, mostrando che anche qui si può contribuire a ridurre il peso delle emissioni di gas serra. Si otterranno così vantaggi utili per il futuro.

CAPITOLO 2

IL CASO PROSECCO: L'IMPEGNO SOSTENIBILE DI PERLAGE E IL PROGETTO ITA.CA.

2.1 UN'ANALISI FOCALIZZATA SUL BINOMIO ECONOMIA-AMBIENTE

2.1.1 LA SCELTA DI UN PERCORSO

Oggi i Veneti, in particolare quelli residenti nella marca trevigiana, non si rendono forse conto di cosa sono stati capaci di fare i loro nonni nel corso della vita; ai giovani sembra così scontato ritrovarsi in qualche bar per gustare un calice di buon vino, ma poche volte torna in mente la fatica impiegata per realizzarlo e il progresso continuo verso una sempre miglior qualità organolettica dello stesso. L'esperienza personale conduce a scegliere l'area dell'Alta Marca Trevigiana come motivo di analisi per quest'elaborato conclusivo del ciclo di studi, proprio per la sua vicinanza fisica, ma soprattutto per la sua vocazione. Tale zona è, infatti, connubio tra potenzialità economiche di successo e lo sfruttamento di un paesaggio particolarmente bello e utile all'attività umana. E' già, una storia incredibile e da raccontare, perché qui nella cara provincia trevigiana si realizza qualcosa d'irripetibile altrove, è nato il Prosecco⁹⁶, fenomeno oggi culturale conosciuto praticamente in tutto il mondo.

Il tema centrale sul quale collocare l'attenzione sarà l'azienda Perlage e le sue strategie come modello d'esempio, tuttavia è utile incominciare l'analisi valutando il contesto in cui l'impresa opera, vero prerequisito per comprendere al meglio i ragionamenti successivi. Quello che si cercherà di tracciare non dovrebbe essere, infatti, una semplice storia legata a tale produzione, bensì un'analisi di tutti quei fatti che in qualche modo vedono coinvolti allo stesso tempo attività economica e ambiente. Il settore vitivinicolo del Prosecco rientra nella sfera agricola, cioè d'uso utile della terra. L'uomo deve essere capace di raggiungere al tempo stesso il profitto economico e la conservazione del territorio in cui elabora le sue attività. Questo ragionamento è valido anche in quest'area geografica analizzata? Si tiene conto di uno sviluppo sostenibile nella produzione del

⁹⁶ Il Prosecco, come si vedrà, è la versione "Spumante" del vino locale trevigiano. Il nome del vitigno è anche conosciuto col sinonimo Glera, ritornato in auge dopo il riconoscimento della Denominazione di Origine Controllata e Garantita nel 2009. Il vitigno dovrebbe provenire dal Carso Triestino, importato nei secoli passati nella marca trevigiana attraverso delle migrazioni demografiche indirizzate in Pianura Padana.

Prosecco volto a garantire gli stessi risultati di successo odierni anche alle generazioni future? Anticipandone i risultati si potrebbe dire che molto è stato fatto, e in particolare tanti passaggi utili alla difesa dell'ambiente forniscono allo stesso tempo opportunità economiche notevoli alle imprese collocate nella zona.

Le sfide sono dietro l'angolo, in un mercato internazionale sempre più competitivo, che richiede un'interminabile dinamicità nel continuare a prevenire i problemi futuri, prima che sia troppo tardi farvi fronte. Ecco perché l'analisi che segue si propone di valutare se ciò che è stato fatto finora nell'area del Prosecco, possa essere una base sufficientemente valida per affrontare la sfida dei cambiamenti climatici nel settore vitivinicolo; come osservato nei capitoli precedenti, la letteratura scientifica internazionale propone di calcolare le emissioni di anidride carbonica, siamo pronti a sfruttare quest'opportunità? Perlage darà una risposta positiva, tuttavia come si vedrà, è l'unica azienda del Distretto di Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG⁹⁷ ad adottare una strategia di questo tipo, segno che bisogna fare ancora molto probabilmente. Si vuole proporre quindi di ragionare su una tematica estremamente attuale, così già diffusa altrove nel mondo come visto in precedenza, per capire se quello di Perlage possa considerarsi o meno un esempio modello utile anche per le altre aziende vitivinicole del territorio.

È utile iniziare con una citazione molto espressiva del Signor Carraro⁹⁸, secondo cui “coniugare rispetto dell'ambiente e tipicità dei prodotti è una sfida che tutti dobbiamo saper cogliere, in particolare il settore vitivinicolo in cui paesaggio, sapore e tradizione sono aspetti diversi dello stesso patrimonio: l'ambiente”⁹⁹. In queste parole rinviene tutta l'essenza di ciò che si vuole descrivere e sono termini che dovrebbero più volte risuonare nella mente dei viticoltori locali. Oggi, infatti, il potenziale successo raggiunto nell'area del Prosecco fa spesso peccare di una certa presunzione, legata al fatto di aver ottenuto una certa fortuna “economica”, un giro d'affari senza precedenti nella zona. Carraro ci invita a restare con i piedi per terra, a pensare che il suolo oggi lavorato con fatica debba essere tutelato, salvaguardato e custodito. È un bene pubblico ed è forse questo il limite. Tanti lo sfruttano, pochi si assumono le conseguenze di eventuali esternalità ambientali negative¹⁰⁰ su di esso, aspettando che qualcun altro se ne faccia carico. Il settore

⁹⁷ L'area geografica di 15 chilometri che si estende da Valdobbiadene a Conegliano racchiudendo ben quindici Comuni dell'Alta Marca trevigiana è un vero e proprio distretto produttivo legato al settore vitivinicolo. Se ne parlerà meglio in seguito.

⁹⁸ Mariano Carraro è un Commissario Straordinario dell'ARPAV, Agenzia Regionale per la Prevenzione e Protezione Ambientale del Veneto. La “mission” di questo ente è legata alla definizione di strategie territoriali tese a uno sviluppo economico che sia capace di proteggere al tempo stesso l'ambiente.

⁹⁹ Gaiotti F., Tomasi D., 2011, “*I terriori della Denominazione Conegliano Valdobbiadene*”, Conegliano, Centro di Ricerca per la Viticoltura.

¹⁰⁰ L'esternalità indica un'interferenza (in questo caso negativa) che un soggetto subisce nella sua sfera economica attraverso un comportamento tenuto da un altro individuo, senza riceverne compensazione. Le esternalità negative sono spesso legate al depauperamento ambientale e paesaggistico delle attività produttive (inquinamento atmosferico, scarichi tossici).

vitivinicolo è il fulcro economico della zona, in particolare quella che si estende nei quindici chilometri che dividono Valdobbiadene da Conegliano. Tutto ruota intorno al vino, tutto profuma di aromi floreali e vegetali che avvolgono vigneti e paesaggio rurale. Il Prosecco è dunque sapore, tradizione di una cultura secolare che si legge osservando visivamente la bellezza del paesaggio collinare in cui è prodotto. Quello che si vuole in seguito proporre è simile a uno studio di zonazione¹⁰¹, per comprendere come programmare le azioni enologiche future di un'area, distinguendole in relazione alla variabilità ambientale che in essa si può riscontrare.

2.1.2 UN TERRITORIO PARTICOLARMENTE VOCATO

La storia del vino nell'area collinare trevigiana è sicuramente di origine antica, tant'è vero che già nel VI secolo d.C. se ne rileva la qualità da parte di Venanzio Fortunato¹⁰², vescovo originario della zona. In seguito, dopo il 1000 d.C., la presenza di vitigni nell'area si fa sempre più forte anche grazie alle opere di bonifica dell'entroterra da parte della Serenissima Repubblica di Venezia. Fin da subito si capisce come questo territorio sia particolarmente vocato e destinato a far sviluppare tale produzione agricola valorizzandone l'ambiente in cui si colloca: non è un caso che grandi artisti della zona come Cima da Conegliano¹⁰³ e Giovanni Bellini¹⁰⁴ dipingono quadri in cui emerge con senso di spensieratezza un paesaggio amabile, ricco di verde, tra cui vigneti, grappoli e foglie descrivono la presenza di tale coltura già da molti secoli. Ciò attribuì a Conegliano il ruolo di centro commerciale per il vino già nel 1500 d.C..

Nel 1772 d.C. Francesco Maria Malvolti fa comprendere come l'area geografica considerata sia ricca di colline adatte alla viticoltura e ciò è dimostrato “dalla loro situazione, la configurazione, i prospetti loro, i loro strati. Dunque dir dovremmo con ogni ragione e come per supporto certissimo pubblicare che tutte siano adattissime a dar vini buoni e durevoli...”¹⁰⁵. Questo ci spiega come già i nostri antenati siano intelligenti nel comprendere la vocazione dell'area in cui vivono, dando i primi impulsi a un'attività che nel corso degli anni successivi riscontra un successo economico veramente positivo. Sin da subito si capisce come il territorio, l'ambiente in cui la vite prende forma, sia elemento centrale per la buona riuscita di un ottimo vino. Già nell'Età del Bronzo esso è spesso legato attraverso la denominazione al luogo geografico in cui si forma; ne sono esempio evidente a livello italiano le produzioni del Chianti, Barolo e Soave, i cui nomi sono per qualche verso legati

¹⁰¹ La Zonazione è una disciplina scientifica tesa allo studio delle relazioni che s'instaurano tra la vite e l'ambiente che la circonda, per poter sfruttare al meglio le potenzialità vitivinicole di un determinato territorio (Bavaresco, 2011).

¹⁰² Fortunato(530-607) fu Vescovo di Poitiers, oggi è tra i Santi della Chiesa Cattolica.

¹⁰³ Cima da Conegliano è il soprannome di Giovanni Battista Cima, pittore nato a Conegliano nel 1459 o 1460.

¹⁰⁴ Giovanni Bellini, detto anche Giambellino, fu un noto pittore rinascimentale veneziano (1430-1516).

¹⁰⁵ Gaiotti F., Tomasi D., 2011, “*I terriori della Denominazione Conegliano Valdobbiadene*”, Conegliano, Centro di Ricerca per la Viticoltura.

alla zona geografica in cui nascono. Per la zona del Prosecco il riconoscimento della centralità e dell'importanza del territorio non avviene fin da subito, ma è l'esito di un percorso particolarmente complesso che ora si cerca di descrivere.

L'area prodigiosa di cui si sta parlando è composta di un territorio misto, in parte collinare e in parte pianeggiante. Sono quindici i Comuni¹⁰⁶ che ne fanno parte e sono collocati circa a metà strada tra le Dolomiti e Venezia. Quante volte è capitato di poter attraversare in auto questa zona e osservarne l'ampia variabilità ambientale. Un continuo sali e scendi lungo pendii e distese verdi che fanno emergere la spontaneità e al tempo stesso l'eleganza di un paesaggio viticolo dove si nota senza dubbio la presenza dell'uomo e della passione per la sua terra. L'area è delimitata a Nord dalla barriera Cesen-Col Visentin, la quale ne esalta la posizione proteggendo le ripide colline sottostanti da venti freddi provenienti da Nord Est. A Sud Ovest il confine è invece dettato dall'alveo del fiume Piave, mentre a Nord Est si giunge fino al centro di Vittorio Veneto. La composizione geologica del suolo è tuttavia molto variabile, a volte caratterizzata da arenarie e marne, altre volte da depositi morenici oppure strati sedimentari di origine alluvionale¹⁰⁷. Questo offre un quadro pedoclimatico molto variegato e unico che da sempre richiede studi approfonditi al fine di comprendere le potenzialità enologiche del territorio. Si osservano ora le caratteristiche fondamentali.

Un'uva di buona qualità si ottiene senza dubbio in un clima mite, temperato, dove le temperature non sono troppo eccessive d'estate e gli inverni non sono così rigidi. Se, infatti, i gradi centigradi superano di molto i trenta, assieme ad una contemporanea carenza idrica, ne risente sicuramente la parte fogliare della vite con probabili scottature. Le colline dell'area presentano invece spesso dei venti moderati che ne mitigano gli eccessivi rialzi di temperatura, garantendo primavere più miti e autunni più prolungati; ciò permette al vitigno un precoce germogliamento e una maturazione più tarda. Bisogna comunque tener presente come all'interno dell'area vi sono quadri climatici spesso differenti; questo è legato alle diverse altitudini, le quali generano una riduzione di temperatura pari a circa 0,7°C per ogni cento metri d'innalzamento in quota¹⁰⁸. Conegliano poi presenta delle temperature notturne in media minori rispetto a Valdobbiadene per la presenza di una massa di aria più fresca che si spinge verso la pianura.

Le colline dell'Alta Marca Trevigiana hanno la fortuna di avere quasi sempre una esposizione del versante rivolta a Sud e Sud Ovest. Questo è di fondamentale importanza perché

¹⁰⁶ I quindici Comuni della Denominazione Conegliano Valdobbiadene sono: Cison di Valmarino, Colle Umberto, Conegliano, Farra di Soligo, Follina, Miane, Pieve di Soligo, Refrontolo, San Pietro di Feletto, San Vendemmino, Susegana, Tarzo, Valdobbiadene, Vidor e Vittorio Veneto.

¹⁰⁷ Zanfi A., 2011, "Atlante degli Spumanti d'Italia Metodo Italiano", Poggibonsi, Carlo Cambi Editore.

¹⁰⁸ Gaiotti F., Tomasi D., 2011, "I terriori della Denominazione Conegliano Valdobbiadene", Conegliano, Centro di Ricerca per la Viticoltura.

permette una maggior esposizione al sole dei grappoli, garantendo soprattutto nei tratti più pendenti una miglior ricezione dei raggi solari. La superiorità del vino generato in collina sta proprio in questo: vi è una diretta correlazione tra la pendenza del vitigno e la capacità dello stesso di percepire l'energia che riceve. Il risultato è una miglior resa fotosintetica che incrementa le potenzialità del microclima circostante la pianta, con aumenti conseguenti del grado zuccherino e del livello acido dell'uva generata. Tutto questo è sicuramente un aspetto naturale che le colline trevigiane garantiscono, ma anche l'uomo è chiamato a fare la sua parte. Il connubio ambiente e viticoltore è l'essenziale e deve essere trasmesso fino al prodotto finale, un vino di qualità. Fondamentale è la luce che il grappolo riceve durante la giornata, riducendo le potenziali zone d'ombra che inevitabilmente la superficie fogliare può provocare. Sono utili dunque interventi tesi a mantenere il più possibile regolare le pareti vegetative dei filari. Solo così queste terre garantiscono e garantiranno acini dall'aspetto dorato che nell'immaginario collettivo evocano le bollicine di uno Spumante unico per sua natura, dove il territorio deve essere considerato il fulcro da valorizzare e tutelare. Il Prosecco nasce in un ambiente dove, le variazioni di temperatura stagionali non sono così forti, inferiori sicuramente rispetto alle zone di coltivazione esclusivamente pianeggianti. Sono invece maggiori le escursioni termiche notte giorno, con scarse gelate invernali.

La storia più recente del Prosecco si colloca nella seconda parte del XIX secolo, quando da una coltivazione confusa si comincia a intravedere una maggior specializzazione della produzione nell'area vocata per le caratteristiche fisiche appena osservate. Sono gli esordi, le prime tendenze di un successo futuro. L'uomo sperimenta, comprende cosa può fare con le sue mani. Mettendosi nei panni della gente dell'epoca si può individuare un senso di paura forse, legato alle scarse conoscenze in merito alla viticoltura, alle malattie che possono colpire le piante¹⁰⁹. Ma ciò che da sempre e ancora oggi contraddistingue la popolazione locale è la tenacia, il senso di volontà e la laboriosità. L'uomo del tempo capisce cosa può significare una coltura del vino per l'area, e da inizio a una vera e propria rivoluzione. Sono i primi segni d'innovazione di una bevanda che nel tempo diventa più secca, emanando profumi intensi, di terra e vegetazione. Il duro lavoro in collina non è un problema pensando al risultato finale, da qui inizia un percorso in cui l'uomo è artefice del suo destino e fa la differenza sfruttando sempre meglio le possibilità offerte dalle terre d'origine, restando legato alle proprie radici di viticoltore.

¹⁰⁹ E' da ricordare come una tremenda invasione di fillossera invase tutta l'Europa nel 1879, diffondendosi negli anni successivi bloccando in qualche modo le prime produzioni vitivinicole.

2.1.3 LE TAPPE DI UN PERCORSO DI CRESCITA

Le origini del Prosecco sembrano parallele a quelle dell'Unità d'Italia proprio perché nel 1861 si ottenne la sua prima vinificazione¹¹⁰. La conoscenza è da ritenere la base dello sviluppo di qualsiasi attività economica, quella vitivinicola in primis. Ecco perché un primo segno importante per la storia del Prosecco è proprio la fondazione nel 1876 della Prima Scuola Enologica d'Italia¹¹¹ con sede a Conegliano. Qui l'uomo capisce la necessità di rapportarsi all'ambiente, di studiarlo e conoscerlo per realizzare al meglio la sua attività. Un primo segno indispensabile che collega la genesi della viticoltura in termini economici e gli aspetti ambientali. La scuola nasce per "l'insegnamento tecnico-pratico di tutto ciò che riguarda la coltivazione della vite e la fabbricazione del vino in modo da fornire individui atti: a) all'insegnamento della scienza e alla direzione di aziende e società enologiche; b) all'esercizio pratico della coltura della vigna, e della preparazione e conservazione dei vini"¹¹². Da quest'obiettivo si traccia la necessità di offrire un certo ordine, di individuare una nuova scienza capace di supportare lo sviluppo pratico della zona locale, compresa oramai la sua vera vocazione. Si voleva probabilmente fare ricerca, capire come affrontare le malattie che affliggono la vite in scia all'infestazione fillosserica di quegli anni¹¹³. E' dunque tale Scuola il punto forte e di base cui puntare negli anni a venire. La conoscenza come input di crescita economica e considerazione ambientale.

Vi sono due aspetti successivi da riportare. Il primo nasce come conseguenza diretta alla crescita culturale nell'ambito ed è da rinvenire nella costituzione dell'Istituto Sperimentale di Viticoltura e di Enologia¹¹⁴ nel 1923, il quale opera in modo pratico al fine di individuare e scegliere le aree di coltivazione della vite più vocate, tenendo conto per la prima volta di una certa

¹¹⁰ Zanfi A., 2011, "Atlante degli Spumanti d'Italia Metodo Italiano", Poggibonsi, Carlo Cambi Editore.

¹¹¹ La Scuola Enologica Cerletti di Conegliano è oggi Istituto Statale di Istruzione Secondaria Superiore, con orientamento speciale per la viticoltura e l'enologia. Essa è istituita per mano del Re d'Italia Vittorio Emanuele II. È oggi una realtà ricca di storia, primo ente per lo sviluppo della viticoltura nel Veneto. L'idea di fondare tale istituto fu di Antonio Carpenè e Giovanni Battista Cerletti al fine formale tecnici specializzati in viticoltura ed enologia. Oggi sono qui promosse collaborazioni di studio, di marketing nel settore, di ricerca tecnico-scientifica in merito al Prosecco. La scuola trattiene forti legami col mondo enologico e dell'agricoltura in generale, promuovendo i prodotti e la valorizzazione del territorio sulla base di sperimentazioni e ricerche.

¹¹² Tomasi D., Gaiotti F., 2011, "I terroirs della Denominazione Conegliano Valdobbiadene", Conegliano, Centro di Ricerca per la Viticoltura.

¹¹³ La seconda metà del 1800 e i primi anni del 1900 sono distinti da una forte invasione di malattie che mettono a rischio il sistema viticolo nazionale ed europeo. L'oidio, comune malattia fungina della vite che si sviluppa in ambienti piuttosto umidi, mediamente caldi e scarsamente areati, invase la Pianura Padana nel 1850. In seguito non mancarono fenomeni di Peronospora e di Fillossera. Questo probabilmente fu la spinta necessaria a incentivare la ricerca, da parte della Scuola di Enologia di Conegliano in primis, in merito a metodi specifici capaci di contrastare tali problematiche che mettevano a repentaglio la produzione vitivinicola.

¹¹⁴ Tale istituto è trasformato oggi in Centro di Ricerca per la Viticoltura o CRA-VIT, ed ha sede a Conegliano. Il suo obiettivo è quello di generare piani di miglioramento genetico e selezione varietale della vite, di caratterizzazione genetica e qualitativa delle cultivar in uso e dei relativi cloni con metodi convenzionali e biomolecolari. Collabora con il Centro di ricerca per la genomica e la postgenomica animale e vegetale per l'identificazione e la caratterizzazione di geni utili (in particolare quelli legati alla maturazione della bacca e ai fattori di resistenza alle avversità biotiche e abiotiche) e per lo sviluppo di metodologie biomolecolari di supporto al miglioramento genetico. Svolge studi sulle tecniche di propagazione, di coltivazione e di difesa della vite con particolare riguardo alle interazioni tra metodi di produzione e qualità dell'uva e del vino.

valorizzazione dei vitigni da un punto di vista ambientale. L'altro aspetto è invece sicuramente economicamente indicativo per la crescita del settore in quegli anni. Si tratta di qualcosa di nuovo, innovativo, che contrasta quanto fatto oltralpe, in particolare in Francia, fino a quel punto. Si sviluppa, infatti, a livello nazionale una nuova strategia di spumantizzazione, il famigerato Metodo Italiano¹¹⁵, ad opera di Martinotti e Charmat¹¹⁶. Anche se l'impulso arriva dal territorio vitivinicolo di Asti in Piemonte, numerose sono le collaborazioni di Antonio Carpenè¹¹⁷ alla formulazione di tale processo produttivo. Il Metodo Italiano per risultato è simile all'alternativo Metodo Classico sviluppatosi in Francia, ma questa volta la seconda fermentazione del vino avviene in grandi recipienti detti autoclavi, piuttosto che in bottiglie di vetro. Sono due filosofie distinte che non generano una miglior alternativa, ma l'Italia decide di adottare per la spumantizzazione ciò che ha inventato da sé. Non è tutto. Infatti, il territorio di Conegliano Valdobbiadene assume questa strategia di lavorazione e negli anni la perfeziona, generando un'ulteriore specializzazione, oggi rinominata col termine "Metodo Valdobbiadene"¹¹⁸. Il vitigno Glera è particolarmente esaltato attraverso la fase di rifermentazione in autoclave¹¹⁹, dove i lieviti sfruttano la presenza degli zuccheri per generare anidride carbonica, la quale dà forma alle famigerate bollicine del Prosecco. Questo è sicuramente considerato uno dei primi elementi distintivi che già all'epoca permettono economicamente alla zona di crescere. In particolare nel secondo dopoguerra si verifica un incremento esponenziale degli impianti di produzione vitivinicola, attraverso lo sfruttamento del nuovo metodo di rifermentazione in grandi recipienti.

Nel frattempo, grazie alle innovazioni apportate un po' in tutti i settori, il XX secolo conferma il trend di crescita della viticoltura nell'area di Conegliano Valdobbiadene. La coltivazione della vite e la specializzazione in particolare nel Prosecco prendono piede e si diffondono generando inoltre le prime manifestazioni pubblicitarie legate al prodotto: è del 1924 la prima etichetta che identifica con la "dizione amabile il Prosecco dei Colli di Conegliano"¹²⁰. È forse questo un primo segno di un fenomeno in atto? Certamente sì, considerandolo in termini ambientali. Infatti, come già espresso in precedenza, fin dai tempi lontani le produzioni vitivinicole sono spesso legate al territorio d'origine, nel senso di voler appositamente far comparire nella

¹¹⁵ Formalmente il Metodo Italiano fu dichiarato nel 1919 e così applicato in diverse province quali Asti, Cuneo, Treviso, Reggio e Modena. Il procedimento prevedeva inizialmente il processo di fermentazione in grandi recipienti stagni di ghisa, da 50 a 150 ettolitri. Successivamente venne migliorato e velocizzato attraverso l'uso di autoclavi di acciaio che nel tempo l'industria aveva generato. Il risultato fu uno Spumante fruttato, aromatico e fresco. Il Metodo Italiano fu soggetto alle critiche francesi, le quali vietarono in territorio nazionale l'uso di tale processo, a favore del Metodo Classico.

¹¹⁶ Martinotti (1860-1924) studiò il metodo di rifermentazione controllata in grandi recipienti presso la Regia Stazione Enologica Sperimentale di Asti. In seguito il francese Charmat riprese tali studi definendo completamente il Metodo questa volta in autoclavi in acciaio, non più in legno.

¹¹⁷ Antonio Carpenè (1838-1902) fu un enologo italiano con pubblicazioni di tecnica e chimica enologica. Egli ha contribuito alla fondazione della Scuola Enologica di Conegliano.

¹¹⁸ <http://www.bortolomiol.com/it/metodo-charmat.php>

¹¹⁹ È un recipiente con coperchio a chiusura a pressione interna, il quale consente di raggiungere alte temperature.

¹²⁰ Zanfi A., 2011, "Atlante degli Spumanti d'Italia Metodo Italiano", Poggibonsi, Carlo Cambi Editore.

denominazione l'indicazione geografica, come simbolo distintivo e di originalità di un territorio. E' questo l'elemento sul quale puntare? Certo, l'ambiente, il territorio, il paesaggio sono l'opportunità per un settore agricolo qualsiasi, in questo caso quello vitivinicolo. Quell'indicazione "dei Colli di Conegliano" da riscontro di come gli operatori agricoli dell'epoca, forse incentivati dagli studi della Scuola di Enologia, pensassero già a una filosofia di questo genere, centrata sulla valorizzazione territoriale.

A sostegno di tale considerazione è la successiva nascita della cosiddetta Confraternita del Prosecco¹²¹, una sorta di associazione che vede coinvolti produttori e ricercatori accomunati dalla volontà di disquisire su temi legati alla valorizzazione del Prosecco, alle modalità di presentazione del prodotto. Se già si comincia a discutere in merito alla comunicazione del prestigio del vino locale, allora significa che c'è convinzione nei propri mezzi, riconosciuta già in altre terre del mondo probabilmente. Sono queste le basi che tracciano l'inizio della rivoluzione, sia economica sia ambientale. Con questo termine, è meglio specificare, s'intende in questo filone d'analisi la considerazione del territorio nella produzione del Prosecco, il riconoscimento del valore dello stesso come opportunità da sfruttare per ottenere ottimi risultati economici. Come si vedrà sono raggiunti in merito obiettivi veramente importanti e soddisfacenti, che fanno considerare positivo il contesto di riferimento in cui Perlage opera; tuttavia oggi la semplice considerazione del territorio in quest'ottica non è più sufficiente, si deve andare oltre, si deve parlare di sostenibilità ambientale e cambiamento climatico.

Serve però ritornare alla prima fase del mutamento culturale. Gli anni '30 dello scorso secolo registrano un forte insediamento di piantagioni coltivate a vite nelle aree collinari tra Valdobbiadene e Conegliano, segno dei primordi di uno sviluppo sociale che porta i segni di un crescente benessere legato agli effetti delle recenti innovazioni. Tuttavia bisogna aspettare la fine della 2° Guerra Mondiale per le prime novità in materia vitivinicola. L'idea rivoluzionaria prende spunto, infatti, solo nel 1962, quando un gruppo di uomini laboriosi e pensatori sono illuminati dalla volontà di unire le loro forze per far fronte comune a tutte le problematiche che possono insorgere nella coltivazione del Prosecco. Nasce così il primo Consorzio di Tutela¹²² della zona, composto inizialmente da undici soggetti¹²³. I dati relativi a questo periodo, parlano chiaro: vi sono ben 2639 famiglie che si occupano di Prosecco per 2896 ettari piantati in quattordici comuni; gli

¹²¹ La Confraternita del Prosecco nasce nel 1946 grazie ad alcuni enotecnici di Valdobbiadene (Isidoro Brunoro, Umberto Bortolotti, Giuliano Bortolomiol, Mario Geronazzo) con sede nella cantina di San Pietro di Barbozza (TV). È oggi composta da circa 120 membri che dibattono sul tema Prosecco.

¹²² Un Consorzio di Tutela è un'associazione volontaria di attori, della filiera produttiva del Prosecco in questo caso. Un Consorzio nasce con la precisa funzione di tutelare una produzione di enorme valore culturale, garantendone la qualità e diffondendone i valori.

¹²³ I fautori iniziali del Consorzio di Tutela sono: Barnabò, Bolla, Bortolomiol, Bortolotti, Brunoro, Carpenè, Da Dolt, La Grassa, Orlandi, Sammartini, Spina. Poco dopo si aggiunsero Agostinetto (fautore del Cartizze), Mionetto, Franco, Bisol e Ruggeri.

ettolitri di vino prodotti sono 347.520 per venti milioni di bottiglie di spumante già vendute, in parte anche all'estero¹²⁴.

Alla formazione del Consorzio contribuisce in particolare la Scuola Enologica guidata dal professor Italo Cosmo (1905-1980), la quale, sulla scia della Legge approvata dal Ministero dell'Agricoltura nel 1963 in merito alla costituzione delle Denominazioni di Origine Controllata¹²⁵, traccia l'idea e le prospettive future. Il governo italiano di quegli anni offre l'input per un passaggio fondamentale. Il coraggio degli uomini del tempo non si è fatto attendere e il 1969 rappresenta una tappa di storia importante, con il riconoscimento della **D.O.C. al Prosecco di Conegliano e Valdobbiadene**. Ma è utile capire cosa questo può significare e per farlo serve mettersi nei panni dei viticoltori dell'epoca. Il periodo senza dubbio non è dei più semplici, dato, l'importante sviluppo economico industriale che spinge molti lavoratori ad abbandonare l'attività contadina per dedicarsi ad altre produzioni. Tuttavia si può pensare che questi pochi viticoltori comprendano l'importanza e l'opportunità di continuare un percorso lavorativo difficoltoso, che non garantisce probabilmente le certezze offerte da altri settori. Questo però non scoraggia gli amanti del buon vino, gli appassionati di una tradizione così forte e rilevante tramandata dai loro avi. Qualcuno probabilmente guarda alla sfida con pessimismo e paura. Introdurre una Denominazione di Origine Controllata indica in qualche modo darsi delle norme, vincolarsi a delle linee di comportamento obbligato che non tutti magari sanno accogliere. Serve, infatti, tenere un albo in cui sono trascritti tutti i vigneti, indicandone le rese e i criteri per identificare una qualità minima, specificando i possibili luoghi di imbottigliamento.

La D.O.C. prevede, dunque, l'inserimento di un Disciplinare di Produzione, una sorta di elencazione di regole in merito alla produzione di Prosecco in questo caso. L'obiettivo finale è sì quello di controllarsi a vicenda, garantendo allo stesso tempo innanzi al consumatore dell'epoca una qualità di vino sempre maggiore. Prima di essere commercializzato, il prodotto finale è dunque controllato attraverso un'analisi fisico-chimica tesa a valutarne la qualità organolettica, nel rispetto delle regole impartite dal Disciplinare di Produzione. Quei produttori innovatori che danno inizio a questo cambiamento sono da ammirare per il coraggio dimostrato, regalando un futuro roseo all'area della Denominazione. È l'esempio storico e lampante di come ci si dovrebbe comportare oggi nella stessa zona. Unendo le forze si dovrebbero sfidare le nuove problematiche attuali che il mercato internazionale propone e che saranno più avanti analizzate.

¹²⁴ Zanfi A., 2011, "Atlante degli Spumanti d'Italia Metodo Italiano", Poggibonsi, Carlo Cambi Editore.

¹²⁵ La Denominazione di Origine Controllata è un marchio italiano che certifica la zona di origine e delimita geograficamente l'area da cui sono raccolte le uve per la produzione del vino sul quale viene apposto il marchio.

Il territorio di Conegliano Valdobbiadene è tra i primi a ricevere la Denominazione di Origine Controllata, segno che il Prosecco ha un gran futuro. La D.O.C. istituita nel 1969 però si può osservare anche da un altro punto di vista, ossia in termini ambientali. Questo è da ritenere uno dei primi segnali che indicano la consapevolezza del viticoltore in merito alle potenzialità del territorio in cui opera. La Denominazione, infatti, non indica semplicemente un maggior controllo sulla qualità fisica del prodotto, ma lega indispensabilmente la produzione dello stesso a una determinata area geografica. Il Prosecco D.O.C. è così per la prima volta sottoposto a tutela perché, nella sostanza, può essere prodotto solo in quello specifico territorio di 15 Comuni dell'Alta Marca Trevigiana. A questo serve la denominazione, a tutelare la tipicità del prodotto e soprattutto il viticoltore che tanto fatica per realizzarlo, un vino dai connotati unici e irripetibili altrove. È chiaramente un primo spunto che in quegli anni sicuramente ha una sua importanza ed è sicuramente da riconoscere come incremento di legame tra economia e ambiente nel settore vitivinicolo considerato per l'analisi qui intrapresa. La D.O.C. è utile per affermare la qualità del Prosecco come prodotto riconosciuto fuori dall'area, legato all'ambiente naturale e all'aspetto antropologico cui si riferisce, nel rispetto di uno specifico Disciplinare di produzione¹²⁶.

Un altro marchio che è poi utilizzato in seguito per la produzione del Prosecco è l'I.G.T.¹²⁷, ovvero l'Indicazione Geografica Tipica. Questa connotazione in particolare è sfruttata un po' in tutto il Nord Est Italia, per indicare la produzione del Prosecco che non sia insita nella zona particolarmente vocata dei Comuni appartenenti alla Denominazione di Origine Controllata. Il vitigno Glera (sinonimo di Prosecco) è coltivato, infatti, un po' in tutte le province delle Regioni geografiche Veneto e Friuli Venezia Giulia. Tuttavia è fatta questa distinzione che nasce dalla minor severità del marchio I.G.T., rispetto al D.O.C.. L'indicazione Geografica Tipica ha sempre la volontà di controllare la qualità organolettica del vino prodotto, ma presenta un insieme di regole meno restrittive. L'area geografica presa in considerazione è, infatti, più ampia e difficile da

¹²⁶ Il disciplinare dell'epoca prevedeva anche la presenza, all'interno della Denominazione di Origine Controllata, di un'altra area particolare denominata "Superiore di Cartizze", la quale è estremamente ridotta a soli 106 ettari, dalla quale si afferma nasca uno Spumante d'Eccellenza, più corposo, fragrante e ricco. Nell'area della D.O.C. è possibile poi produrre vino "frizzante" col vecchio Metodo a fermentazione naturale in bottiglia, dal gusto più secco, facilmente abbinabile al pane fatto in casa e salumi locali. Il disciplinare prevede l'indicazione della resa massima per ettaro e della quantità di uva massima che si può trasformare in vino. Nell'etichetta devono comparire eventuali sottozone, frazioni da cui proviene l'uva indicando inoltre eventuali tecniche di vinificazione.

¹²⁷ Tale denominazione è usata per indicare i migliori vini da tavola ottenuti da aree di produzione più ampie rispetto ai vini DOC e DOCG, ottenuti da uve determinate, provenienti da territori ben definiti che a volte interessano più Regioni. Tale denominazione dunque è utile al consumatore per conoscere la zona di produzione della bevanda. Al nome designato si può aggiungere il colore dei vini e il nome dei vitigni. L'IGT non può utilizzare il nome di Regioni o zone utilizzate per le DOCG, o le DOC. Il vitigno può essere menzionato unicamente quando la zona vitivinicola è di dimensioni significative. I vini da tavola possono derivare anche da "tagli" fatti miscelando svariati vini di qualunque zona. In tali casi non saranno riconosciuti vini IGT e potranno essere venduti anche con nomi di fantasia o con il marchio del produttore. E' vietato, su tutto il territorio italiano, impiegare le uve da tavola per ottenere vini a denominazione di origine o a indicazione geografica tipica.

controllare. Tanto è vero che il marchio è scomposto in ben cinque sottozone ancor oggi individuabili¹²⁸.

Questo è un po' il quadro dell'epoca, il quale riconferma, in seguito a questi mutamenti, il carattere vocazionale vitivinicolo dell'area del Prosecco D.O.C. di Conegliano Valdobbiadene. Ne è testimonianza quest'eccellente valutazione proposta da Agostino Puppo¹²⁹ nel 1969: “ Ora, si può con tutta tranquillità affermare che il sistema collinare che si estende, con asse generale Ovest-Sud-Ovest / Est-Nord-Est, per la lunghezza di circa 25 chilometri, fra la Valle del Piave al suo sbocco in pianura e la stretta di Serravalle, limitato a Nord dal solco del Soligo e digradante a Sud verso Conegliano, in corrispondenza della quale il sistema raggiunge il suo massimo sviluppo in senso meridiano, di circa 14 chilometri, gode di un clima particolare, che si può definire di tipo collinare ideale”¹³⁰. Parole semplici, ma che fanno comprendere ancora una volta l'individuazione delle potenzialità che tale territorio può offrire. È l'inizio del mutamento. Non se ne accorgono solo quegli undici fondatori del Consorzio di Tutela, ma a essi si aggiungono imprenditori, giovani intraprendenti e volenterosi, figli spesso di generazione di nonni legati alla loro tradizione, al loro territorio, al loro ambiente naturale. Si è di fronte a qualcosa di originale che sa distinguersi davanti al mondo per forme geografiche e composizione fisica dei suoli.

Il quarantennio che segue denota una crescita economica costante della Denominazione di Origine Controllata del Prosecco di Conegliano Valdobbiadene. È notevole la spinta alla collaborazione nel tempo tra organi produttivi e scientifici. Il Consorzio di Tutela pone inizialmente al centro del suo lavoro il miglioramento qualitativo del vino, nonché il rafforzamento delle conoscenze tecniche legate alla coltivazione viticola. Non manca tuttavia negli anni successivi l'attenzione e la preoccupazione per le problematiche legate alla vendita del prodotto, soprattutto innanzi al sopravanzare sul piano internazionale di nuovi competitors. Nel momento in cui si capisce che il Prosecco ha enormi potenzialità anche all'estero, è necessario saperlo comunicare, saperlo divulgare, offrendo allo stesso tempo un ottimo rapporto qualità-prezzo. I primi rappresentanti del Consorzio di Tutela e alcuni produttori dell'epoca si rimboccano le maniche per non precludere le vendite fuori nazione; grazie a loro pian piano la conoscenza del Prosecco oltre i nostri confini si è fatta via via sempre più consistente, raggiungendo, come si vedrà, dei livelli di fama molto forti. Allo stesso tempo non è venuta meno l'attenzione per le innovazioni in campo vitivinicolo, per la ricerca portata avanti grazie alla Suola Enologica di Conegliano e al Centro di Ricerca per la Viticoltura.

¹²⁸ L'Indicazione Geografica Tipica si componeva in: Vini IGT Colli Trevigiani, Vini IGT delle Venezie, Vini IGT della Marca Trevigiana, Vini IGT del Veneto e Vini IGT dell'Alta Livenza.

¹²⁹ Agostino Puppo fu docente dell'allora Istituto universitario di Venezia.

¹³⁰ Gaiotti F., Tomasi D., 2011, “*I terriori della Denominazione Conegliano Valdobbiadene*”, Conegliano, Centro di Ricerca per la Viticoltura.

Un altro punto forte e rilevante giunge però nel 2003, quando l'area del Prosecco D.O.C. è riconosciuta come **Primo Distretto Spumantistico d'Italia**¹³¹. L'ottica con cui si deve ora osservare questo evento è data dalla solita modalità applicata per l'analisi che si sta conducendo. È, infatti, importante capire che valore possa avere l'applicazione del termine Distretto in relazione alle conseguenze economiche che ne posso scaturire, ma soprattutto in termini ambientali, ricollegandosi ancora una volta alla valorizzazione del territorio stesso. Si nota innanzitutto che i prerequisiti utili al fine di individuare un distretto territoriale sono: “un territorio chiaramente identificato, una pluralità di piccole e medie imprese, focalizzate in una produzione di filiera e immerse in una struttura di relazioni economiche sociali e culturali che operano all'interno del territorio e che trovano radici nella storia e nelle tradizioni della società locale”¹³².

È importante notare come sia messa subito in luce la centralità nell'inquadrare uno specifico territorio geografico come la base per la formazione del distretto. Elemento che per il Prosecco già emerge prima, nell'acquisizione della Denominazione di Origine Controllata dal 1969. Dare il riconoscimento a quell'area di quindici Comuni a Distretto, significa ribadire ancora una volta l'importanza dell'ambiente per la produzione stessa, per la sua identificazione. Lo sostiene dunque la Regione Veneto che attraverso dei programmi di finanziamento favorisce nei primi anni duemila la valorizzazione di un sistema organizzativo di produzione così definito, il Distretto produttivo. A tale obiettivo collaborano un po' tutte le istituzioni legate al settore, a riprova che vi è la convinzione che questo mezzo già utilizzato in altre zone nel passato, possa essere strumento di efficiente crescita anche per gli anni futuri. La zona geografica è chiaramente identificata da tempo e quindi l'elemento territorio esiste e va riconosciuto e tutelato, incentivando quella produzione vitivinicola particolare che negli anni conduce alla specializzazione del Prosecco D.O.C. in più versioni, Spumante, Frizzante, Tranquillo e Superiore di Cartizze¹³³.

In questi luoghi particolarmente vocati la tradizione dell'uva risale al 1700, segno che la radicalità tra uomo e territorio ha modo di svilupparsi. In altre parole il riconoscimento a distretto è probabilmente una conseguenza del tutto ovvia, quasi scontata, come se il sistema lì generatosi lo meritasse. Ma che cosa si vuole raggiungere attraverso tale strumento? Si può pensare che, innanzi ad un contesto internazionale sempre più competitivo, il distretto sia un premio per le capacità fino a qui sviluppate, ma anche un incentivo a fare meglio. Lì dove vi è, infatti, un'organizzazione d'imprese più o meno grandi, tutte concentrate su una determinata produzione specializzata, si può

¹³¹ Il Distretto del Prosecco di Conegliano Valdobbiadene è uno dei dodici distretti del settore agroalimentare nazionale. I Distretti sono una modalità organizzativa tipica del sistema industriale italiano che ben funziona. Questo Distretto è stato costituito attraverso la Legge Regionale 8/2003 della Regione Veneto.

¹³² Volpe M., “Collaborazione tra imprese e strategie di sviluppo: il ruolo dei Distretti”, *Rapporto 2008 del Centro Studi di Distretto*, 101.

¹³³ La distinzione opportuna tra le quattro categorie sarà opportunamente ripresa in seguito.

creare qualcosa di unico. Allo stesso tempo dovrebbero svilupparsi nel gruppo sia spinte volte alla collaborazione, sia una maggior competizione tra le imprese stesse. L'obiettivo comune deve essere in particolar modo l'innovazione. Come già storicamente osservato, dagli studi e dalle capacità intellettuali l'uomo sa creare sviluppo, crescita economica che permette di migliorare il suo benessere. L'abbiamo notato in questo settore con la nascita della Scuola di Enologia, primo elemento utile a realizzare un vino sempre migliore, grazie a studi puntuali in merito alle tecniche enologiche.

All'interno dell'area di Conegliano e Valdobbiadene la vicinanza fisica e la collaborazione tra imprese e vari enti a esse collegati permettono lo sviluppo di una sinergia tipica delle realtà distrettuali; la conoscenza è spesso condivisa e non trattenuta semplicemente da un singolo. La storia in merito vede nella zona la coesistenza nel tempo di capacità tacite, esercitate da chi la terra la conosce e lavora da una vita, e capacità sviluppate attraverso studi specifici tecnico-scientifici. Legare questi due connotati non è sicuramente facile, soprattutto quando si ha a che fare con personalità poco aperte alla novità, ancora troppo legate al loro sapere tacito, giusto perché un tempo si facevano le cose in un certo modo, e così dovrebbe andare. È questo l'aspetto critico che oggi ancora fa pensare; il distretto dovrebbe contenere soggetti capaci di relazionarsi tra loro per una crescita comune, senza la presunzione di sapere già più degli altri, solo per l'esperienza personale maturata nel corso degli anni di lavoro.

Bisognerebbe, come propone la Regione Veneto, indirizzare gli sforzi a una combinazione fra tradizione e innovazione, creando così un gioco di squadra in cui ciascuno collabora all'interno della filiera al bene comune, in relazione alle capacità possedute. In questi ultimi anni pare che le istituzioni locali sono particolarmente dedicate a tale impegno, credendoci fino in fondo. Ne è esempio l'operato del Centro Studi di Distretto, appositamente creato con lo scopo di capire le dinamiche interne alla filiera, nonché analizzare l'interazione di questa con tutto il mondo che la circonda. Alla costituzione del distretto, questo Ente contribuisce per "sostenere la fase di start up, creare gli strumenti idonei sfruttando al meglio le risorse limitate, responsabilizzare le imprese coinvolgendole in prima persona e rendendole artefici del proprio successo, rendere autonomo il sistema"¹³⁴. L'obiettivo è di far crescere la conoscenza nel Distretto stesso, mettendo ciascun singolo produttore nell'ottica di potersi confrontare con la realtà produttiva in cui è inserito. Proprio per questo sono iniziate opportune analisi di raccolta dei dati in modo anonimo tra quasi tutte le imprese del distretto. Dal 2006 questo permette al Centro Studi di elaborare preziose informazioni, per offrire a tutti gli stakeholders interessati un Rapporto Annuale che illumini sulla situazione socio economica del distretto stesso. Tabelle, grafici e commenti che indicano statisticamente la

¹³⁴ Vettorello G., 2008. "Cambiare con metodo", *Conegliano Valdobbiadene Terra del Prosecco DOC*, 5, 26.

produzione di Prosecco nelle sue diverse vesti (Spumante, Frizzante, Tranquillo e Superiore di Cartizze), offrendo informazioni sulla vendita italiana o estera e sulle modalità di commercializzazione. Questo permette a ciascun soggetto coinvolto nella filiera di capire a che punto si è arrivati, per condividere successive strategie di successo in futuro.

Riassumendo dunque il Distretto del Prosecco è localizzato in un determinato territorio, quello tra Conegliano e Valdobbiadene, e presenta un nucleo d'istituzioni che collaborano alla realizzazione dei suoi obiettivi: la Regione Veneto, la Scuola di Enologia, il Consorzio di Tutela, il Centro per la Ricerca in Viticoltura, la Camera di Commercio di Treviso. A questo è utile integrare inoltre la presenza nel territorio di tutto l'indotto collegato al Distretto stesso. Ruolo estremamente fondamentale è da rinvenire nella cosiddetta "Meccanica Dedicata"¹³⁵, composta da un gruppo di imprese che appositamente si dedicano alla costruzione di materiale e macchinari utili alla viticoltura trevigiana. Anche in questo caso elemento favorevole è sicuramente la vicinanza fisica tra soggetti coinvolti, aspetto centrale per la diffusione della conoscenza e dell'innovazione anche in questi termini. Vi è poi l'attività agrituristica¹³⁶ che negli anni si è pesantemente radicata in un territorio che fa dei prodotti tipici locali la sua forza. Il binomio Vino e Spiedo è riconosciuto notevolmente all'interno della zona, ma anche da chi più volte ha potuto visitare queste splendide colline e soffermarsi in un agriturismo per gustarne i sapori tipici.

2.1.4 IL RUOLO DEL DISTRETTO PER UNA VITICOLTURA SOSTENIBILE

Si prende atto dunque di come "Il distretto è l'unico strumento istituzionale che possa garantire un coordinamento delle diverse azioni per perseguire un fine generale utile per tutti gli attori del territorio"¹³⁷. Quanto emerso finora in merito al distretto denota quindi sicuramente un'analisi positiva, soprattutto per quanto riguarda l'incentivo alla diffusione della conoscenza e dell'innovazione, come osservato da Regione e dal Centro Studi di Distretto. Tuttavia c'è da chiedersi se è tutto oro ciò che luccica. L'obiettivo dell'analisi che si propone, è valutare quanto in termini pratici sia valida l'adozione della strategia di produzione "distretto", nell'area del Prosecco;

¹³⁵ AA.VV., 2008, "Rapporto 2008. Analizzare il presente per progettare il futuro.", Conegliano, Centro studi di distretto. In provincia di Treviso le aziende che si dedicano alla generazione di materiale utile al settore vitivinicolo sono poche, vi è comunque un valido supporto da parte di rappresentanti delle più rilevanti imprese produttrici di macchinari e trattori per le lavorazioni in vigneto. È facile la comunicazione di tutte le principali innovazioni tecnologiche alle aziende vitivinicole le quali spesso, a causa della loro limitata dimensione, optano per pochi acquisti mirati. Difficile è la tendenza a scegliere macchinari complessi, proprio perché la ripidità del territorio richiede delle lavorazioni manuali che solo l'uomo può garantire. Scarso è dunque l'utilizzo di strumenti ad alto livello innovativo, come ad esempio le macchine per la vendemmia.

¹³⁶ Nel territorio della Denominazione incontriamo ben 93 attività agrituristiche al 2006 (AA.VV., 2006, "Evoluzione del Distretto e dinamiche dei mercati 2004/2006.", Conegliano, Centro studi di distretto). Molto spesso questi agriturismi sono legati alla ristorazione, proponendo anche il pernottamento accanto alla degustazione di ottimi cibi e vini.

¹³⁷ Volpe M., 2008. "Collaborazione tra imprese e strategie di sviluppo: il ruolo dei Distretti." *Rapporto 2008 del Centro Studi di Distretto*, 110.

a tale scopo in particolare è utile domandarsi se quello formatosi nel 2003 in questa zona tra Conegliano e Valdobbiadene sia veramente da considerarsi, nella sostanza, un distretto. L'esito dovrà portare nelle valutazioni conclusive all'elaborato, a comprendere se quest'area così istituita sarà in grado di far fronte alle sfide future proposte dal mercato globale. Con ciò ci si riferisce alla problematica della sostenibilità ambientale e del cambiamento climatico. La possibile novità introdotta dall'azienda Perlage con l'adozione del Protocollo Ita.Ca.¹³⁸ sarà ritenuta un'opportunità anche dalle altre imprese del distretto? Quanto il contesto socio-economico analizzato è in grado di sostenere un progetto di tale calibro?

La risposta che ora si offre, è solo una breve anticipazione di quanto sarà ripreso in seguito, tuttavia vale la pena parlarne. Preso atto che sia fondamentale la presenza di una struttura forte come quella del distretto per riunire diversi interessi a una strategia comune, è da ritenere del tutto idilliaca l'affermazione fatta da un responsabile del Distretto del Prosecco di Conegliano Valdobbiadene nel 2008, secondo cui "le aziende produttrici del Distretto hanno imparato a condividere i valori, a rafforzare il dialogo, a lavorare tutte nella stessa direzione"¹³⁹. È ovvio che tale versione dei fatti sia in parte condivisibile, altrimenti non ci sarebbe coerenza con quanto detto finora. Tuttavia una critica va espressa, a sprone di individuare quei piccoli punti che andrebbero cambiati, modificati. L'affermazione fatta nasconde, infatti, dei problemi storici che chiaramente non possono emergere innanzi al consumatore, in particolare quello estero. Ma chi sta dentro al settore e lo vive tutti i giorni come esperto capisce che quella condivisione di valori, quel dialogo teso a una direzione comune, è ancora oggi purtroppo un semplice obiettivo al quale si spera di pervenire quanto prima. C'è, infatti, molto da fare in questi termini.

Come già in precedenza spesso si osservava, la presunzione e la sapienza tacita di alcune persone conducono a rovinare il lavoro intrapreso da altri soggetti più propositivi. Capita parecchie volte all'interno di riunioni o incontri legati al Consorzio di Tutela, di rinvenire comportamenti così poco "unitari" e discriminatori tra colleghi viticoltori che operano nel raggio massimo di distanza pari a quindici chilometri. Una cosa incredibile e se si vuole estremamente mortificante. Eppure accade. Gli italiani, in questo caso i veneti, sono così. Forse per la paura di perdere ciò che hanno tra le mani. Chissà. Il conflitto tra i due poli della Denominazione è ancora oggi vivo e poco produttivo. A questi incontri, capita, infatti, che personaggi operanti nell'area ovest della zona rivendicano il fatto che, la Denominazione debba essere solamente legata al paese Valdobbiadene; ovvia conseguenza è l'infiammazione dei colleghi coneglianesi che minacciano, chiedendo con toni accesi, se debbano allora togliersi dall'area di produzione considerata. C'è dunque da chiedersi se

¹³⁸ Ita.Ca sta per Italian Carbon Calculator, ed identifica il Protocollo che Perlage sceglie per calcolare le emissioni di anidride carbonica nella propria produzione vitivinicola. Tale progetto sarà oggetto d'analisi in seguito.

¹³⁹ AA.VV., 2008, "Rapporto 2008. Analizzare il presente per progettare il futuro.", Conegliano, Centro studi di distretto.

una situazione così possa creare quel gioco di squadra che tanto è utile alla diffusione della conoscenza, dell'innovazione. Purtroppo questo trasmette come i problemi siano ancora molti e il Consorzio di Tutela debba applicarsi per eliminarli.

Quando ci si presenta nel mercato internazionale, questi giochetti legati alla guerra tra paesini vicini non servono, sono poco profittevoli per il bene comune della denominazione. All'estero prima ricercano l'Italia, poi il Veneto e poi nient'altro. Al consumatore non interessa che sia indicato il nome di uno o due paesi, ma basta aver la concezione della zona, dell'area. La scala geografica di percezione è persa, diminuisce man mano che ci si allontana. Il conflitto tra le due aree porta solo a dei circoli viziosi interni al Distretto, che non giovano ad un lavoro unito, di squadra. Bisogna superare la storicità di tali contrasti, cercando il modo più adatto a superarla, puntando su valori più nobili. Il Consorzio o chi di dovere dovrebbe perciò condurre la comunità dei viticoltori a ragionare su obiettivi che siano nobilitanti per tutti, scordando così questo problema. La denominazione è unica. Serve evidenziare al meglio ciò che le due realtà così vicine di Conegliano e Valdobbiadene posso fare assieme, sottolineando i concreti risultati che ne possono derivare, partendo proprio dal successo economico ottenuto finora. Occorre condividere progetti dai valori etici e responsabili verso la realtà territoriale che ogni giorno i produttori vivono.

La base di tutto sta nella conoscenza e in mentalità aperte a mettersi in gioco, ad accettare la critica come elemento costruttivo. È questo ciò che manca probabilmente. Serve forse un ricambio generazionale? Forse sì. Ci vogliono buone teste come si dice. Manca un po' di professionalità. È facile pensare che l'asprezza, la poca apertura alla novità dei vecchi viticoltori sia spesso legata al soldo facile che in questi anni di successi sono riusciti ad ottenere. Merito loro va sicuramente riconosciuto ed è normale. La fatica di coltivare colline così pendenti, il lavoro fatto a mano porta a riscontri economici validi certamente. Serve però spronare ad aprirsi a nuove idee, proprio perché il mondo lo chiede, il consumatore lo vuole. Unire dunque le forze e garantire un futuro alla Denominazione del Prosecco di Conegliano Valdobbiadene è la ricetta giusta.

Dopo questa breve ma intensa parentesi, si torna ora ad osservare la crescita economica del Prosecco, in particolare in seguito alla dichiarazione dell'area quale Primo Distretto Spumantistico d'Italia¹⁴⁰ nel 2003. Se da un lato dunque i problemi interni non mancano, viceversa la sinergia creata tra il Consorzio di Tutela e gli altri enti incentivano delle politiche di marketing sicuramente positive, che regalano risultati economici crescenti, nonché una maggiore attenzione per la valorizzazione del territorio, dell'ambiente. La costituzione del distretto è dunque economicamente

¹⁴⁰ Il Distretto del Prosecco di Conegliano Valdobbiadene è uno dei dodici distretti del settore agroalimentare nazionale. I Distretti sono una modalità organizzativa tipica del sistema industriale italiano che ben funziona. Questo Distretto è stato costituito attraverso la Legge Regionale 8/2003 della Regione Veneto.

profittevole, generando nel quinquennio 2003-2007 crescite delle produzioni totali e dei volumi di spumante venduti intorno al 45%, con incrementi sia nel mercato nazionale sia estero¹⁴¹. Segno che il Prosecco ha le capacità per funzionare in un contesto sempre più globalizzato, recependo le più complesse esigenze dei consumatori.

TABELLA 3: ALCUNI DATI SULL'AREA DEL PROSECCO DI CONEGLIANO E VALDOBBIADENE

	Superficie in ettari	Case Spumantistiche	Bottiglie Prodotte	Bottiglie Esportate	Bottiglie Esportate (%)
2005	4.500	153	44.000.000	14.000.000	31,81
2006	4.500	153	49.200.000	15.500.000	31,50
2007	4.830	160	57.300.000	14.600.000	25,48
2009	6.100	166	60.840.000	21.172.320	34,80

Fonte: Elaborazione propria da dati del Centro Studi di Distretto (AA.VV., 2008, *"Rapporto 2008. Analizzare il presente per progettare il futuro."*, Conegliano, Centro studi di distretto. AA.VV., 2006, *"Evoluzione del Distretto e dinamiche dei mercati 2004/2006."*, Conegliano, Centro studi di distretto. AA.VV., 2010, *"Rapporto 2010, I numeri del Conegliano Valdobbiadene."*, Centro studi di distretto)

Nella tabella 3 si riportano alcuni dati indicativi per quanto riguarda quattro annate del periodo 2005-2009: esse denotano come già affermato che la crescita della Denominazione si sta compiendo, sia attraverso un incremento della superficie in ettari, che con l'aumento delle aziende coinvolte nel Distretto Enologico del Prosecco. Allo stesso tempo le bottiglie prodotte avanzano nel primo biennio (2005-2007) di ben tredici milioni, rimanendo tuttavia quasi del tutto inalterata la quantità delle stesse, destinata al mercato estero. È un andamento che un po' colpisce, perché indica l'indirizzo della maggior produzione al mercato nazionale. Non che questo sia un male, certamente, ma c'è da chiedersi se qualcosa non si sia inceppato nelle politiche di valorizzazione intraprese dal Distretto verso il mercato internazionale. Viceversa, il biennio successivo (2007-2009), rispecchia una crescita della produzione più moderata, con un aumento di circa tre milioni e mezzo di bottiglie. C'è però un'inclinazione di tendenza. Questa volta sono le esportazioni in forte ascesa, le quali raggiungono il 34.8 per cento della produzione totale. Ciò significa, in altre parole, che c'è

¹⁴¹ AA.VV., 2008, *"Rapporto 2008. Analizzare il presente per progettare il futuro."*, Conegliano, Centro studi di distretto.

stata una consistente riduzione dei consumi nazionali, opportunamente rimpiazzati dalla maggiore domanda estera.

Che considerazioni si possono allora trarre da queste valutazioni prettamente statistiche? In primo luogo confermano sicuramente l'andamento economico positivo del Distretto, promettendo una crescita adeguata anche per il futuro. Il tasso d'incremento della produzione complessiva è leggermente calato nel tempo, ma si attesta comunque su valori indicativi che collocano tale realtà come una delle poche a livello italiano che ancora funziona e crea sviluppo. In termini di consumi nazionali, si può pensare che quel calo riferito al 2009 sia sicuramente legato alla crisi economica attuale, generatrice di una riduzione del benessere generale per le famiglie italiane. Siamo, infatti, sempre più poveri e talvolta disoccupati, con numerosi mutui a carico per l'acquisto di case o beni primari. Il vino, per quanto buono e di qualità possa essere, diventa comunque una bevanda non di prima necessità. Il mercato del Bel Paese subisce così una battuta d'arresto con un calo notevole dell'ottimismo sui consumi in generale. Ecco dunque la spiegazione al calo della domanda. Il Prosecco è ben destinato a una fascia di consumatori dal reddito medio alto¹⁴². Tuttavia non manca la fidelizzazione alla marca, e il vino dei nostri colli trevigiani è ben conosciuto a livello nazionale e notevolmente apprezzato.

Serve ora però puntare l'attenzione su un'altra considerazione importante. Il primo biennio visto mostra una sostanziale eguaglianza nella quantità di bottiglie prodotte destinate al mercato estero, con l'effettiva puntualizzazione che forse qualcosa è presagio delle strategie negative da parte del Distretto. Poi però i dati sorprendono di nuovo, dimostrando che nel passaggio dal 2007 al 2009 l'incremento oltralpe è stato particolarmente indicativo. È allora necessario chiedersi che cosa è accaduto nel frattempo. Sono anni in cui probabilmente sono sostenute le promozioni nei mercati più promettenti di Stati Uniti, Corea, Giappone, Regno Unito e anche della Cina¹⁴³. Quale motivazione o piano strategico permette di ottenere tale successo nelle dinamiche internazionali? Potrà sembrare strano, ma dietro a tutto questo è da rinvenire l'importanza riservata all'ambiente, al territorio in cui la vite è coltivata con amore, i vigneti delle, oggi possiamo dire famose, colline tra Conegliano e Valdobbiadene. Prima però di precisare i termini in cui questo avviene, è necessario focalizzarsi sulle tendenze culturali presenti nel settore vitivinicolo locale ante 2009, anno in cui si compirà il grande salto di qualità.

Dopo quasi quarant'anni dall'introduzione della Denominazione di Origine Controllata serve chiedersi se questa sia ancora completamente efficiente e competitiva innanzi ai mutamenti

¹⁴² <http://www.marcadoc.it/2011/Prosecco-i-dati-del-Conegliano-Valdobbiadene.htm>

¹⁴³ AA.VV., 2008. "Una DOC in buona salute." *Conegliano Valdobbiadene Terra del Prosecco DOC*, 2, 17.

della domanda. Con il 2007 si registra, infatti, una consistente riduzione nei consumi di vino in generale a livello mondiale. Lo ricorda la seguente Figura:

FIGURA 5:



FONTE: ELABORAZIONE PROPRIA DA DATI OIV

Per quanto riguarda il Prosecco, il calo di richieste è soprattutto interno, nazionale. Come detto, il vino non è un bene di primissima necessità, rientrando nei tagli che per primi sono adottati tra le spese familiari. Tuttavia, come meglio si vedrà, la crescita nelle vendite del Prosecco locale non subirà contraccolpi, anzi continuerà ad aumentare; segno di strategie distrettuali corrette e valide a sostenere tale produzione nel medio lungo termine. Fino al 2007 il successo del Prosecco è “dato dalla capacità della denominazione di ascoltare il mercato e modificare il proprio approccio con le mutate esigenze dei consumatori ma anche dalla scelta di mantenere un equilibrato rapporto qualità-prezzo che ha saputo conquistare la fiducia del mercato”¹⁴⁴. Tutti aspetti positivi che conducono a una vittoria netta sul piano internazionale, garantendo sempre una maggior qualità del vino, il quale nella sua versione Spumante in particolar modo, è compreso dal consumatore al quale è così trasmesso uno stile di bere italiano e unico.

Chiaramente però tutto questo non basta, e l’hanno compreso abbastanza bene i produttori della zona, i quali si son adeguati alle nuove esigenze del consumatore. Come? Attraverso la valorizzazione degli elementi immateriali ed estrinseci che passano nella mente di coloro che, degustano un buon calice di Prosecco. Si è dunque capito che per il consumatore il vino non è oggi solo qualità organolettica superiore, ma è tradizione, la quale parte dal luogo di nascita della coltura considerata, dal territorio in cui è radicata. E l’ambiente in questo caso ben s’identifica con l’idea di

¹⁴⁴ AA.VV., 2007. “Analisi di un fenomeno di successo.” *Conegliano Valdobbiadene Terra del Prosecco DOC*, 5, 7.

paesaggio, strumento semplice ma altrettanto importante perché attraversa spesso le menti umane nel momento della scelta relativa all'acquisto di un bene che è frutto della terra, il vino ad esempio. L'ideologia è questa: "Il territorio è buono e quindi il suo vino è buono!"¹⁴⁵

La nuova tendenza evolutiva è tesa quindi a considerare di qualità un vino non solo per le sue saporite bollicine, per i suoi profumi amabili dal retrogusto fruttato. Chi produce il vino deve capire che dietro a ciascun sorso sono evocate emozioni, sentimenti che spesso, fanno ricordare al consumatore, esperienze di vita, occasioni in cui ha potuto visitare il territorio in cui quel frutto è maturato. Eccone l'evoluzione. Il paesaggio diventa elemento focale per ricordare la tradizione, la cultura, la storia che è contenuta in un calice di bianco. La nuova strategia di marketing sta proprio nel comprendere che esiste oggi un legame forte tra vino e territorio. La vite è elemento della terra e a essa deve identificarsi. Il consumatore osserva e degusta un buon vino e contemporaneamente la sua mente viaggia lungo discese verdi e colline ripide, mai noiose perché così profondamente variabili all'interno del loro contesto scenografico. È utile riportare quest'espressione pienamente adatta, a comprendere come il vino sia capace di incidere in sé il valore aggiunto dato dal paesaggio: "Guardiamo con gli occhi, ma vediamo con i ricordi, le impressioni, le esperienze e le letture precedenti. Guardiamo con gli occhi del corpo, ma vediamo anche, o forse soprattutto, con gli occhi della mente"¹⁴⁶.

La viticoltura in generale, deve quindi prendersi cura del paesaggio in cui è insita non solo perché lo richiede il consumatore, che sicuramente va accontentato, ma anche nel rispetto di valori etici legati alla sostenibilità dell'ambiente. Se, infatti, si vuole continuare a trarne vantaggi economici da tale attività, è fondamentale non deturpare irreperibilmente il territorio in cui si opera. Si deve garantire una crescita tendenzialmente illimitata di tale produzione agricola, nella scia di ciò che i nostri avi sono riusciti a creare e modellare in un paesaggio così profondamente bello, tuttavia fragile allo stesso tempo. La viticoltura è dunque responsabile non solo della conservazione del territorio, ma anche della sua stessa esistenza. Tutti devono operare coesi, perché talvolta anche un singolo comportamento negligente può rivelarsi distruttivo verso la collettività. Si può pensare ad esempio all'utilizzo poco corretto di alcuni diserbanti, con il risultato di eventuali vigneti "bruciati"¹⁴⁷; oppure alla presunzione di certi viticoltori che difficilmente accettano i consigli utili di tecnici preparati e capaci di dare delle valutazioni opportune in merito ai trattamenti da adottare

¹⁴⁵ AA.VV., 2008. "Una gemma dal valore inestimabile chiamata paesaggio." *Conegliano Valdobbiadene Terra del Prosecco DOC*, 1, 29.

¹⁴⁶ Gaiotti F., Tomasi D., 2011, "*I terriori della Denominazione Conegliano Valdobbiadene*", Conegliano, Centro di Ricerca per la Viticoltura.

¹⁴⁷ AA.VV., 2008. "Una gemma dal valore inestimabile chiamata paesaggio." *Conegliano Valdobbiadene Terra del Prosecco DOC*, 1, 30.

per combattere certe malattie; oppure ancora l'utilizzo di pali in cemento che risultano così poco utili alla valorizzazione estetica del paesaggio vitivinicolo stesso.

La tutela dell'ambiente assume oggi valore necessario per incrementare il significato economico del vino, aspetto che incrementa il legame di fidelizzazione tra produttori e consumatori. Bisogna dunque capire, e questo sarà più volte ribadito nell'elaborato, che un'attenta considerazione rivolta al patrimonio naturale di cui il mondo vitivinicolo dispone è in primo luogo un'opportunità di crescita economica e sociale. Questo avviene anche talvolta attraverso maggiori prezzi di vendita, i quali comunque sono riconosciuti dalla domanda come distintivo di superiorità, generando un circolo positivo anche nei confronti dell'ambiente; "Il paesaggio ha quindi un forte potere evocativo che ci riporta immediatamente a luoghi, emozioni e stati d'animo che ci predispongono a giudicare un vino ponendolo già da subito su un piano di preferenza più alta"¹⁴⁸. Ne è conferma una ricerca lanciata online secondo cui per il 72% dei consumatori del campione considerato, un bel paesaggio incide sulla definizione di qualità di uno spumante¹⁴⁹.

Fino a che punto i viticoltori dell'area del Prosecco D.O.C. hanno compreso, alle soglie del 2008, tutto questo? Sicuramente il dato statistico considerato in precedenza afferma una crescita nella produzione incontrastata anche da eventi quali la crisi economica generale. Si può affermare che in gran parte sono comprese le potenzialità di quest'area, intravedendo nella viticoltura un'attività in grado di incrementare la qualità ambientale, se ben strutturata. Si è compreso generalmente come questa sia un'opportunità da giocare non solo qui, ma anche in tutti i Paesi tradizionalmente vocati alla viticoltura, rispetto al nuovo mondo del vino. Australia, Nuova Zelanda, Cile e altri, infatti, non hanno paesaggi così belli e unici nella loro dimensione come i nostri; ciò può distinguere la realtà locale nel mercato internazionale di fronte ai consumatori. In Europa questo forte legame tra vino e ambiente esiste da secoli, se non millenni.

Il Primo Distretto Enologico d'Italia comprende di avere un paesaggio non paragonabile ad altri. Le colline che lo attraversano sono magnifiche, ricche di un insieme di vigneti rari, ma allo stesso tempo di ambiente boschivo, piccoli torrenti e abitazioni rurali. Si deve dunque tutelare nel nostro interesse in primis tutto questo, ben consapevoli che i successi futuri dipendono dalle scelte di oggi; si ha tra le mani un patrimonio immenso, non bisogna buttarlo.

Se il punto di forza è allora il territorio, l'ambiente, il paesaggio, serve comunicare al consumatore quanto di buono il distretto si propone di fare in questi termini, ricercando il modo più adatto per far percepire la sensazione di politiche tese alla valorizzazione e conservazione di tale

¹⁴⁸ Gaiotti F., Tomasi D., 2011, "I terriori della Denominazione Conegliano Valdobbiadene", Conegliano, Centro di Ricerca per la Viticoltura.

¹⁴⁹ AA.VV., 2008. "Internet premia Conegliano Valdobbiadene." *Conegliano Valdobbiadene Terra del Prosecco DOC*, 2, 9.

patrimonio. È utile dimostrare di voler fare qualcosa per incrementare la sensibilità riposta al legame tra sviluppo economico e benessere ambientale, centro dell'analisi che si sta proponendo. Come rileva Peter Mc Combie, noto giornalista di magazine legati al vino, "I produttori di Conegliano Valdobbiadene sono stati bravi ad ottenere un vino così moderno. Ora devono comunicare il valore aggiunto del prodotto: il Prosecco D.O.C non è solo un vino piacevole ma il frutto della storia di un'area bellissima, dove le operazioni in vigneto vengono ancora eseguite a mano e dove il vino è il risultato di uno stretto rapporto tra territorio, vite e uomo"¹⁵⁰.

Questo messaggio è compreso dagli operatori del distretto, tanto è vero il ragionamento fatto sulle strategie per portare agli occhi del consumatore l'unicità del territorio. Il minimo comune denominatore trovato al termine delle discussioni conduce a uno strumento che intensifichi le norme imposte per la valutazione della qualità organolettica del Prosecco, nonché spinga a spostare l'attenzione dell'opinione pubblica sul territorio tra Conegliano e Valdobbiadene. Il marchio Denominazione di Origine Controllata comincia dunque a essere messo in discussione: esso garantisce certo un'adeguata qualità del prodotto, ma non pone il paesaggio sufficientemente in primo piano. Inoltre sono diversi i fenomeni per i quali all'estero si utilizzino sinonimi del termine Prosecco, al fine di indicare vini prodotti altrove, sfruttando il richiamo inconsapevole al famigerato marchio trevigiano. Serve dunque ottenere una maggior tutela contro comportamenti speculativi, per farlo è necessario puntare sul gioco di squadra da parte di tutti gli operatori del distretto. Si è compreso che "l'unica strada per il futuro del vino italiano è la tutela del territorio e la promozione delle specificità contro l'anonimato produttivo"¹⁵¹. Oggi il Prosecco è molto conosciuto nel mondo, ma non lo è altrettanto il luogo di produzione, aspetto unico e distintivo.

2.1.5 IL VALORE DELLA D.O.C.G. PER LA VITICOLTURA SOSTENIBILE

Si arriva così finalmente alla svolta: il Distretto del Prosecco sceglie e ottiene un nuovo marchio nel 2009, ossia la Denominazione di Origine Controllata e Garantita, comunemente identificata con D.O.C.G.¹⁵². E' una scelta corretta? Sicuramente sì, si potrebbe affermare quasi necessaria e meritata, anche se bisogna valutare quanto finora effettivamente percepito dal consumatore, rispetto al mutamento di Denominazione. Il primo aspetto di cambiamento è da rinvenire nel nome. Da Prosecco D.O.C. di Conegliano Valdobbiadene si passa all'inversione tanto attesa che risalta il territorio: Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore a marchio D.O.C.G.. E' il passo più importante per l'analisi proposta, attraverso il quale territorio e attività economica si

¹⁵⁰ AA.VV., 2007. "Bollicine per la regina." *Conegliano Valdobbiadene Terra del Prosecco DOC*, 5, 8.

¹⁵¹ AA.VV., 2008. "Il vino? Si beve (anche) con gli occhi." *Conegliano Valdobbiadene Terra del Prosecco DOC*, 2, 14.

¹⁵² Nasce così la D.O.C.G. numero 44 in Italia.

legano, almeno nei termini, indissolubilmente; ora la zona d'origine del Prosecco è messa in primo piano, non lo si chiama più col nome del vitigno, bensì con i Paesi che lo identificano. In altri termini “si è avviata una vera e propria rivoluzione, non solo metaforica ma anche pratica, terapeutica, culturale, tecnica e programmatica che ha modificato e trasformato il prodotto non solo in qualcosa di Superiore, passando da D.O.C. A D.O.C.G., ma cangiando lo stesso concetto di territorio in un'idea, in un diverso sistema produttivo, in un progetto d'area rivolto sia all'esterno, sia all'interno, proprio verso quella cultura trevigiana che sembra abbia smesso di voler correre freneticamente per porsi solo l'obiettivo di guardare al futuro ma programmandolo, invece, con più logica”¹⁵³.

Inserire quella ulteriore “G” nella denominazione evoca sicuramente una garanzia, vista sotto vari punti di vista. Si rende, infatti, attendibile l'originalità di produzione del bene in uno specifico territorio definito, quello dei quindici comuni tra Conegliano e Valdobbiadene. Solo in quest'area il Prosecco si può oggi definire Superiore, per il rimanente Nord Est d'Italia invece esso è coltivato, ma il marchio attribuito è quello della D.O.C. di base (al posto della precedente I.G.T). Secondo ricerche fatte il 41% dei consumatori lega oggi la “G” a una maggiore qualità, mentre un altro 39% la attribuisce alla provenienza territoriale¹⁵⁴. Segno che vi è parecchia confusione sul significato di questo importante passaggio storico, che richiama più cose contemporaneamente. Da un lato è vera la garanzia di una maggior qualità a seguito di un disciplinare produttivo più restrittivo¹⁵⁵, dall'altra però è fondamentale l'accezione al paesaggio, al territorio che tanto interessa in questo elaborato. Oggi il consumatore deve accogliere tale significato intrinseco ed essere così aiutato dalle istituzioni, dalle aziende che lo devono ben saper comunicare. Bisogna capire quindi se questo percorso definito dal passaggio alla D.O.C.G. sia utile allo scopo qui analizzato, ossia alla diffusione di una consapevolezza di tutti gli operatori vitivinicoli nella formazione di un sistema dinamico tra l'ambiente e l'uomo, per raggiungere una crescita sostenibile in tutti i sensi.

Con questa evoluzione si mette al centro il territorio, tuttavia c'è da chiedersi se esista nell'area delineata una sufficiente attenzione alla cura dello stesso, se questo non possa essere visto come un punto d'arrivo e invece come l'inizio di un mutamento culturale opportuno in termini ambientali. Il Prosecco è Superiore perché fatto in quella precisa area geografica; la si sta tutelando? Non sarebbe forse stato utile abbinare all'ottenimento della D.O.C.G. dei vincoli che imponessero alle aziende del distretto dei progetti specifici e forti di sostenibilità ambientale? Tutte

¹⁵³ Zanfi A., 2011, “Atlante degli Spumanti d'Italia Metodo Italiano”, Poggibonsi, Carlo Cambi Editore.

¹⁵⁴ Vidoz F., 2010. “La DOCG è apprezzata soprattutto da consumatori sofisticati e informati.” *Conegliano Valdobbiadene Terra del Prosecco DOC*, 3, 30.

¹⁵⁵ Le nuove etichette per la D.O.C.G. Conegliano Valdobbiadene sono tutte numerate in modo da garantire la rintracciabilità tramite l'apposizione sul tappo delle Fascette di Stato. Sono offerti così controlli di qualità operati da un ente di certificazione che ne valuta tutte le parti del percorso produttivo. La rigidità del nuovo disciplinare richiede che il vino sia prodotto per almeno l'85% dal vitigno Glera. La resa per ettaro inoltre non deve essere superiore ai 135 quintali.

queste sono domande interessanti che non si limitano ad accettare l'applicazione di un marchio al vino considerato, ma si cerca di comprendere in modo critico se questo passaggio storico sia utile per la crescita di un equilibrio sostenibile nella produzione vitivinicola locale. Questo è l'obiettivo dei prossimi paragrafi. Comprendere fino a che punto la D.O.C.G di oggi sia utile a realizzare gli scopi proposti precedentemente nell'elaborato.

La risposta da tracciarsi può essere abbastanza critica, tuttavia si dimostra come qualcosa in termini sostenibili si stia già facendo, ma è solo l'inizio, rispetto a quanto avviene oggi all'estero. La D.O.C.G. funziona e crea quell'ulteriore sviluppo per l'area del Prosecco soprattutto in termini internazionali, con la relativa crescita delle esportazioni. Altrove, infatti, la nuova dicitura è piuttosto apprezzata e riconosciuta in senso evocativo come tipicità di un luogo, in cui interagiscono conoscenza ed esperienza manuale. Oggi negli Stati Uniti e nel Regno Unito il Prosecco diventa fenomeno culturale acquisito, simbolo della mondanità con quelle caratteristiche di pregio unito allo stesso tempo a uno stile casual, che ne fanno una bevanda utile a qualsiasi occasione, in particolare al momento degli aperitivi.

Gli ultimi anni conoscono dunque una forte ascesa delle esportazioni nei mercati anglosassoni, non perdendo di vista contemporaneamente l'importanza garantita nel tempo dal mercato tedesco e svizzero per l'Europa. Tuttavia, comunque, il Consorzio di Tutela non smette giustamente di chiedere sempre una maggior protezione della denominazione sulla sfera globale, contro ogni possibile fenomeno d'imitazione. Questo è sicuramente un aspetto importante da non tralasciare, in previsione di diventare uno tra i primi poli spumantistici del vino a livello mondiale. Da questo punto di vista l'impegno del Consorzio di Tutela sicuramente non manca, anzi è spesso forse eccessivo e dispendioso in termini economici, attraverso la partecipazione a fiere e congressi internazionali. Al di là di dati certi è plausibile pensare che l'ulteriore crescita economica degli ultimi anni da parte del distretto sia influenzata positivamente dall'introduzione della D.O.C.G., dall'occhio di un consumatore sempre più attento al profilo ecologico di ciò che acquista.

TABELLA 4 : DATI SUL TRIENNIO 2009-2011 PER LA DENOMINAZIONE

	Superficie in ettari	Case Spumantistiche	Bottiglie Prodotte	Bottiglie Esportate	Bottiglie Esportate (%)
2009	6.100	166	60.840.000	21.172.320	34,80
2010	5.938	166	65.757.000	24.724.632	37,60
2011	5.647	168	68.686.000	28.023.888	40,80

Fonte: Elaborazione propria da dati del Centro Studi di Distretto (AA.VV., 2010, *“Rapporto 2010, I numeri del Conegliano Valdobbiadene.”*, Conegliano, Centro studi di distretto. AA.VV., 2011, *“Rapporto 2011, Dare valore alla differenza.”*, Conegliano, Centro studi di distretto. AA.VV., 2012, *“Rapporto 2012, Ambiente e mercato: una sinergia possibile”*, Conegliano, Centro studi di distretto.)

Il trend positivo nel triennio post nuova denominazione (2009-2011) è dimostrato anche dalla tabella sovrastante che chiarisce come la crescita della produzione sia viva, in particolare toccando per il 40% circa la destinazione estera. Segni plausibili che riconoscono la validità della D.O.C.G. come strumento ottimo a salvaguardare le vendite di Prosecco in tutto il mondo. Un vantaggio dunque senza dubbio economico, che ne fa del distretto uno dei pochi sistemi produttivi ancora in crescita a livello nazionale. A questo si deve abbinare il riconoscimento offerto dalla famosa “G” ora aggiunta, che identifica il territorio. Il consumatore internazionale dunque si fida della nuova dicitura. Il marchio indica l’origine unica da una determinata zona, ma spesso non si preoccupa di garantire l’effettiva applicazione di soluzioni pratiche ecologicamente valide in vigneto. È questo il punto focale. Fino a dove è utile la nuova D.O.C.G.? Permette validi comportamenti di sostenibilità ambientale? Si può dire che questo avviene spesso nelle intenzioni, ma a volte i fatti peccano di concretezza per raggiungere l’obiettivo.

2.1.6 I FITOFARMACI: UN PERICOLO PER LA SALUTE UMANA E PER L’AMBIENTE

Nel 2010 il Presidente del Consorzio di Tutela Franco Adami parla così: “Non possiamo accettare che singoli casi di comportamenti sbagliati siano motivo per criminalizzare un’intera categoria, come abbiamo sentito fare in pubbliche riunioni e sui giornali in questi tempi. Va detto che i prodotti utilizzati in vigneto sono approvati dal Ministero della Salute, e le norme sono in

continuo aggiornamento per eliminare i prodotti più pericolosi e promuovere l'utilizzo di quelli a minor impatto sull'uomo e sull'ambiente. L'obiettivo del Consorzio di Tutela è aiutare sempre più i viticoltori a usare in modo corretto i fitofarmaci.”¹⁵⁶ Sono queste frasi forti, segno di un probabile disagio manifestatosi da parte di giornali e opinione pubblica in generale. Si parla nello specifico del problema concernente l'uso dei fitofarmaci in vigneto, elemento sostanziale che incide sugli obiettivi di tutela ecologica di un territorio. Da queste parole risuona così un senso di difesa interno al settore, che ciascuno può ritenere più o meno adeguato. È ovvio pensare che all'interno della comunità vitivinicola non tutti adottino comportamenti eticamente scorretti, almeno si spera. Tuttavia il pensiero di Adami limita questa condizione a situazioni particolari, forse rare. Se si pensa però a quel conflitto tra aree descritto in precedenza, non è difficile assumere una posizione critica nei confronti della mentalità locale, forse troppo chiusa verso atteggiamenti nobilitanti che rispettino l'ambiente.

La soluzione proposta è tuttavia apprezzabile, valorizzata da un processo dinamico di miglioramento continuo delle norme al fine d'eliminare quei prodotti chimici che tanto incidono negativamente sul quadro ecologico e sociale. Il Consorzio inoltre, almeno a parole, appoggia e favorisce l'applicazione di nuovi metodi. È vero? Nella realtà dei fatti quest'ente è una struttura che ha delle potenzialità straordinarie, tuttavia le difficoltà non mancano e frenano il lavoro svolto. Come già accennato, il ruolo umano è focale per lo sviluppo del distretto. Il Consorzio si trova a fare oggi i conti con una moltitudine di viticoltori di una certa età, con abitudini molto lontane dall'idea del cambiamento. È scarsa la presenza di aziende che sappiano cogliere gli input innovativi sul piano internazionale e li applichino di conseguenza in questa realtà; l'evoluzione è e sarà lenta, bisogna favorirla. Chi lavora le vigne del Conegliano Valdobbiadene è bravo perché le difende da notevoli problemi, quali intemperie e frane ad esempio, tuttavia è ancora lontano dal comprendere ciò che avviene sul piano globale, ciò che il consumatore si aspetta oggi e in futuro. Il produttore locale percepisce solo a spot quello che accade esternamente, in maniera molto rarefatta. Il Consorzio è chiamato dunque a una sfida difficile, quasi impossibile, che dovrebbe favorire un suo ruolo molto più attivo e serrato nel modificare questi comportamenti culturali ancora troppo restii al cambiamento. La mentalità è ancora profondamente “antica” se confrontata con quella di altri Paesi.

Adami indica l'impegno dell'Ente di cui è presidente per aiutare i viticoltori nell'applicazione di fitofarmaci sempre meno pericolosi. Quant'è vera questa affermazione? Lo è in parte. Nella realtà degli ultimi quindici anni c'è una forte riduzione del servizio di assistenza

¹⁵⁶ Adami F., 2010. “Uso dei fitofarmaci: facciamo chiarezza.” *Conegliano Valdobbiadene Terra del Prosecco DOC*, 4, 3.

tecnica. Quando Ivo Nardi¹⁵⁷, all'inizio della sua carriera dopo la laurea, svolge l'attività di tecnico, gira per le aziende agricole ad apportare contenuti, innovazione, seguendo in tal proposito i nuovi prodotti che le case farmaceutiche o multinazionali offrono, in modo da aggiornare continuamente l'operato dei viticoltori. Queste figure percepiscono dunque le diverse realtà aziendali, comprendendo quali soluzioni possono funzionare e quali invece sono da scartare. Si può così intervenire in modo capillare grazie ad un rapporto di stretta fiducia che si crea tra tecnico e singola azienda monitorata, favorendo l'adozione di comportamenti eticamente corretti.

Oggi tutto questo viene meno, o meglio sono eliminate tali figure che tanto sarebbero utili a incrementare e promuovere la sostenibilità ambientale. Ci sono comunque soggetti che operano in questo senso, tuttavia non vi è più un legame di fidelizzazione, bensì un rapporto "su necessità", su richiesta. Solo se il viticoltore chiama o ricerca aiuto, allora questo si realizza; altrimenti egli si deve arrangiare. Oggi c'è in sostanza solo un tecnico "volontario" che opera nell'intera area e offre il servizio. Ce ne sono molti altri, ma sono quelli assunti dalle cantine sociali o qualche privato che opera sempre "su domanda". Servirebbe dunque ritornare a un servizio del Consorzio più esteso, dove anche se non si richiede, passa il tecnico per le diverse aziende e aiuta con buoni consigli. Questa è una forte criticità del sistema locale odierno, ovviamente legata a ristrettezze economiche e alle priorità di obiettivi che sono assegnate. Troppo spesso il Consorzio preferisce, forse legittimamente, partecipare con stand a fiere internazionali, perché indubbiamente è importante oggi il problema della vendita. Tuttavia questo dimostra come anche per tale ente la sfida della sostenibilità sia ancora agli esordi, messa probabilmente in secondo piano per importanza.

Qualcosa comunque al fine di ridurre l'uso di fitofarmaci pericolosi si fa e in tal senso bisogna prenderne atto. Come l'oggi ex Presidente del Consorzio afferma, si cerca di rispettare quanto approvato dal Ministero della Salute. È da sottolineare il metodo conformativo alla normativa, che spesso si rinviene nell'operato del Consorzio. Le regole in merito possono essere sicuramente buone e severe, non c'è dubbio. Tuttavia queste funzioneranno solamente all'inizio e difficilmente cambieranno la mentalità del viticoltore da sole. È l'atteggiamento che ricorre più spesso. Sembra che adeguarsi a delle regole sia sufficiente, è questo l'errore che si rischia di compiere. Le aziende si adagiano su questo stile. Prima di cominciare quest'elaborato, è stata richiesta la disponibilità a più imprese di collaborare proponendo delle domande in merito ai comportamenti ambientali correttamente adottati. Le risposte sono state in sostanza negative, giustificandosi semplicemente affermando l'adesione ai Protocolli o normative previste dal Consorzio. Questo fa pensare. L'idea è di non voler accettare il confronto su un tema tanto delicato, quello della sostenibilità ambientale. Come se tali aziende convenzionali si sentissero, incriminate,

¹⁵⁷ Ivo Nardi è il Presidente di Perlage.

per i loro punti deboli. Si limitano a fare quel poco di prestabilito e basta, non vanno oltre spontaneamente. L'unica impresa dimostratasi fin da subito aperta alle domande proposte è Perlage, profondamente coinvolta da una filosofia ecologica diffusa in tutti i suoi organi.

Quanto affermato dunque dall'ex Presidente è sicuramente valido per certi versi, se non in una prospettiva propositiva al mutamento. Lui dice di non fare in sostanza di tutta l'erba un fascio. Ovvio che non tutti si comportano male e i casi negativi sono limitati. Tuttavia il Consorzio dovrebbe impegnarsi di più per cambiare la mentalità culturale locale. La differenza, infatti, è data dai viticoltori, dal loro ruolo centrale per garantire un ambiente oggi di bellezza straordinaria. Sono i primi a dover rispondere col lavoro pratico alla conservazione del paesaggio, evitando l'erosione dei suoli e i degradi collegati. Sulla falsariga di quanto riportato, il nuovo Presidente del Consorzio Innocente Nardi nel 2012, torna ad affermare l'ideologia riportata dal suo predecessore: "Le polemiche, che in questi anni hanno riguardato l'uso dei fitofarmaci e del territorio, spesso hanno dipinto i viticoltori come persone irresponsabili, mentre l'atteggiamento sconsiderato di pochi non deve mettere in discussione il buon lavoro di molti"¹⁵⁸.

Si torna quindi ad affermare che non tutto va male e che molti produttori seguono le linee definite dal Consorzio¹⁵⁹. Nell'area del Conegliano Valdobbiadene, come del resto in quasi tutto il Veneto, si affermano presto (già negli anni settanta) i principi legati alla difesa integrata, i quali si concretizzano nella valorizzazione e nell'aggiornamento di tutti i metodi produttivi disponibili, al fine di evitare la crescita di organismi troppo nocivi per la vite. Si riducono così i rischi degli effetti negativi sotto il profilo ambientale e sociale. Si cerca dunque di trovare un equilibrio. L'obiettivo è ridurre la pericolosità di eventuali animaletti che incidono negativamente sulle piante; per fare questo è necessario l'utilizzo di fitofarmaci in quantità controllate, per evitare di incidere sulla salute umana attraverso dispersioni e allo stesso tempo non danneggiare l'ambiente. Anche in questo senso è utile un continuo percorso di ricerca e studio di nuovi prodotti che siano sempre meno nocivi, promuovendo così meccanismi automatici di sviluppo di tutte le componenti degli ecosistemi agricoli.

In termini pratici tutto questo avviene inizialmente attraverso l'intervento degli enti preposti, i quali danno e si danno delle regole per crescere nella consapevolezza di sviluppare metodi enologici che modifichino il meno possibile l'ambiente. È quanto avviene anche nei quindici comuni del Conegliano Valdobbiadene, dove esiste un Regolamento Unico di Polizia Rurale¹⁶⁰,

¹⁵⁸ Nardi I., 2012. "Un territorio, un patrimonio." *Conegliano Valdobbiadene Colline del Prosecco Superiore*, 3, 3.

¹⁵⁹ Da parecchi anni il Consorzio di Tutela adotta il sistema di lotta integrata, nonché un Codice di buone pratiche agricole.

¹⁶⁰ Questo Regolamento è un documento contenente norme controllano l'uso di fitofarmaci nel settore agricolo. È un caso unico in Italia in termini di quantità di enti coinvolti. Negli ultimi quindici anni sono numerose le revisioni in merito ai prodotti fitosanitari applicati; è la stessa Unione Europea che spesso interviene con Direttive tese a eliminare l'uso di

sottoscritto dalle diverse amministrazioni locali e vari enti, al fine di garantire un corretto utilizzo dei fitofarmaci in agricoltura. È una risposta positiva offerta alla crescente preoccupazione della società nei confronti di questa problematica. I vari Sindaci quindi dimostrano la loro consapevolezza d'essere responsabili in solido verso la propria popolazione. Il Regolamento adottato è così una risposta chiara e coraggiosa per evitare successive critiche da parte dell'opinione pubblica; esso serve a diffondere la consapevolezza tra tutti i soggetti coinvolti che è utile prevenire eventuali danni, controllando le modalità di dispersione nell'ambiente dei fitofarmaci. Si può senza dubbio ritenere che questo sia un primo passo importante, tuttavia come si afferma in precedenza, c'è molto da fare per modificare una mentalità ancora troppo radicata su vecchi stili. Bisogna tuttavia riconoscere che i primi cittadini coinvolti danno il buon esempio, nella speranza che le giovani generazioni attuali possano essere la via per trasmettere una maggior considerazione della prospettiva ecologica. Lo richiede il mercato, sempre più indirizzato verso lo sviluppo sostenibile e la tutela della salute umana.

Questa collaborazione tra più soggetti è dunque un buon punto a favore dell'obiettivo ora delineato in quest'elaborato. L'uso corretto dei fitofarmaci può essere un buon pretesto e strumento per indirizzare il settore vitivinicolo sui binari giusti, modificando la cultura sociale a criteri di prevenzione dei danni. Il sogno del Consorzio è di creare nel territorio menzionato un esempio di sistema che rispetti l'ambiente in tutti i sensi, garantendo i profitti economici dei viticoltori e la salute della società. Ambizioni forti verso un senso di leadership che già sono riscontrate nel contesto californiano, e che di certo possono aiutare anche qui a crescere. Tuttavia è utile che tali acclamazioni spesso fatte dagli addetti del Consorzio siano poi realizzate. Qui sta la criticità. I buoni propositi ci sono sempre, come si rinviene in questi piccoli passi di Giancarlo Vettorello: "Noi siamo per una viticoltura che conservi l'ambiente e rispetti le persone che vi abitano e vi lavorano. Molti elementi ci sono favorevoli: un ambiente collinare ed una cultura scientifica diffusa, istituzioni pubbliche e private attente. Se qualche viticoltore non rispetta le norme date, danneggia i vicini e più in generale i cittadini. Abbiamo i mezzi tecnici e la volontà di conservare integro il nostro territorio. I margini di miglioramento sono molti, ma dobbiamo avere la volontà di ridurre il numero dei trattamenti e usare prodotti meno impattanti"¹⁶¹.

Partendo da queste parole un altro elemento concreto adottato dal Consorzio è il Protocollo Viticolo, il quale è proposto come strumento guida per un utilizzo ragionato dei fitofarmaci in vigneto, come mezzo per la sostenibilità ambientale in viticoltura. Esso è dunque un "documento tecnico redatto e sottoscritto da una Commissione di tecnici esperti presenti nel territorio e

sostanze pericolose per l'ambiente e la salute umana. Dal 2014 nell'area del Conegliano Valdobbiadene è istituito l'obbligo di difesa integrata con eventuale controllo periodico dei sistemi d'irrigazione da parte del Consorzio.

¹⁶¹ Vettorello G., 2010, "Il rispetto per l'ambiente è nel nostro DNA", *Conegliano Valdobbiadene Terra del Prosecco*, 4, 37.

presieduta dal Consorzio di Tutela. Ha la funzione, nel rispetto dei principi della lotta integrata, di divulgare le pratiche ragionate d'intervento nei vigneti presenti sul territorio. Pratiche atte a preservare la bellezza e l'unicità del paesaggio, a rendere minimo l'impatto sulla salute dell'uomo e del territorio, a promuovere e valorizzare produzioni ecocompatibili, ecosostenibili e di qualità"¹⁶². Si può dire che questa definizione manifesta un connubio ideale per il raggiungimento degli obiettivi preposti all'elaborato, tuttavia esso dev'essere opportunamente calato nella realtà dei fatti. È plausibile ritenere sicuramente utile questo Protocollo come punto di partenza ottimo, al fine di favorire la diffusione delle conoscenze in merito ai prodotti utilizzabili in vigneto. Con esso si vuole coordinare il lavoro di un maggior numero possibile di viticoltori, per progredire uniti ed armoniosi verso lo scopo finale, un equilibrio tra vigneto, uomo ed ambiente volto a tutelare la bellezza del paesaggio come strumento di crescita economica.

In termini pratici questo Protocollo Viticolo (costituito per la prima volta nel 2011 e poi redatto annualmente) è un documento che accoglie in ampi termini altre discipline¹⁶³ in merito alla difesa della produzione vitivinicola, consigliando gli operatori sui comportamenti corretti da tenere. In più esso si concentra sul fornire criteri adeguati a una viticoltura assai moderna, nel rispetto dell'ambiente. Questo Protocollo è quindi lo strumento migliore per diffondere la sostenibilità ambientale? Sicuramente non si può affermare che non sia un buon mezzo, anzi; l'ultima edizione del 2013 si dimostra, infatti, sempre più tesa non solo al controllo dell'uso dei fitofarmaci, bensì alla diffusione di maggiori criteri di sostenibilità in tutti i termini. Esso sta diventando una vera e propria guida per chi lo adotta, ripercorrendo e aiutando in tutte le fasi fenologiche di produzione d'ottima uva. Può essere dunque un buon input per la diffusione di una filosofia ecologica anche in questo settore. Serve però che il Consorzio diffonda con coraggio tale strumento, offrendone tutte le informazioni opportune e aiutando il viticoltore nell'applicazione di tali criteri. Oggi esso non è ancora obbligatorio, tuttavia è auspicabile che lo diventi presto. Le varie aziende d'imbottigliamento potrebbero richiedere solamente uve prodotte nel rispetto del Protocollo, in modo da sviluppare un circolo virtuoso di divulgazione di questi principi. In tal senso sarà opportuno creare un organismo esterno che in modo oggettivo verifichi il rispetto delle norme predisposte, e sia severo nel farlo. Solo così prenderà il via una maggior sensibilità in questi termini, e forse si favorirà quel cambiamento di mentalità tanto auspicato. Serve probabilmente un cambio generazionale alla guida delle imprese vitivinicole locali.

¹⁶² Dal Bianco L., 2012, "L'importanza del Protocollo Viticolo nel territorio della denominazione Conegliano Valdobbiadene", *Conegliano Valdobbiadene Colline del Prosecco Superiore*, 1, 81.

¹⁶³ In particolare il Protocollo si riconduce a regolamenti comunitari abbastanza recenti in merito ai prodotti fitosanitari, ai metodi di etichettatura e imballaggio di sostanze chimiche, a tutta la gestione tecnica dei pesticidi. In termini pratici il Protocollo indica le aree da privilegiare per piantare un vigneto, evidenziando i criteri da tenere in considerazione. Sottolinea poi quali comportamenti infliggano negativamente la bellezza del paesaggio. Parla in questo senso delle sostanze nutrienti da apportare al terreno, della difesa del vigneto indicando limiti all'uso di specifici prodotti.

La strada intrapresa nell'area del Conegliano Valdobbiadene con l'applicazione del Protocollo Viticolo non è dunque da buttare, tuttavia come già affermato deve esser impostata in un certo modo. C'è il rischio molto reale, che il rispetto dei vincoli prestabiliti dal Consorzio di Tutela diventino un semplice punto d'arrivo oltre il quale non guardare. Questo è un atteggiamento sbagliato che non permette di crescere sotto il profilo ecologico. Il modello Californiano, infatti, insegna che le aziende non devono limitarsi a rispettare la regola, ma l'impegno dev'essere teso ad assorbire la filosofia ambientale in tutti gli organi, in tutti i comportamenti dell'impresa. Questo manca probabilmente oggi ai viticoltori del Prosecco, bisogna pensarci e scovare una via risolutiva. Il Consorzio in primis è chiamato a questa sfida. Non è sicuramente facile, ma questo è il crocevia per continuare ad affermare le potenzialità del vino locale non solo in Italia, bensì in tutto il mondo. Ancora una volta ritorna dunque il legame economia-ambiente. Bisogna sfruttare l'opportunità ecologica per continuare a generare profitto anche in futuro.

2.1.7 COS'E' DIVENTATO OGGI IL CONEGLIANO VALDOBBIADENE PROSECCO SUPERIORE DOCG?

Prima di osservare in modo specifico il grado di sostenibilità presente negli ultimi tempi nel distretto del Conegliano Valdobbiadene, si vuole aprire qui una piccola parentesi utile a comprendere l'importanza assunta dal Prosecco, attualmente divenuto uno stile di bere in tante zone del mondo. In seguito all'acquisizione della D.O.C.G. il Prosecco è simbolicamente la "terra" d'origine in cui si colloca, della quale racconta, attraverso un buon calice, la storia, la gente e la tradizione. Il paesaggio collinare mai uguale e ben organizzato evoca nella mente del consumatore ricordi, emozioni e fatica di un vino oggi curato a mano in vigneti dai versanti ripidi e difficilmente lavorati. Tutto in quest'area circoscritta di quindici comuni profuma di vino. Tutto gira attorno a quest'attraente e antica bevanda tanto cara all'umanità. Il territorio risalta nel calice "profumi intensi, sentori di glicine, fiori bianchi, frutta matura e note tropicali, pesca, albicocca, agrumi"¹⁶⁴.

L'acquisizione del termine "Garantita" rileva il valore qualitativo ulteriore al Prosecco Superiore attribuitogli. L'area specifica del Conegliano Valdobbiadene è unica per il mix tra composizione del territorio e microclima presente. La difficoltà per i viticoltori è spesso avanzata, incrementata dall'impossibilità di usare mezzi meccanici, date le pendenze. Il lavoro è dunque manuale e misura la chiara passione tradizionale di chi lo fa. I produttori da sempre adottano una strategia tesa a offrire un vino di qualità elevata a chi lo degusta per il piacere di berlo, senza peccare in eccessi alcolici che lo rendano troppo impegnativo¹⁶⁵.

¹⁶⁴ <http://www.prosecco.it/docs/CVPS.pdf>

¹⁶⁵ Per raccogliere il più ampio consenso, il Prosecco è proposto in diverse versioni. Lo Spumante è la tipologia più adatta alle richieste moderne, che grazie alla sua agilità e energia lo rendono piacevole in tutte le occasioni. La versione Brut è quella più

Il Prosecco è oggi lo Spumante italiano più venduto dalla Grande Distribuzione e registra una continua crescita. Questo avviene anche fuori dai confini nazionali, diffondendo una vera e propria moda del bere, nei paesi anglosassoni in particolare. Oggi la D.O.C.G. trevigiana è ben presente in città come Londra e New York¹⁶⁶, contribuendo alla vita mondana soprattutto prima dei pasti. È già, il Prosecco diventa oggi adeguato anche per gli aperitivi oltreoceano, quindi utilizzato in più occasioni. È un vero e proprio stile, una moda made in Italy di cui andar orgogliosi. Può andar bene sia per eventi di classe che per momenti informali. Che cosa manca quindi? Dal punto di vista economico sicuramente una più ampia comunicazione dei valori ad esso collegati, intrinseci ed estrinseci. Bisogna puntare di più sul marketing e saper vendere il prodotto. Nel caso preso in esame si può fare questo legando il Prosecco al paesaggio, che va opportunamente spiegato e mostrato attraverso l'uso immagini da proporre nelle etichette delle bottiglie, o in qualsiasi opuscolo che parli del vino locale. Ovviamente si deve tutelare il territorio e la sua bellezza per evocare nei consumatori sensazioni ed emozioni positive nel sorseggiare il vino prescelto. La soluzione ancora una volta è la sostenibilità ambientale dunque, che sempre torna come opportunità di crescita al viticoltore.

Non si può poi non menzionare velocemente l'importanza attribuita a un sottoinsieme produttivo del Prosecco, ossia il Cartizze¹⁶⁷, "la miglior espressione del connubio tra territorio, vigna, ambiente e lavoro umano"¹⁶⁸. Questa è una tipologia particolarmente pregiata, destinata a veri e propri intenditori; l'area di produzione è molto limitata e circoscritta. Questo significa che vi è un forte legame tra l'ambiente e la qualità di quella specifica versione proposta. L'area del Cartizze è il meglio che si può trovare nella zona dunque, risultato privilegiato della combinazione tra un territorio d'antica vocazione vitivinicola e un microclima particolarmente favorevole.

Ora, per concludere, è utile soffermarsi su un'altra considerazione che nasce insieme alla nuova denominazione: la tipologia "Rive"¹⁶⁹. È questa una strategia applicata negli ultimi anni

aspra e richiesta dal consumatore internazionale oggigiorno. L'Extradry è la più diffusa tipologia, con un grado zuccherino medio. La versione Dry infine è più dolce e meno diffusa.

¹⁶⁶ Il Prosecco è oggi molto richiesto negli Stati Uniti, perché è lineare con le esigenze di un consumatore che ricerca vini sempre meno pesanti e fruttati, dal contenuto zuccherino più accentuato. Attualmente gli americani danno abbastanza rilevanza alla certificazione DOCG e sono attenti alle etichette sulle bottiglie. Per loro è particolarmente importante ciò che sta dietro alla produzione di un vino, il paesaggio e la sua storia. Ecco perché si deve oggi far attenzione a questi aspetti: il viticoltore del Prosecco dovrebbe far conoscere le sue difficoltà legate a un lavoro fatto a mano quotidianamente.

¹⁶⁷ Il termine prende il nome dalla località o collina in cui questa produzione specifica è colta. È la sottozona più conosciuta e stimata dal punto di vista qualitativo. Il risultato è un vino sontuoso che evoca un territorio speciale. Il Cartizze è prodotto in soli cento ettari all'interno del Comune di Valdobbiadene. È un vino armonico e elegante, fresco e dalle bollicine leggere. Esso si abbina sia a cibi salati che dolci. L'area di produzione forma geometricamente un pentagono in cui operano circa cento viticoltori. Essa gode di un clima favorevole, temperato e riparato dalle correnti fredde grazie ai monti retrostanti. Il Cartizze è quindi il risultato di tutta una serie di elementi positivi che lo valorizzano in tutti i sensi, definendolo come il Cru dell'area del Conegliano Valdobbiadene. Il disciplinare di produzione ad esso riferito è più restrittivo: la vinificazione deve avvenire solo dentro quello specifico territorio e la quantità d'uva per ettaro non deve superare i centoventi quintali.

¹⁶⁸ <http://www.prosecco.it/docs/CVPS.pdf>

¹⁶⁹ Il termine è utilizzato nel dialetto locale al fine d'indicare le colline con vigneti più ripidi, in condizioni di forte pendenza. Si assume in fatti vi sia una relazione diretta tra la ripidità della collina e la qualità dell'uva che da essa frutta. Lo specifico

all'interno del distretto del Conegliano Valdobbiadene. Ben si è osservato come i vigneti siano qui lavorati a mano a causa delle pendenze fisiche del territorio. Il Consorzio di Tutela e i viticoltori hanno così pensato di evidenziare e differenziare i singoli vini, secondo l'area-frazione da cui materialmente provengono. Nell'etichetta riposta in bottiglia il consumatore può leggere e sapere in modo specifico, l'origine geografica precisa di ciò che sta degustando.

Ora, c'è da chiedersi, se questa strategia sia effettivamente utile nell'attesa di una crescita sostenibile. L'obiettivo dichiarato è quello di una maggiore differenziazione del vino offerto, in modo tale che ciascun consumatore scelga la tipologia specifica che più asseconda i suoi gusti. Si può pensare innanzitutto che tale strategia sia assecondabile qualora il sostantivo utilizzato voglia dimostrare che quel vino specifico è realizzato in condizioni difficili, in un paesaggio scosceso che ne offre una bevanda finale migliore qualitativamente. In questo senso il Consorzio ha ragione, perché ecologicamente dimostra la profonda unicità di un ambiente particolarmente vocato. La distinzione però in termini di "frazione d'origine" dell'uva (ad esempio: Rive di Col San Martino), non è tuttavia così opportuna. È forse più facilmente applicabile sul piano locale, poiché il consumatore può conoscere da vicino le singole zone specifiche e farsene così un'idea più appropriata. Ma se si va oltre regione, oppure oltre i confini nazionali, è molto difficile che il consumatore sappia distinguere all'interno di un'area così circoscritta le singole frazioni da cui deriva il vino, opportunamente indicate in etichetta.

Questa differenziazione non rischia dunque di minare la creazione di una coscienza ambientale diffusa tra i viticoltori? È plausibile, soprattutto se si pensa a quanto detto in precedenza rispetto ai contrasti sociali interni alla denominazione. Se già esiste un conflitto interiore tra i produttori di Valdobbiadene e Conegliano, figuriamoci se si adotta una specificazione per frazioni. Ciascuno vorrà probabilmente essere meglio dell'altro in un clima interno al distretto di forte competizione, con ripercussioni negative sull'unione d'intenti e conoscenze utili a realizzare un progetto di sostenibilità ambientale. In sostanza, riassumendo, sarebbe giusto utilizzare semplicemente in etichetta il termine "Rive" per indicare che l'uva proviene da colline particolarmente ripide e di difficile lavorazione, le quali garantiscono però una qualità superiore del frutto. Altre distinzioni sarebbero forse utili per il consumatore locale, non tanto per quello internazionale. A riprova di questo è l'opinione di un noto sommelier giapponese, Naito Katzuo, che parlando di vini italiani si esprime così: "Il limite è che presentano troppe diversità fra loro e un sistema di classificazione complesso, che crea confusione nella mente dei consumatori"¹⁷⁰. Come

disciplinare di produzione prevede che le uve devono provenire unicamente dalla località precisa indicata nell'etichetta. La resa per ettaro non può superare i centotrenta quintali. La vendemmia deve avvenire manualmente e si deve indicare l'anno in etichetta. Sono dodici i Comuni coinvolti nel progetto Rive con ben trentun frazioni applicabili in etichetta.

¹⁷⁰ Katzuo N., 2011, "Professione Vino", *Conegliano Valdobbiadene Terra del Prosecco*, 1, 24.

detto, la criticità del settore vitivinicolo italiano sta proprio nell'eccessivo disordine attorno all'offerta di vini. Un consumatore lontano, come quello giapponese, non sa riconoscere le singole frazioni geografiche, avendo ancor più difficoltà nel processo di scelta.

2.1.8 PRIMI ACCENNI DI SOSTENIBILITA' NEL DISTRETTO DEL CONEGLIANO VALDOBBIADENE

La Denominazione di Origine Controllata e Garantita rappresenta una vera e propria svolta nel 2009 per la crescita del Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore. Essa pone al centro l'importanza del territorio come tecnica da utilizzare per conquistare nuovi mercati. È questa dunque la base, almeno formale, sulla quale si sviluppa il settore vitivinicolo locale negli ultimi anni. Il tutto passa attraverso il riconoscimento della validità di una nuova modalità di fare Prosecco, con tecniche moderne tese a favorire lo sviluppo di una viticoltura rispettosa dell'ambiente e della società. Si comincia dunque a sentir parlare, nel primo distretto spumantistico d'Italia, di sostenibilità nella sua accezione più generale solo recentemente, dopo il 2010. Prima di questa data, infatti, tale termine riferiva semplicemente la capacità economica delle aziende di generare profitto e garantire la loro attività nel corso del tempo. Oggi invece, almeno a parole, si comincia a valutare l'importanza di tale concetto all'interno della D.O.C.G. per una crescita futura che tenga conto anche dell'aspetto ambientale e sociale. È dunque l'albore dell'obiettivo qui proposto e tanto auspicato, al fine di sfruttare la tutela del territorio come opportunità di marketing per il settore. La zona è quindi relativamente in ritardo se si osserva tale prospettiva in altri Paesi o addirittura in altre aree viticole italiane. Di sostenibilità ambientale si parla solo all'interno del Consorzio di Tutela e nelle riviste da esso diffuse, tuttavia è ancora scarsa la percezione del significato di tale concetto tra i viticoltori e tra le aziende. Manca quindi una diffusione ampia della problematica, nell'attesa di poterla comunemente condividere per scovare soluzioni valide alla risoluzione.

Come già detto, l'assegnazione della nuova lettera "G" non conduce ancora in termini pratici a una protezione attenta del territorio. Qualcosa si fa di certo, tuttavia il Protocollo Viticolo stilato annualmente non sembra sufficiente alla diffusione di una nuova filosofia ecologica fondata su basi solide. Esso propone certi vincoli che spesso sono recepiti come un semplice obbligo, senza percepirne appieno il significato intrinseco. Sotto questo profilo è utile per esempio osservare

quanto fatto dal Consorzio della Valpolicella¹⁷¹, il quale non si limita ad assicurare la realizzazione della viticoltura integrata, ma va oltre, imponendo al suo interno delle norme ancor più restrittive a quelle proposte dagli enti locali. Ciascun operatore è poi seguito e indirizzato opportunamente nell'utilizzo dei fitofarmaci, grazie alla proposta d'incontri formativi nei quali si discute assieme di tutte le problematiche esistenti, proponendo strumenti innovativi aggiornati su tutti i fronti. La bravura del Consorzio della Valpolicella sta nella comunicazione a tutti gli interessati direttamente d'informazioni precise e utili, cosa che forse non è del tutto efficiente nell'area del Prosecco. Serve indirizzare più fondi a tali obiettivi, invece di concentrarli prevalentemente sulla partecipazione a fiere internazionali, allo stesso modo comunque importanti. Quello che manca è la diffusione di una coscienza ambientale forte, il Consorzio deve adoperarsi in questo, nella consapevolezza che è davvero difficile mutare la mentalità dei viticoltori del Prosecco innanzi a queste problematiche.

In questo senso è utile riportare quanto affermato dal Professor Pomarici in merito al Distretto del Conegliano Valdobbiadene: “Crescere in modo sostenibile è dunque una prospettiva realistica nel mondo del vino e rappresenta un'opportunità per i produttori di Prosecco Superiore. Occorre muoversi in fretta. Altri stanno lavorando per caratterizzarsi come produttori sostenibili e non si deve arrivare secondi se si vuole massimizzare il risultato in termini di marketing”¹⁷². Sono parole chiare, in cui si trova un profondo senso economico legato ai valori sostenibili. Insieme si opera per realizzare una crescita sia economica sia ambientale. Allo stesso tempo si afferma che questi principi già sono applicati in altre aree, bisogna dunque velocizzare la diffusione anche nella zona del Prosecco. La sfida è lanciata, sta al Consorzio di Tutela far percepire questo ai viticoltori, soprattutto come un'opportunità di marketing, d'apertura verso nuovi mercati internazionali.

A oggi la risposta offerta è sì presente, ma come altre volte piuttosto idilliaca e proposta in una prospettiva del tutto positiva. Fa un po' pensare ad esempio quanto affermato da Vettorello, secondo cui: “I produttori mettono sempre più impegno e risorse per conservare e valorizzare l'ambiente”¹⁷³. È ovvio che qualcuno lo faccia, ma è riscontrabile che questo sia un modo per spingere a fare di più, poiché la realtà dei fatti “nascosta” non è così rosea come si crede a volte. S'intravede dunque lo spirito giusto nelle menti operanti all'interno del Consorzio, tuttavia queste dovranno maggiormente impegnarsi a tali scopi moderni. La strada corretta da intraprendere è quella che abbina alla tutela qualitativa del vino, la conservazione dell'ambiente in tutte le sue forme. Serve a tal fine incrementare la coscienza umana a questa tematica, rafforzando il senso di

¹⁷¹ Questo Consorzio è posto a tutela dei vini prodotti a est del Lago di Garda, nell'area della Valpolicella. Il suo compito è garantire la qualità dei vini ivi prodotti, nonché il rispetto dei disciplinari produttivi previsti. Nella zona sono coltivati l'Amarone, il Recioto, il Valpolicella.

¹⁷² Pomarici E., 2012, “L'elevato interesse per lo sviluppo sostenibile nel mondo del vino è giustificato dai vantaggi competitivi che possono derivare dal muoversi in tale ottica”, *Conegliano Valdobbiadene Colline del Prosecco Superiore*, 4, 24.

¹⁷³ Vettorello G., 2012, “Per una sostenibilità Superiore”, *Conegliano Valdobbiadene Colline del Prosecco Superiore*, 1, 46.

responsabilità etica in capo alle singole aziende. In termini pratici sarà utile valorizzare la biodiversità molto presente nelle colline alto-trevigiane e per far questo serve ridurre l'uso di sostanze chimiche pericolose e distruttive. Si deve cogliere l'innovazione valida, e apportarla in modo pratico appena sia economicamente possibile. Anche se i costi iniziali sono più elevati, nel tempo saranno recuperati assieme al contemporaneo maggior rispetto per la natura.

In tutto questo il Consorzio deve essere opportunamente sostenuto anche da altri enti, e così avviene per la realizzazione di alcuni progetti. Tra questi è utile ricordare il Biodivigna attuato dalla Regione Veneto nell'area della D.O.C.G., il quale si occupa di approfondire la conoscenza dell'ambiente individuandone tutte le forme vegetali presenti. Al contempo vi è un progetto teso a ridurre le perdite di sostanze fitosanitarie nel momento d'irrogazione, grazie all'applicazione odierna di macchinari adeguati a recuperare il più possibile quanto erogato nell'aria. Si diffondono poi metodi che permettono il riuso opportuno di materiale non più utile alla crescita dell'uva, quali tralci in eccesso ad esempio. Sono dunque piccoli segnali pratici che indicano che qualcosa si sta facendo, ma è solo l'inizio. Come afferma il politico locale Zaia: “La zona di Conegliano Valdobbiadene è uno dei più felici connubi tra la bellezza del paesaggio, la fantasia della natura e la presenza dell'uomo con le sue attività”¹⁷⁴. Questo deve motivare i soggetti coinvolti nel settore locale a far di tutto perché tale affermazione permanga negli anni, con l'obiettivo di predisporre una strategia di crescita tesa a tutelare il territorio, nella consapevolezza di presentare alle generazioni future lo stesso tesoro che oggi genera tanti validi frutti.

L'obiettivo successivo alla D.O.C.G. è per l'area del Prosecco allora la diffusione della sostenibilità, in tutte le sue forme, tra cui quella ambientale. A tale scopo è costituita una Commissione Viticola avente “il compito di lavorare a trecentosessanta gradi per promuovere una viticoltura sostenibile nell'ambito della Denominazione, fondata sull'utilizzo di tecniche agronomiche appropriate e prodotti con il minor impatto possibile sull'ambiente”¹⁷⁵. È solo l'inizio, ma le basi iniziali ci sono, serve continuare a lavorare. Le aziende cominciano piano piano a sentire l'esigenza di adeguarsi a tali problematiche, iniziando così a prender parte e aderendo a vari progetti legati alla tutela ambientale. È sempre più frequente il ricorso a energie rinnovabili, al riutilizzo di materiali in vigneto, alla limitazione dei consumi idrici. Su questa strada bisogna spingere l'acceleratore poiché il Conegliano Valdobbiadene è in ritardo. Varie cose si possono fare per essere considerati sostenibili, più se ne adottano, meglio è.

¹⁷⁴ Zaia L., 2012, “Un territorio dove è l'uomo a fare la differenza”, *Conegliano Valdobbiadene Colline del Prosecco Superiore*, 3, 23.

¹⁷⁵ AA.VV., 2012, “Mezzo secolo di Conegliano Valdobbiadene”, *Conegliano Valdobbiadene Colline del Prosecco Superiore*, 4, 10.

Tra gli esempi più significativi da seguire a livello italiano si deve menzionare l'esperienza dell'Arcipelago Muratori¹⁷⁶, dove già da un paio d'anni si opera in termini sostenibili, ponendo al centro il territorio. Si studiano qui, da un po', metodi per ridurre in termini quantitativi tutto ciò che serve alla produzione vitivinicola, in modo da ridurre contemporaneamente gli effetti negativi sull'ambiente. Nelle aziende dell'Arcipelago si respira dunque nuova aria, che sa di una filosofia adeguata all'equilibrio tra l'operato umano e tutto ciò che lo circonda.

Quanto visto finora permette di affermare che l'area del Prosecco si trova ancora agli esordi dal punto di vista della sostenibilità ambientale. Tale concetto sta cominciando a entrare nelle logiche operative del Consorzio di Tutela, ed è oggi pian piano introdotto attraverso il Protocollo Viticolo. A tale scopo, c'è però un ultimo evento importante che merita qui di essere citato, ossia la candidatura dell'area del Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore D.O.C.G. a Patrimonio Unesco¹⁷⁷. Essa nasce come risposta del Consorzio alle richieste di una viticoltura sostenibile. L'obiettivo proposto è quello di usare l'eventuale riconoscimento dell'Unesco come il mezzo per diffondere una maggiore consapevolezza dei viticoltori sull'importanza del proprio territorio, per generare quello specifico vino. Ora c'è da chiedersi se questa strategia sia valida o meno.

Potrebbe essere che accada quanto proposto dal Consorzio da un lato, tuttavia questo non è molto in linea con una filosofia più umile, attraverso cui prima di ottenere qualcosa, si lavori sodo. Può essere plausibile, infatti, che ricevere tale riconoscimento internazionale così importante conduca i viticoltori, già sufficientemente presuntuosi, ad adagiarsi sugli allori e a non crescere ulteriormente sotto il profilo ecologico. Come si osservava, vi è una discreta considerazione di tali aspetti oggi nella società locale del Prosecco. Perché allora attribuire un premio così valido, senza aver fatto nulla di eccezionale per ottenerlo? Infondo, al fine di essere credibile, un sito del Patrimonio Unesco in generale dovrebbe essere attentamente curato e tutelato; in esso si dovrebbe riscontrare una coscienza sociale profondamente radicata su criteri ambientali, cosa che nell'area del Conegliano Valdobbiadene non sussiste. Questi dunque sono gli aspetti negativi a sfavore della candidatura, un po' pessimistici, ma da tenere presenti.

Viceversa, è ovvio invece che un riconoscimento di tale caratura può migliorare l'immagine del territorio, innanzi al consumatore, in particolare quello estero. Può crescere così in conseguenza il turismo richiedendo maggiori strutture capaci di ospitare adeguatamente la clientela, nelle quali si comunichi ciò che si fa per il territorio, senza raccontare frottole, ma impegnandosi in tal senso. Se il Conegliano Valdobbiadene sarà dichiarato Patrimonio Unesco la responsabilità di ciascun

¹⁷⁶ È così definito perché è composto di quattro aziende poste in luoghi diversi d'Italia, tra cui Lombardia, Toscana e Campania.

¹⁷⁷ Il Percorso inizia nel 2008 e vede nel settembre 2010 l'iscrizione dell'area nella Tentative List al fine di ottenere in futuro il riconoscimento di Patrimonio Unesco.

viticoltore incrementerà notevolmente. L'esposizione ai media e all'opinione pubblica crescerà in termini assoluti. Si vuol dunque affermare che se questo evento avverrà, sarà un bene per certi versi ma un male per altri. Esso avrà solo riflessi positivi nel caso in cui il riconoscimento sarà accompagnato dal rispetto di vincoli ambientali molto severi. Nel caso opposto, i viticoltori si sentiranno sollevati dagli oneri ecologici, e difficilmente adotteranno un percorso di continuo miglioramento in questi termini.

La candidatura è fatta, la decisione è riposta nelle mani degli organi competenti a livello internazionale. E' utile non soffermarsi ad attendere questo responso, bensì continuare a sviluppare progetti efficaci alla realizzazione di una viticoltura sempre più sostenibile. La strada è ancora lunga e in salita. Bisogna mutare la mentalità poco "aperta" dei coltivatori locali. L'obiettivo è la realizzazione, come in California o in altri Paesi del nuovo mondo del vino, di una certificazione di sostenibilità ambientale credibile che coinvolga la gran maggioranza dei produttori e a essa accompagnare continuamente metodi di autovalutazione degli impatti ambientali lungo la filiera. Solo così i viticoltori si rendono conto di come singolarmente influiscano sul paesaggio loro circostante.

In tale ottica è bene che i viticoltori del Prosecco riconoscano e osservino anche strategie intraprese in altre zone d'Italia o in programmi nazionali per la realizzazione di un vino sostenibile. A tale riferimento è utile ricordare il Progetto Magis, promosso da Unione Italiana Vini¹⁷⁸. A esso aderiscono oggi settantaquattro aziende che fanno loro una filosofia ecologica forte, volta all'aiuto reciproco, in cui in primis si vuole garantire la qualità del vino offerto. Il fine è di carpire velocemente tutte le innovazioni che la ricerca scientifica scova, in modo che si sviluppi così un aggiornamento valido e quasi automatico. Il Progetto si basa dunque sulla conoscenza, sull'informazione e sulla repentina divulgazione delle stesse. In questo modo si facilita lo sviluppo della sostenibilità tra le aziende, le quali condividono tutto unendo le loro forze per un obiettivo comune. Magis è utile anche al fine di misurare la sostenibilità, dimostrando al consumatore finale ciò che si fa in questi termini. È proposto, infatti, un Protocollo continuamente aggiornato che evidenzia le novità apportate dalle esperienze delle singole imprese e nel quale ciascuna inserisce eventuali dati in un software predisposto. Si osserva dunque anche in questo caso un percorso di autovalutazione tesa al miglioramento continuo, modificando i comportamenti che producono specifiche criticità. Con Magis si va oltre il semplice rispetto di vincoli e regole, costruendo così nei singoli operatori una coscienza ambientale che li permea fino in fondo. A tutto questo devono

¹⁷⁸ UIV è l'associazione che da più di un secolo rappresenta le imprese produttrici di vino a livello nazionale. Essa raccoglie più di 500 aziende sparse in tutta Italia e gestisce il settore promuovendo la trasparenza e il libero scambio, nonché la cultura del buon vino. È un'associazione che fa sua l'innovazione e cerca di scovare tutte le nuove tecniche per applicarle e portarle al mondo vitivinicolo in termini rapidi e veloci.

quindi guardare i cari viticoltori del Prosecco. Il Consorzio di Tutela potrebbe proprio informare sulla presenza di Progetti di tale caratura, incoraggiandone l'adozione e lo sviluppo. Serve aprire gli occhi a strategie di non semplice rispetto della regola, ma di acquisizione di una mentalità nuova ed ecologicamente autentica. Questo devono capire gli operatori del Consorzio. Il Protocollo Viticolo non basta.

2.2: L'AZIENDA PERLAGE E LA SUA FILOSOFIA AMBIENTALE

Nel capitolo precedente è opportunamente analizzato il contesto di riferimento per la produzione del Conegliano Valdobbiadene, osservando in modo specifico il grado di diffusione di una mentalità sostenibile nella società, in particolare tra coloro che si occupano in prima persona di vino. Non tutta l'area si contraddistingue per un'insufficiente tendenza verso questi valori eticamente corretti, bensì ci sono alcune aziende che da qualche tempo s'impegnano per una crescita economica che tenga contemporaneamente conto degli aspetti ecologici e sociali. Ecco allora, a supporto della tesi qui proposta, la scelta di esporre l'esempio di un'impresa contraddistinta fin dalla sua nascita da una filosofia che supera il semplice profitto, il tornaconto personale. Perlage S.r.l. opera pienamente permeando in se stessa la logica sostenibile, sotto i tre profili osservati. È qui scelta perché rappresenta l'esempio ottimale a supporto di quanto esposto in precedenza. Se essa riesce ad adottare certe strategie eticamente corrette nel distretto del Conegliano Valdobbiadene, perché non lo possono fare anche tutte le altre imprese? L'obiettivo, come detto, sarebbe quello di realizzare una certificazione ambientale condivisa nell'area considerata; ciascun'azienda dovrebbe dunque osservare Perlage in tutti i suoi atteggiamenti, e cercare d'imitarla perché è il tipico esempio di come si viva in concreto la sostenibilità. L'analisi di quest'impresa permette di comprendere inoltre le varie modalità d'attuazione di tali principi, attraverso l'osservazione di alcune certificazioni precise, nonché di metodi d'autovalutazione del proprio lavoro sull'ambiente, tra cui sarà approfondito il progetto Ita.Ca.. Si proporrà di valutare, infine, l'eventuale sviluppo di questo percorso analizzandone i possibili sviluppi, tenendo conto di aspetti economici ed ambientali.

La prima domanda da farsi, procedendo per ordine, è legata alle motivazioni iniziali che conducono a costituire in quest'area un'azienda particolarmente ispirata a valori ambientali. Sono gli anni ottanta quando nasce Perlage S.r.l.¹⁷⁹ come

FIGURA 6: LOGO DI PERLAGE



FONTE: <http://www.perlagewines.com/>

¹⁷⁹ In origine il capostipite della famiglia Nardi, Tiziano, comprò negli anni '40 alcuni vigneti nell'area compresa tra i Comuni di Cison di Valmarino, Farra di Soligo e Refrontolo al fine di svolgere con passione e laboriosità le sue attività lavorative. Un legame dunque profondo quello della famiglia Nardi col territorio da ormai settant'anni, radicato nella volontà di ottenere vini sempre migliori, rispettando al contempo ambiente e società circostanti. Il punto di svolta in questi termini avviene però nel 1985, con il riconoscimento della viticoltura biologica per la nuova azienda costituita, Perlage S.r.l.. Da lì in poi si abbandona la produzione del latte, per dedicarsi solamente al vino attraverso vendita in damigiana. Tiziano Nardi, per evitare di disperdere il capitale, ha costituito questa società a responsabilità limitata in cui ciascun figlio è proprietario di un settimo, tuttavia essa è gestita oggi solo da due di essi, Ivo e Claudio. Inizialmente c'erano solo sette ettari di vigneto nel '85, divenuti oggi, venti tra proprietà e affitto. Come si vedrà però, l'azienda produce vino biologico anche ricevendo uve da altre zone d'Italia, arrivando così circa a cento ettari. In particolare vi è un buon legame con la fattoria biodinamica di Vaira in Molise, assieme cui collaborare verso strategie di marketing unisone per conquistare nuovi spazi commerciali.

nuova impresa con sede a Farra di Soligo (Treviso), la quale è impostata già in termini ecologici, grazie alla conversione al sistema biologico. È da leggere sicuramente come una grande sfida per quei tempi, in un'area in cui ancor oggi rimane la sola azienda del Prosecco Superiore D.O.C.G. (ve ne sono altre, ma nell'area esterna del Prosecco D.O.C.) ad applicare questo metodo di lavorazione. Un caso unico per la zona circoscritta dunque, un esempio valido per quanto qui esposto. Cosa può aver spinto allora in quegli anni un imprenditore a preferire l'offerta di un vino prodotto in termini sostenibili, di cui ancor poco si conosceva il significato? Varie possono essere le risposte. Innanzitutto è una scelta intelligente, proprio perché fatta in un periodo storico in cui ancora poco in Italia si sa in merito alla sostenibilità, soprattutto in viticoltura. Gli anni ottanta sono il momento d'esordio di un'ascesa forte del settore qui tra le colline del Conegliano Valdobbiadene. È ovvio che un imprenditore del tempo si lasci prendere dall'opportunità di fare soldi sfruttando al massimo il territorio lavorato, senza pensare alle conseguenze su tutto il resto. Questa è un po' la logica che plausibilmente in quegli anni si respira non solo in tale settore, ma in molti altri. E questa è dunque la strategia predominante; tuttavia qualcuno ha visto oltre, impostando il suo lavoro in modo da valorizzare anche altri aspetti.

È il caso di Perlage, dove il Presidente Ivo Nardi, grazie alla sua precoce esperienza vitivinicola vissuta col padre direttamente e agli studi in seguito svolti all'Università di Scienze Agrarie di Firenze, matura l'idea di distinguersi dalla massa, nel vero senso del termine. Agire secondo una strategia e filosofia sostenibile nell'area del Prosecco è una vera e propria novità nel 1985, eppure questa sfida è oggi vinta e insegna molte cose interessanti, in particolare per le altre imprese del distretto. Il punto focale, ieri per Perlage e recentemente per California e Australia, sta nel comprendere che la viticoltura sfrutta e utilizza risorse limitate, delle quali non si può e deve abusare, volendo produrre vino e fortuna anche in futuro. L'approccio agricolo, in tutte le sue forme più disparate, deve avere quindi il massimo rispetto per la buona conservazione di acque pulite, per la fertilità dei suoli, per la riduzione dell'inquinamento. Basta aver la volontà di documentarsi un po' in merito e si comprendono i limiti e le potenzialità del sistema vigneto, un'ecologia che funziona attorno alle culture, alla loro gestione e permette di percepire gli eventuali pericoli che possono insorgere modificando certi equilibri naturali.

Tutto questo è compreso dall'impresa trevigiana, che fin da subito si focalizza su una produzione che tenga conto dell'ecosistema per propria convinzione etica probabilmente, col rischio effettivo di un possibile insuccesso evolutivo, data la scarsa diffusione di tali valori nell'intera società. Ecco la similitudine col momento attuale, che il distretto del Conegliano Valdobbiadene sta attraversando. Negli ultimi tre anni, come visto, si comincia a parlare di sostenibilità anche nell'area D.O.C.G del Prosecco, tuttavia molti non ci sentono da questo punto di

vista, o forse non vogliono capire. Come Perlage dunque, ben trent'anni fa, ha sfidato la sorte, così oggi il Consorzio di Tutela e tutti i viticoltori sono chiamati a questa stessa opportunità di crescita, se vista nell'ottica adeguata. È difficile indubbiamente, ma se vi è riuscita una sola impresa diversi anni fa, oggi, unendo le forze dell'intero distretto, si può procedere all'inserimento concreto della sostenibilità anche nella viticoltura del Prosecco Superiore. L'incentivo dev'essere proposto dal Consorzio percorrendo una strada che permetta di far capire direttamente a ciascun operatore l'opportunità che la tutela ambientale può offrire anche economicamente, almeno nel lungo periodo. Il coraggio è quindi il primo elemento che caratterizza Perlage e la distingue ormai da diverso tempo. È questo dunque un aspetto emotivo che oggi serve diffondere nel primo distretto spumantistico d'Italia.

Si può poi presumere che la scelta di focalizzare la propria attività vitivinicola a principi ambientali corretti nasca dalla possibilità di distinguersi dai competitors. Forse anche in questo senso ragiona inizialmente Perlage, notando l'opportunità di creare un vino che sia prodotto in modo distinto rispetto a tutti gli altri Proseccchi ivi coltivati. Fattore sicuramente propositivo, che però riscontra all'epoca scarsa domanda a livello nazionale. Come già osservato, infatti, gli italiani sono ancora poco disposti ad assimilare tali valori, pensando il più delle volte al proprio tornaconto personale. E' probabilmente questo un altro elemento che poco favorisce la volontà delle imprese di adeguarsi agli standard ecologici più adeguati, è quindi il sistema sociale complessivo a essere poco predisposto. L'Italia è in ritardo, servono nuove teste e più innovazione.

Come si traduce in sostanza la sostenibilità di Perlage? L'azienda sceglie nel 1985 uno stile produttivo biologico in vigneto, opportunità distintiva sul mercato da un lato, ma grande sfida ricca d'incertezza dall'altro. Il periodo in cui avviene la conversione è di forte ascesa per il mercato del Prosecco, tuttavia solo quest'impresa nel distretto adotta uno stile biologico, raramente conosciuto in Italia; proprio per questo la difficoltà è notevole. Inizialmente quindi, la strategia prevede che l'azienda si rimboccasse le maniche per andare a far conoscere all'estero il più pregiato spumante nazionale, in particolare in Germania, dove la fiera Biofach di Norimberga, è il centro per il mercato delle produzioni biologiche nell'intera declinazione, proponendo beni alimentari, bevande e abbigliamento. A quel tempo questa manifestazione rappresenta il volano per la conoscenza del vino biologico in tutta Europa, con conseguente crescita delle vendite anche in Inghilterra e Olanda¹⁸⁰. Sono dunque, i mercati localizzati oltralpe, a sviluppare per primi interesse verso questa tipologia di prodotti e su essi Perlage sa puntare fin da subito creando veri e propri sbocchi internazionali fondamentali per il suo successo. Oggi è un'azienda conosciuta a livello mondiale per

¹⁸⁰ Oggi l'80% del vino Biologico Perlage è esportato, in particolare in Germania, Inghilterra, Olanda, USA, Giappone, Canada e molti altri Paesi.

la sua capacità di unire la qualità del vino con aspetti di tutela ambientale piuttosto rigorosi, permeando all'interno di ogni fase produttiva dei valori sostenibili che garantiscano la crescita nel lungo periodo¹⁸¹.

Che cosa significa allora per Perlage assumere la dimensione biologica? Innanzitutto, bisogna rilevare come il biologico, sia solo una parte dell'impostazione sostenibile che avvolge l'azienda stessa. Esso rileva, infatti, solo una metodologia di produzione specifica, la quale evita l'uso in vigneto di sostanze chimiche di sintesi, perché pericolose. La sostenibilità è invece molto più ampia, poiché indica una vera e propria filosofia che permea l'azienda stessa in tutti i suoi membri, nonché il territorio in cui opera, attraverso tutte le relazioni che s'instaurano con la popolazione, con in portatori di handicap ad esempio; l'etica sostenibile prevede collaborazioni a trecentosessanta gradi con tutti coloro che circondano l'impresa, poiché una buona condizione di vita è la gestione del sistema di relazioni in cui essa è immersa. Sostenibilità ambientale, sociale ed economica permeano da qualche tempo Perlage, la quale sceglie il metodo biologico per dimostrarsi ancora più attenta a questi aspetti.

“La scelta di convertire al biologico dell'azienda è stata soprattutto una scelta etica, dettata dalla convinzione che l'ambiente e la salute vanno assolutamente protette”¹⁸² afferma Ivo Nardi; quindi una scelta che nasce da un'ideologia personale sicuramente forte, rimarcata dal fatto di dover andare all'estero per vendere il proprio vino, dato il scarso appeal nazionale dell'epoca per questi valori. Perlage crede nella responsabilità dell'uomo verso l'habitat in cui vive e lavora, affermando le potenziali caratteristiche distruttive di una viticoltura chimica devastante nei confronti degli ecosistemi. Il rischio di trattamenti di questo tipo è la desertificazione, lo sfruttamento eccessivo e inappropriato del territorio per ottenere il massimo risultato produttivo, senza pensare alla venuta meno delle rese future. Attraverso il percorso biologico, invece, l'azienda vuole far sì che l'uomo lavori e utilizzi le risorse naturali che la Terra offre, curandole allo stesso tempo. Tutto quanto è presente in natura va tutelato, perché parte di un complesso sistema in cui convivono armoniosamente insetti, piante e microrganismi utili alla produzione di un'uva pregiata, il Prosecco. La filosofia adottata comprende che ciascun elemento del sistema non deve prevalere sull'altro eliminandosi a vicenda, ma serve elaborare un connubio in perfetto equilibrio guidato dall'opera dell'uomo, che lo indirizza all'ottenimento di un frutto molto buono, qualitativamente parlando. Ecco ciò che distingue il biologico dal sistema vitivinicolo tradizionale basato sulle sostanze chimiche; quest'ultimo distrugge ogni forma vivente che possa diffondersi nelle produzioni, rischiando conseguentemente di farle dipendere in modo eccessivo dal comportamento umano.

¹⁸¹ Nel 1990 arriva in tavola la prima bottiglia di Prosecco D.O.C. Frizzante biologico a fermentazione in bottiglia targato Perlage.

¹⁸² Dall'intervista fatto a Ivo Nardi dell'azienda vinicola "Perlage S.r.l." da parte di Veneto Agricoltura (vedi Allegato 3).

Nel tempo questa metodologia si è perfezionata anche all'interno del mondo Perlage, innovando il biologico sotto la nuova definizione di Biodinamico¹⁸³. Mentre il primo termine rispecchia il mancato uso di sostanze chimiche, il secondo si apre un po' a quanto detto nel paragrafo precedente. Si osserva, infatti, la produzione vitivinicola come un sistema comprendente diversi elementi, i quali uniti si auto tutelano valorizzandosi¹⁸⁴. In questo senso dovrebbe lavorare anche il Consorzio di Tutela, al fine di far conoscere a tutte le imprese presenti sul territorio queste opportunità, magari sfruttando proprio l'esempio di Perlage come modello di eco-sostenibilità. In sostanza, la volontà d'intraprendere un cammino di questo tipo non piove dal cielo, ma deve provenire da dentro, da chi giorno dopo giorno lavora i vigneti e ne conosce perfettamente ogni piccolo dettaglio. Nell'azienda considerata l'origine trova spunto proprio da elaborazioni proprie del gestore, da studi fatti in merito alle opportunità offerte dal percorso biologico.

L'avvio di questa strategia sicuramente non è facile per Perlage, come afferma Nardi: "All'inizio c'è stato una lieve diminuzione della produzione ed era difficile garantire un risultato che fosse per noi soddisfacente con i costi che erano aumentati fino al trenta per cento. Poi, con grande tenacia e fiducia, abbiamo perfezionato le tecniche e nel tempo siamo stati ampiamente gratificati, ottenendo risultati al di sopra delle aspettative, che ci hanno permesso di esportare il nostro prodotto e soprattutto il nostro modello. All'epoca esisteva poca bibliografia e le sperimentazioni sono state fatte da noi in azienda, prima su un piccolo appezzamento di sei mila metri quadrati a Prosecco, poi sull'intera azienda. All'inizio c'è stato un crollo della produzione ed era difficile garantire la sanità delle uve. Tuttavia abbiamo preservato e una volta perfezionate le tecniche i risultati non sono mancati, anche dal punto di vista economico. I costi iniziali più alti sono stati interamente recuperati dai maggiori prezzi e dalla buona marginalità di quei tempi¹⁸⁵. Ecco il sunto che esprime chiaramente la forza di volontà dell'azienda nel credere all'ideologia ecologica anche di fronte a dei costi molto più elevati inizialmente. Questa è la difficoltà da superare nel distretto. Fare il sacrificio di pagare di più in partenza, per ottenere un doppio risultato positivo nel lungo periodo, sia economico sia ambientale. Perlage è dunque un modello da seguire sotto questo profilo; al di là della scelta biologica, che può starci come no, è da ammirare l'impostazione tesa a principi sostenibili, questo è fondamentale. Non si pretende, dunque, che tutte

¹⁸³ Il vino biologico è sottoposto alla disciplina europea (Regolamento CE 835/2007) che verifica il non utilizzo di sostanze chimiche di sintesi in viticoltura. La certificazione è attribuita dopo un minimo di tre anni d'applicazione in azienda delle regole previste; in seguito è data l'etichetta che certifica la provenienza biologica del vino. Vi sono sia controlli previsti, che altri non annunciati. Viceversa, le norme imposte per il vino biodinamico son previste da enti privati a livello internazionale, e prevedono anche in questo caso dei periodi più o meno lunghi di conversione per le imprese.

¹⁸⁴ A tale scopo Perlage ottiene prima nel 2000 per il vigneto, e poi nel 2010 per la cantina la certificazione biodinamica Demeter. Essa è più restrittiva e rigorosa rispetto ad una certificazione di carattere biologico. Col marchio si verifica che il produttore sia capace di conservare, curare e rispettare tutto ciò che di naturale usa per l'ottenimento del frutto, in questo caso l'uva.

¹⁸⁵ Dall'intervista fatta a Ivo Nardi dell'azienda vinicola "Perlage S.r.l." da parte di Veneto Agricoltura (Vedi Allegato 3).

le aziende del distretto convertano i loro metodi produttivi al biologico o biodinamico, ma che apprendano l'opportunità di tutelare il territorio in cui operano, con lo scopo di confluire unite a una crescita ecologica sostenibile.

Tutto questo è da vedere come una possibilità di crescita, se ben comunicata, proprio per l'incremento della sensibilità del consumatore negli ultimi anni verso questi temi. La fortuna di Perlage è puntare su un target di mercato che all'estero, in particolare in Nord Europa, oggi attira parecchio; la Germania è fin da subito il principale sbocco, grazie alla fiera di Biofach, tuttavia negli anni le strategie efficienti dell'azienda conducono alla conquista di altri mercati, quello Inglese in primo luogo¹⁸⁶. In questo caso va rilevata l'ottima scelta di adottare la certificazione British Retail Consortium, imposta all'azienda al fine di collaborare con alcune catene di vendita inglesi. Il modo in cui questa è pensata è particolarmente innovativo, almeno qualche anno fa. S'impone il tutto su un'analisi effettuata tra i consumatori per comprendere il loro punto di vista soprattutto in merito ad aspetti di sicurezza alimentare dei beni offerti sul mercato. In tal modo emergono e sono sollevati tutti i problemi e le criticità che il consumatore maggiormente percepisce tesaurozzandoli, fornendo così alle aziende, dati utili per offrire un bene finale sempre più adeguato alle esigenze del pubblico. Si parte dunque valutando un insieme di casi e dalle valutazioni fatte in merito, si costruiscono le norme che disciplinano la suddetta certificazione, analizzando tutta una serie di situazioni, attenzioni, che vanno dal personale alla gestione delle materie prime, dai rischi di contaminazione alla sicurezza alimentare. I controlli sono fatti in modo severo e oggettivo. Questa è dunque una buona impostazione al fine di garantire la validità delle certificazioni in generale, attraverso la richiesta inoltre di tempi di conversione piuttosto lunghi allo scopo di poter effettivamente modificare in positivo i comportamenti delle aziende.

Atteggiamenti e certificazioni di questo genere mancano invece nel distretto del Conegliano Valdobbiadene, dimostrando ancora una volta come sia spesso futile l'imposizione di semplici norme senza la comprensione delle reali esigenze del consumatore. Il Consorzio di Tutela su quest'onda dovrebbe rendersi conto dell'importanza di favorire le esportazioni del Prosecco, in una versione sempre più "green". È all'estero che bisogna puntare oggi, e il consumatore oltralpe come già osservato, richiede vini sempre più sostenibili da un po' di tempo. Seppur i viticoltori locali abbiano ottime capacità nel produrre buon vino, tuttavia sono poco disponibili e attenti ad ascoltare ciò che il consumatore richiede effettivamente; si preoccupano troppo di ottenere ciò che a loro

¹⁸⁶ A tale scopo Perlage deve saper ascoltare le esigenze della domanda. Si è scelto così di puntare sulla vendita di particolari tipologie di vini al fine d'incontrare le richieste del consumatore inglese, ottenendo fin da subito un successo notevole con volumi di vendite che permettono eventuali investimenti. Consultando poi enologi da varie parti del Mondo, si è creato uno stile di vino tutto inglese che assecondasse appieno le richieste di una bevanda avvolgente, facilmente bevibile e morbida. Ecco la modernità di Perlage dunque, l'apertura verso strategie di marketing che portino ad ottenere il vino che piace al consumatore, al di là dei gusti di chi lo produce.

piace, ma non è detto che raccolgano allo stesso tempo il gusto di chi vive oltre i confini nazionali. Le varie aziende devono lavorare di più sul marketing, e magari, come fa Perlage, intraprendere delle collaborazioni con altri operatori internazionali del settore. Poter relazionarsi professionalmente con enologi del Nuovo Mondo del vino, afferma Nardi, “E’ stata un’esperienza straordinaria. Da loro abbiamo imparato molte cose, ad esempio utilizzare meglio i lieviti e controllare le fermentazioni. Questo è molto importante per il vino biologico. Ma la collaborazione è stata utile anche per acquisire una mentalità diversa, più aperta”¹⁸⁷.

Quest’atteggiamento è ciò che servirebbe diffondere all’interno del distretto, predisponendo così i viticoltori a fornire un vino che piaccia innanzitutto al consumatore, il quale oggi richiede sempre, in particolare a livello internazionale, il rispetto di principi di sostenibilità sociale e ambientale. Ecco il cerchio virtuoso che oggi Perlage, nel suo piccolo, riesce a mettere in pratica, non scoraggiandosi di fronte a tutte le difficoltà che si possono incontrare nel cammino, come ad esempio la recente crisi economica internazionale che conduce a un notevole calo dalla domanda inglese¹⁸⁸. La risposta è sempre quella di guardare oltre, cercando velocemente altri sbocchi adeguati che possano catturare l’offerta proposta precedentemente. Il nord est europeo e vecchi mercati, quali Stati Uniti e Giappone, rappresentano oggi la via per continuare a vendere il prodotto.

Anche l’Italia sotto questo punto di vista è in crescita, tuttavia bisogna ancora lavorare molto per diffondere nella società un profilo ambientalista in tutti i settori, non solo per quello vitivinicolo. Per la vendita, il biologico rappresenta oggi il mezzo che più esprime una certa sostenibilità nelle produzioni dei beni. Negli ultimi anni ci sono da segnalare dei cambiamenti importanti per questa catalogazione e tipologia di prodotti, poiché non si osserva più semplicemente l’aspetto salutistico, ma si cerca un buon connubio tra quest’ultimo e un’elevata qualità. La concorrenza internazionale è così notevolmente incrementata saturando ampiamente il mercato. In Italia poco tempo fa si trovavano prodotti biologici solo all’interno di negozi specializzati (Ariele, NaturaSi), oggi sono presenti anche negli scaffali di catene convenzionali, dove entrano consumatori di qualsiasi genere e gusto, che non vanno appositamente lì per comprare beni biologici. Quest’ultimi sono dunque scelti anche tra gli scaffali della Coop ad esempio, se opportunamente predisposti. È quindi un’evoluzione in atto, in cui sempre più mercati convenzionali inseriscono referenti biologici nelle loro offerte. Su tutto ciò deve puntare anche il mondo del vino, favorendo le scelte di beni in cui intrinsecamente si rinvenga il concetto di sostenibilità.

¹⁸⁷ Dall’intervista fatta a Ivo Nardi dell’azienda vinicola “Perlage S.r.l.” da parte di Veneto Agricoltura (Vedi Allegato 3).

¹⁸⁸ Nel 2009 il calo della domanda in Gran Bretagna si aggira attorno al trenta per cento.

In tal senso esiste allora a livello nazionale una coscienza ambientale nei consumi di vino? Il ritardo è notevole rispetto al resto del mondo, comunque una predisposizione c'è e va coltivata. Il risultato è far convergere aziende e consumatori a scelte sostenibili, nella consapevolezza che questo è un tema cui le persone in generale si affezionano molto volentieri, è una questione percepita nell'animo umano, poiché ci si rende sempre più conto dei rapidi mutamenti climatici, delle difficoltà che un clima oggi sempre più strano comporta anche come disagi nella vita quotidiana. C'è una facile attrazione dunque sull'argomento, tuttavia è necessario fare fronte comune coltivando e condividendo possibili soluzioni tra tutti, nel caso considerato dal Consorzio di Tutela, dagli enti territoriali, dai viticoltori e dai consumatori stessi. Il distretto del Prosecco potrebbe, volendo, essere tra i primi a sostenere tali obiettivi, attraverso investimenti ben indirizzati verso la comunicazione, l'informazione, per ottenere in futuro dei cambiamenti culturali, etici e abitudinari molto importanti. A livello nazionale tutti i negozi specializzati in biologico sono in crescita, segno di un'ascesa costante di valori ambientali tra le scelte della popolazione.

Perlage ha forse lo svantaggio di avere una dimensione piuttosto ridotta, ed è quindi difficile dimostrare e far notare al resto del settore vitivinicolo circostante la validità e l'importanza delle proprie scelte. È tuttavia veramente ammirabile l'impegno dimostrato in tutti questi anni da tale azienda sotto il profilo ambientale e sociale. La filosofia sostenibile coinvolge oggi ogni reparto produttivo, tuttavia serve continuare a coltivarla sicuramente; non vi è una figura aziendale responsabile in merito, ma il DNA è quello da qualche tempo e non sfugge a nessuno. L'esempio significativo è molto semplice, ed è quello della gestione del rifiuto: essa deriva non solo da un'educazione impartita in azienda, ma dev'essere chi usa i singoli materiali a sapere come separarli, dove metterli, dove riporli in modo ordinato. Certificazioni come la British Retail Consortium aiutano sicuramente a crescere e ad auto valutare i propri comportamenti in senso sostenibile. Esse educano all'attenzione, ad abbassare i rischi di contaminazione di sostanze pericolose. Le aziende vitivinicole devono scegliere un percorso educativo che le portino a lavorare bene al loro interno, ad esempio nell'impianto d'imbottigliamento, prendendo i cartoni per riporre le bottiglie, controllarne la resistenza ed eliminare quelli rotti mandandoli in pressa. Perlage in un paio d'anni comprende l'importanza di questi aspetti e arriva a ridurre da cento a trenta quintali l'ammontare di rifiuti indifferenziati, con altre possibilità di miglioramento.

La sostenibilità non dev'essere solo singolare proprietà di un'impresa, ma deve diffondersi lungo tutta la filiera produttiva coinvolgendo dunque anche i fornitori. Affermazione questa che incrimina il distretto del Conegliano Valdobbiadene, data la sua difficoltà di condivisione, di unione al fine di creare gruppo, di costruire una rete tra imprese tesa a obiettivi comuni. Sicuramente Perlage riesce oggi a incidere sulle scelte dei suoi fornitori, proprio perché questi hanno, oggi come

non mai, necessità di vendere; nel momento in cui essi si vedono arrivare richieste riguardanti questioni ambientali, subito alzano le antenne. Se più aziende quindi aumentano la domanda di beni “green” ai fornitori, si costituirà un circolo virtuoso attraverso il quale diffondere ancor più queste logiche nel sistema vitivinicolo locale.

Tutto questo deve diventare un’opportunità economica ancor più oggi che la globalizzazione eleva esponenzialmente le difficoltà imprenditoriali. Perlage nel suo piccolo fa quel che può e deve perseguire oggi in modo serrato le possibilità di crescita di cui dispone, poiché lì dove le opportunità di mercato incrementano, sale anche la concorrenza tra l’offerta. Nuovi Paesi si affacciano oggi al metodo biologico e sostenibile con spirito di gruppo elevato. L’Italia purtroppo è frammentata come al solito, a differenza ad esempio del mondo francese dove vi sono, per quanto riguarda il vino, delle crescite impressionanti, poiché lì i consorzi e le associazioni di categoria spingono unite verso queste conversioni metodologiche. In Australia, Nuova Zelanda e così via esistono meno vincoli normativi e un grado elevato di predisposizione alla sperimentazione di nuovi processi produttivi. Per loro fare biologico e sostenibilità è dunque anche sperimentare, scovare vie diverse per distinguersi valorizzando molti valori eticamente corretti. Perlage e tutte le aziende del distretto non devono però temere e avere paura, ma puntare su buone idee innovative, che provengano dai giovani e che salvino il futuro dell’economia di questo settore. Deve così esserci un’elaborazione continua del percorso di crescita, focalizzata sulla comunicazione adeguata di tutto quanto è fatto in termini sostenibili. Solo così si diffonde in tutta la società, non solo per il Prosecco, una coscienza ecologica funzionale allo sviluppo futuro dell’economia locale.

In particolare è utile fare un cenno all’attuale situazione di crisi economica che sta colpendo un po’ tutti i settori, tra cui anche quello vitivinicolo. Il distretto del Conegliano Valdobbiadene ne risente molto poco, tuttavia alcune difficoltà ricadono su chi opera prevalentemente sul mercato nazionale, dove vi è una contrazione generale dei consumi. Questi imprenditori decidono così giustamente di conquistare nuova domanda altrove, spingendosi all’estero in modo del tutto disordinato. Sarebbe più utile in questo senso un aiuto a far rete da parte del Consorzio, aiutando le aziende a farsi conoscere oltre confini per la loro vocazione comune, il Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore D.O.C.G.. Se il processo d’internazionalizzazione fosse quindi più condiviso e coltivato, si porterebbero a casa maggiori risultati. Chi lavora come Perlage all’estero sta già meglio economicamente parlando, essendo già per predisposizione più dinamico nello spostarsi da un mercato all’altro a seconda delle cadute e delle crescite. Oggi Perlage ha un bilancio positivo, seppur la piccola dimensione dell’impresa comporti sotto questo profilo dei limiti, poiché l’espansione del mercato mondiale è enorme e bisogna rapportare gli investimenti nella rete commerciale e nel marketing in funzione alle proprie forze, non riuscendo ad arrivare ovunque. La

predilezione è sempre rivolta al legame territoriale con le bollicine, tuttavia l'azienda è sempre pronta ad adattare questa sua impostazione ad altre esigenze più complesse. L'importanza sta nel tener viva e sana un'azienda che nel contempo deve sostenere sempre più i suoi prodotti locali. Negli ultimi anni Perlage cresce in media del dieci per cento e ciò è dovuto non solo alla scelta biologica, che è sicuramente un valore aggiunto, bensì all'intero sistema azienda ricco di figure giovani con alti livelli d'istruzione.

Un'impostazione quindi basata molto sull'innovazione di prodotto quella di Perlage¹⁸⁹, per essere sempre pronti ad accogliere le richieste di chi quel vino deve alla fine berlo e rimanere soddisfatto. Allo stesso tempo si valorizzano però diversi aspetti ambientali, ed è qui che si gioca l'originalità dell'azienda, nella sua strategia ottimale tesa a considerare contemporaneamente elementi economici, sociali ed ecologici. L'esempio è quello dei tappi a vite, opportunamente creati per le bottiglie di vetro, che sono pienamente riciclabili, una volta avvenuto lo stappo. Su questi temi l'impresa s'impegna formando adeguatamente¹⁹⁰ in continuo tutti i suoi operatori per raggiungere un fine comune, connubio tra massima qualità del Prosecco offerto, bevanda genuina, salubre dal prezzo non troppo eccessivo e rispetto della natura limitando i trattamenti di tipo chimico. Al tempo stesso si deve aggiungere la responsabilità di Perlage verso tutti i soggetti che con essa collaborano e con i quali negli anni s'instaura un legame durevole e affidabile, non solo i fornitori, bensì varie associazioni, enti e scuole con cui si cresce da un punto di vista culturale verso la conoscenza e sviluppo di nuove tecnologie.

Perlage negli anni ha sempre mantenuto una linea d'apertura verso il mondo esterno che ben poche altre aziende del Conegliano Valdobbiadene detengono, focalizzata sull'umiltà. È questa una caratteristica che ben si nota intervistandone il Presidente, le cui parole sono proprio simbolo di semplicità e concretezza, nei limiti di ciò che sono le sue possibilità. Non è sicuramente l'atteggiamento orgoglioso di chi crede d'essere migliore degli altri, ma la posizione aperta verso ciò che accade altrove, nella prospettiva di percepire esternamente quanto può essere utile, innovativo e opportunità per la crescita. È questo che manca nel distretto veneto del Prosecco, è in questo che il Consorzio deve impegnarsi favorendo un nuovo filone di pensiero tra le aziende vitivinicole. Perlage da un lato cerca strategie esclusive che possano conquistare il mercato, ma dall'altro non prova rancore per chi seguirà la sua linea strategica in futuro.

¹⁸⁹ Per quanto riguarda il Distretto del Conegliano Valdobbiadene, Perlage vanta una serie di primati per quanto riguarda l'innovazione di prodotto: essa produce il primo spumante Prosecco Biologico negli anni '90, il primo spumante Prosecco Biodinamico nel 2005 grazie alla certificazione Demeter, il primo spumante Prosecco senza solfiti nel 2008.

¹⁹⁰ L'azienda punta particolarmente sulla formazione delle risorse umane, coinvolgendo tutti i dipendenti nella discussione sulle scelte da fare, rendendoli partecipi scambiando varie idee. Si offrono inoltre corsi di formazione periodici cui partecipare nello spirito di assumere sempre nuove conoscenze utili anche nella vita quotidiana, fuori dall'azienda.

Di notevole importanza è anche la collaborazione con altre imprese a metodo biologico che producono Prosecco, ma che sono esterne all'area del D.O.C.G.. Perlage, come osservato, è poco propensa a crear conflitti con le altre aziende per prevalere sul mercato, ma si apre ad iniziative comuni che sappiano valorizzare prima di tutto la conoscenza, l'innovazione. Ecco perché prende parte dal 2009 al Progetto Biombra¹⁹¹, con l'obiettivo di fare fronte comune alla conquista di nuovi mercati, condividendo idee e spunti utili per crescere insieme innanzi alle notevoli opportunità che il settore biologico

FIGURA 7: Logo del Progetto Biombra



FONTE: www.biombra.it

internazionale offre in questo momento. Un altro esempio importante dunque per il distretto del Conegliano Valdobbiadene, che dovrebbe ben imparare da quanto qui affermato con riferimento al Progetto Biombra: “Il Gruppo sta ora lavorando su diversi progetti comuni dall'agronomia alla promozione delle qualità e dei caratteri distintivi del vino biologico e, in tale contesto, conta di allargare il confronto anche ad altre imprese del settore. La logica è, infatti, quella di condividere competenze e conoscenze fra il maggior numero di imprese, avendo ben presente che tra imprese che fanno con passione lo stesso mestiere sono più i punti di contatto e unione che quelli di conflitto, e l'obiettivo a medio termine è quello di diventare un serbatoio di idee e iniziative di promozione per il settore viticolo biologico sia in Italia sia all'estero”¹⁹².

Da queste parole rinvieni alla mente quanto già affermato riflettendo in precedenza sul funzionamento effettivo del distretto del Conegliano Valdobbiadene. In questo modo Perlage dimostra concretamente il suo impegno a condividere valori con altri, a fare rete stabile per essere più competitivi sul piano globale. È dunque un gruppo innovativo, che non chiude le porte ad altre partecipazioni, ma incita a coinvolgere successive imprese ad aderirvi. Un esempio lampante per il distretto, oggi ancor sottoposto a conflitti interni rispetto alla denominazione. Proprio costruendo progetti di questo tipo, il Consorzio di Tutela potrebbe avanzare e crescere da un punto di vista sostenibile. Fare gruppo, fare rete per coltivare valori ecologici e dimostrare che l'importanza affidata al territorio nel 2009 con l'aggiunta della famosa “G”, non sono solo parole, ma anche fatti concreti.

¹⁹¹ Il nome del Progetto nasce dal termine dialettale “Ombra”, ossia calice di vino, abbinato al percorso biologico. Esso riunisce sei aziende del trevigiano (Perlage è l'unica dell'area D.O.C.G., mentre le altre fanno parte del Consorzio Prosecco D.O.C.). L'idea nasce vista la notevole presenza di vini biologici trevigiani alla fiera di Biofach nel 2007. Il Gruppo detiene la produzione odierna di circa cinque milioni di bottiglie complessive; vi è un'opportuna assistenza tecnica specializzata che aiuta i viticoltori biologici. Nel biennio 2008-2009 è inoltre stato proposto un corso di formazione che ha riscontrato notevole partecipazione ed entusiasmo.

¹⁹² <http://www.biombra.it/default.asp?modulo=news&action=read&id=7>

FIGURA 8: L'EVOLUZIONE DI PERLAGE

**PERLAGE,
30 ANNI DI AGRICOLTURA BIOLOGICA
NEL RISPETTO DELL'AMBIENTE E DEL CONSUMATORE**

PERLAGE
le Bio Bollicine
• 1985 •

Dal 1985 al 2015

1° PROSECCO DOCG FRIZZANTE BIOLOGICO A FERMENTAZIONE IN BOTTIGLIA	1° PROSECCO DOCG FRIZZANTE BIOLOGICO METODO CHARMAT	1° PROSECCO DOCG SPUMANTE BIOLOGICO	1° PROSECCO DOCG SPUMANTE BIODINAMICO	1° PROSECCO DOCG SPUMANTE SENZA SOLFITI	1° PROSECCO DOCG SPUMANTE A Z.E. o ...
-------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------	----------------------------------------------	------------------------------------------------	--------------------------------------------------	-------------------------------------------------

FONTE: DOCUMENTI FORNITI DALL'AZIENDA

2.3: ITA.CA.: L'IDEA D'INTRAPRENDERE UN PERCORSO DI AUTO VALUTAZIONE AMBIENTALE

2.3.1 L'ADOZIONE DEL CARBON FOOTPRINT IN ALTRI SETTORI ITALIANI

Finora si è ben dimostrato quale sia la filosofia che Perlage adotta da molti anni nelle sue strategie di lavoro, e quelli elencati nell'immagine 8 sono i risultati conseguiti che mostrano l'attenzione per l'ambiente, attraverso il percorso biologico e biodinamico. L'ultima bottiglia "Coming Soon" apre le porte a ciò che tra breve si tratterà come caso specifico dell'elaborato; si legge, infatti: 1° Prosecco D.O.C.G. Spumante a Z.E.... . Che cosa indica questo? E' uno dei nuovi obiettivi di Perlage, quello di produrre un giorno un vino a impatto modesto o nullo sull'ambiente, in particolare dal punto di vista delle emissioni d'anidride carbonica lungo la filiera produttiva. Ciò di cui si va dunque a parlare è un progetto in atto, che sta prendendo forma per l'azienda considerata, ma di cui si potranno misurare effettivamente i risultati concreti solo tra un anno. Ecco allora la proposta qui fatta di analizzare tutto ciò che circonda questo progetto, formulando ipotesi sui passi futuri che l'azienda potrà intraprendere una volta disponibili i dati elaborati dal centro Sata¹⁹³.

Per fare questo è utile calarsi pienamente nella realtà aziendale, cercando non solo di riportare quanto essa adotta positivamente oggi sotto il profilo ecologico, ma delineando un percorso fondato pure su ipotesi o proposte che possano giovare in futuro a Perlage. Questo è l'obiettivo esposto, da raggiungere attraverso l'esemplificazione del Progetto Ita.Ca. e la valutazione economica ed ambientale dei possibili risvolti che esso può avere.

Nella prima parte dell'elaborato si è visto il significato di sostenibilità ambientale vitivinicola e i metodi proposti per applicarla in azienda in termini concreti, attraverso il sistema del Carbon Footprint. A livello internazionale esistono esempi molto avanzati da questo punto di vista, quali l'International Wine Carbon Calculator¹⁹⁴, già osservato in precedenza. Oggi, anche l'Italia comincia a entrare in quest'ottica, valutando e riconoscendo l'importanza di intraprendere dei percorsi sostenibili non solo basati su certificazioni ambientali, bensì su modelli di autovalutazione ecologica per le imprese e organizzazioni. La sostenibilità non dev'essere dunque più solo un'affermazione, ma qualcosa di misurato o misurabile, che manifesti in termini pratici, quanto è l'impegno sviluppato in tal senso.

¹⁹³ Ci si riferisce con questo termine a un gruppo di studio formato da agronomi che si occupano di scovare soluzioni innovative attraverso lo sviluppo di progetti di collaborazione con aziende del territorio nazionale. In particolar modo l'attenzione è riposta su temi quali la sostenibilità e la sicurezza alimentare, sperimentando lavori che fanno maturare spesso esperienze significative per tutti i soggetti coinvolti.

¹⁹⁴ Nato da un rapporto di collaborazione tra le associazioni della California, Nuova Zelanda, Sud Africa e Australia.

L'applicazione di questi metodi legati alla misurazione delle emissioni carboniche oggi coinvolge vari settori economici anche in Italia, in particolare attraverso iniziative simili a quelle sostenute dal Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare, il quale propone un programma di sperimentazione delle varie metodologie di valutazione dell'impatto ambientale, al fine di comprendere quali siano più facilmente diffondibili e realizzabili nel sistema produttivo nazionale. L'idea è in qualsiasi ambito quella di capire l'impronta carbonica dei singoli prodotti per sviluppare così delle strategie di riduzione prima, e di neutralizzazione in seguito, comunicando infine al pubblico il proprio impegno.

Tra le imprese e organizzazioni scelte in tal senso, aderisce oggi anche il nostro ateneo veneziano di Ca' Foscari, simbolo di eccellenza ecologica tra le Università d'Italia. Il suo impegno verso questi aspetti non è racchiuso semplicemente nel calcolo delle emissioni di anidride carbonica, ma è ampio verso l'adozione di tutto quanto possa esser utile a formare una coscienza ambientale in uno dei luoghi istruttivi più rilevanti, come lo è un ateneo universitario. Si punta molto, come giusto che sia, sulla diffusione di questo spirito in modo diretto tra insegnanti e studenti, i quali un domani potranno traslare questi comportamenti nella loro carriera lavorativa. La motivazione può essere dunque quella di arrivare primi all'introduzione di modelli di questo tipo, consci che tra non molto tempo saranno fondamentali per garantire uno sviluppo sostenibile all'intera società.

L'Università Ca' Foscari dunque s'impegna in un percorso in cui calcolare le emissioni di anidride carbonica è solo l'aspetto pratico di una strategia ben più radicata, che parte dalla decisione di elaborare un vero e proprio Carbon Management¹⁹⁵. Questo è un buon insegnamento per Perlage. Manca, infatti, in azienda, un responsabile che si occupi direttamente delle problematiche ecologiche e che possa così fare delle analisi sperimentali utili in modo specifico per inserire in senso approfondito la variabile ambientale tra gli elementi di gestione. Questo incrementerebbe di sicuro il risultato positivo ottenibile dal punto di vista economico, grazie a notevoli risparmi energetici. L'ateneo veneziano insegna valori educativi importanti e come altre realtà organizzative funge da cavia per dimostrare al mondo imprenditoriale che seguire questa strada delineata non è un male, bensì porta a benefici vari in futuro per se stessi e per l'intera società. Esso parte prima di tutto dall'individuazione di una politica ambientale chiara, definita, in cui ciascun soggetto detiene delle responsabilità e l'obiettivo è comprendere quale sia l'impatto ecologico dell'organizzazione considerata. Questo passa attraverso il riconoscimento della validità di questi elementi nella mente di tutti i soggetti coinvolti, diventando così credo comune e obiettivo da sviluppare nelle strategie

¹⁹⁵ Il termine indica la scelta di sviluppare delle politiche che inseriscano nella programmazione aziendale la variabile ambientale, come uno degli elementi principali di cui tener conto nella determinazione degli obiettivi.

applicative. Poi si passa alla misurazione vera e propria attraverso lo strumento del Carbon Footprint, la quale deve avvenire in modo oggettivo e coerente per garantire una valutazione il più corretta ed attendibile possibile. Si sviluppano così dei piani di programmazione al fine di ridurre progressivamente le emissioni d'anidride e comunicare al pubblico i risultati raggiunti¹⁹⁶.

In questo senso opera anche un'altra importante impresa nazionale del settore delle bevande analcoliche, San Benedetto S.p.A.¹⁹⁷. Anch'essa collabora al progetto proposto dal Ministero dell'Ambiente con la volontà di valutare l'applicazione di tecnologie ecosostenibili innovative. L'azienda si riconduce a modelli di calcolo sviluppati a livello internazionale e gli obiettivi sono dei più nobili e avanzati. Non si pensa solo, infatti, a capire qual è il proprio peso in termini ambientali, ma si vuol far presto a definire strategie di neutralizzazione dell'impatto al fine di poter comunicare il tutto al consumatore il prima possibile. Questo è, come si vedrà a breve, ciò che manca a Perlage. Si pensa poco in particolare al come dimostrare, una volta adottato, il proprio impegno a questi scopi, attraverso strumenti che possono essere etichette e certificazioni. Probabilmente il progetto del Ministero aiuta di più a tal fine, proprio perché s'impegna fin dall'inizio a sviluppare per le aziende aderenti un percorso virtuoso che deve per forza di cose portare alla comunicazione del tutto al mondo intero. Peccato che Perlage non abbia proposto la sua candidatura in tal senso, data anche la partecipazione di diverse imprese vitivinicole a livello nazionale. Per il caso specifico di San Benedetto si è visto come il maggior impatto sia dato dalla produzione e trasporto delle materie prime; per questo sono intraprese oggi delle politiche di risparmio energetico e la scelta di bottiglie di minor peso in materiale PET con impatto ecologico ridotto¹⁹⁸. Grazie a questa filosofia e agli interventi adottati, in due anni, tra il 2008 e il 2010, San Benedetto riduce la produzione di anidride carbonica di ben 30.000 tonnellate, un meno tredici per cento¹⁹⁹. In questo caso è da rilevare la notevole importanza comunicativa che può dare al mercato nazionale alimentare un'azienda di questo calibro mediatico; essa può essere un primo esempio all'interno delle grandi catene distributive che poi favoriranno l'adozione delle stesse strategie anche da parte di altri marchi e prodotti importanti. La similitudine tra San Benedetto e Perlage può essere fatta, seppur l'azienda vitivinicola considerata non sia parimenti conosciuta; tuttavia potrebbe dare un primo input all'applicazione in un mondo vasto come quello del Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore.

¹⁹⁶ Successivamente, l'ateneo ha preparato un foglio excel in cui poter elaborare i dati della carbon footprint raccolti; oggi è disponibile anche una pagina sul sito web di ateneo in cui ciascun studente può calcolare il suo livello d'impatto ambientale rispondendo a delle domande quiz. Tutte formule comunicative nuove che ben potrebbero andar bene anche per Perlage. I risultati elaborati per l'Università dimostrano come siano elevate le emissioni in particolare a causa delle necessità energetiche degli edifici e del trasporto di tutti coloro che utilizzano tale organizzazione pubblica.

¹⁹⁷ L'azienda dispone di quattro centri produttivi in Italia (di cui uno a Scorzè-Venezia) ed altre filiali estere.

¹⁹⁸ Il PET è un materiale utilizzato nella vendita d'acqua potabile, costituito attraverso l'uso di petrolio o metano. Esso permette di risparmiare notevoli quantità d'energia nel suo processo di formazione, ed è quindi amico dell'ambiente. San Benedetto promuove nuove linee di contenitori in PET in diversi formati, capaci di neutralizzare o rendere minimo l'impatto carbonico del packaging. Questa strategia ha offerto validi risvolti anche economici, con notevoli incrementi di produzione.

¹⁹⁹ http://www.unive.it/media/allegato/sostenibilita-pdf/012_07_09_intervento_dott_zoppas.pdf

Vi sono poi altri campi d'applicazione del Progetto promosso dal Ministero dell'Ambiente, in particolare nel settore tessile, dove l'esempio di Benetton²⁰⁰ è il più vicino alla realtà vitivinicola trevigiana. Non sono da meno in tal senso altri marchi quali Gucci, Pirelli e Illy Caffè. Tutte firme dunque di valida riconoscenza che oggi in Italia scommettono sul calcolo delle emissioni di anidride carbonica, probabilmente prima di tutto a scopi di marketing e promozione. Ma se la scelta è fatta da aziende così prestigiose, allora significa che il consumatore è attento a questi aspetti e ne tiene sempre più conto, e ciò deve diventare un'opportunità anche per il primo distretto spumantistico d'Italia. Il Ministero coinvolge anche una grossa fetta d'impresе vitivinicole²⁰¹ nel progetto proposto, individuando così ben quattro tipologie d'indicatori diversi, tra cui Carbon e Water Footprint, valutazione agronomica in vigna e un indice di valorizzazione del paesaggio.

2.3.2 LE MOTIVAZIONI E ATTESE DI PERLAGE VERSO ITA.CA.

Ecco che tutto questo si può valutare ora per il caso specifico osservato; per l'impresa Perlage la filosofia ambientale è la base da cui parte ogni decisione strategica, ed è la chiave di lettura da cui cominciare per quest'analisi. Perché l'azienda ha dunque l'idea d'intraprendere un cammino d'adozione di un calcolatore delle emissioni d'anidride carbonica? Quali potrebbero essere le motivazioni? Le risposte possono essere diverse e su questo vale la pena riflettere, prima di spiegare in concreto come si articola questo progetto. È utile inoltre tener presente tutto quanto detto in precedenza su Perlage, la sua storia, il contesto in cui opera e il periodo storico in cui vi è la scelta di adottare Ita.Ca..

È plausibile intravedere innanzitutto una prima motivazione personale da parte di chi dirige l'azienda; un Presidente che da sempre è a contatto con la natura locale, che la conosce in tutte le sue sfaccettature fin da bambino e per memoria ricorda di come accompagnava il padre nei campi prima di andare a scuola. I mesi invernali erano piuttosto rigidi e il terreno, a differenza di oggi, spesso gelato e difficilmente lavorabile. Si nota dunque da quarant'anni a questa parte un cambiamento climatico di temperature, di piovosità, di anticipazione della fase maturativa del frutto impressionante. La vite è per fortuna una pianta piuttosto resistente ai mutamenti, tuttavia è sempre più richiesta un'inversione nelle pratiche enologiche per sopperire alla scarsità d'acqua ad esempio; le vigne del Conegliano Valdobbiadene hanno poche possibilità irrigue, e questo potrebbe diventare tra non molto un fattore piuttosto pericoloso e critico per la certezza della produzione. L'esperienza

²⁰⁰ In particolare l'analisi è condotta in una filiale tunisina dell'impresa, dove è analizzato l'impatto carbonico lungo la filiera produttiva.

²⁰¹ A tal proposito è utile ricordare una realtà vitivinicola vicina come quella dell'azienda Principi di Porcia in Comune di Azzano Decimo (PN), impresa legata da tanto tempo allo sviluppo di tecnologie innovative in armonia con l'ambiente.

pratica e concreta di chi dirige Perlage dunque, fa crescere la percezione di queste criticità in modo nitido, avendo avuto l'opportunità di vivere in prima persona il senso del clima e l'importanza di questo per l'attività vitivinicola. Oggi paradossalmente si preoccupano più di queste cose gli ambientalisti che i viticoltori, che dell'interdipendenza col clima vivono. La scienza oggi dimostra come le attività umane stiano pesantemente incidendo sulla temperatura terrestre, e di questo Perlage si rende conto appieno e se ne sente in parte responsabile. Ecco perché, per quanto poco rilevante possa essere questa iniziativa dinanzi ad un problema di stima internazionale, ci si sente in dovere di fare qualcosa in tal senso, come fosse un imperativo, segno della profonda logica ecologica che guida l'azienda. Ecco che tutto ciò che possa portare a ridurre le emissioni di anidride carbonica sia intrapreso.

L'impresa considerata diventa così un esempio di correttezza etica importantissimo per il resto del distretto, qualora però si guardi a essa in termini positivi. È facile pensare, infatti, che in un sistema economico come quello del Prosecco non manchino ovviamente competitività e rivalità. Guardare a quanto fatto da un'altra azienda appartenente allo stesso settore è difficoltoso e sintomo d'imitazione ritardata, che poco giova sul mercato. In questo caso rischiano dunque di prevalere l'invidia e la contestazione del metodo biologico, ritenuto da alcuni non così poco impattante in termini pratici. Gli altri imprenditori dell'area dovrebbero invece distinguere la valorizzazione prestata a tali valori da Perlage e intraprendere un cammino di conversione in questo senso. L'adozione di qualsiasi progetto legato alla sostenibilità ambientale non è per l'azienda un motivo di distinzione dai competitors, almeno in prospettiva nazionale. L'idea non è quella di farsi la guerra in casa, come spesso avviene alle riunioni del Consorzio di Tutela, ma di intraprendere delle strategie comuni all'interno del distretto, utili a conquistare nuovi mercati internazionali in modo unito. Più aziende vi partecipano, più si fa fronte comune e le cose diventano spendibili su un mercato ormai globale. Perlage in questo senso si sente piuttosto d'essere una sorta d'apripista, un'impresa che propone innovazione attraverso la valorizzazione di aspetti ambientali, elementi tanto cari al consumatore internazionale. Se altre imprese del distretto adottassero metodi biologici o calcolatori autonomi d'impatto ambientale, non sarebbe un problema per Perlage, anzi un nuovo punto d'appoggio con cui collaborare favorevolmente.

Questi progetti sono invece qualcosa di spendibile sul mercato estero, elemento di forza dell'impresa da sempre. Non a caso si dà dunque importanza notevole ad aspetti ecologici, motivo di competizione a livello internazionale. La crisi economica del 2009 incide notevolmente sulla domanda inglese di vino biologico, costringendo probabilmente l'azienda a intraprendere altre strade, altre soluzioni. A tal fine bisogna continuare l'evoluzione strategica posta in atto negli anni precedenti, e il progetto Ita.Ca. rappresenta probabilmente la miglior risposta che l'impresa potesse

offrire di fronte alle sempre maggiori richieste internazionali. Già altre volte, Perlage è ricorsa a certificazioni, al fine di poter operare in nuovi mercati, proprio perché richiesto dalle catene distributive del posto. L'incalzare tra l'opinione pubblica internazionale del problema del cambiamento climatico e tutto ciò che lo circonda, fa scegliere un percorso nuovo, non più focalizzato su una certificazione come altre volte, bensì su un calcolatore delle emissioni di anidride carbonica lungo la filiera produttiva. Scelta ancora una volta coraggiosa perché nuova nell'ambiente d'applicazione, ma sicuramente vincente tra un po' di tempo.

Conquistare nuovi mercati e consolidare quelli presenti è dunque un motivo valido, soprattutto se le vendite avvengono in quei paesi in cui le catene distributive apprezzano il vino che presenta in etichetta l'incidenza carbonica, elemento non obbligatorio, ma sicuramente distintivo²⁰². Ovvio che il primo che in tal modo si presenta dedicando del tempo, delle analisi e degli approfondimenti alla riduzione delle emissioni, potrà godere d'un iniziale vantaggio competitivo di privilegio rispetto a tutti gli altri. Perlage è così innovativa da carpire tutte queste tendenze aggiornate sul piano internazionale ed è brava a saperle subito apportare alla sua realtà. La volontà dunque di scovare sempre qualcosa di poco esplorato, conduce l'azienda a fare questa scelta importante, in particolar modo sul mercato estero. In Italia, infatti, si otterranno pochi risultati oggi da questo punto di vista, con un progetto di questo tipo. La coscienza ambientale è ancora poco radicata nelle scelte alimentari del consumatore, tant'è vero che ancor relativamente poco si conosce tutta la filosofia biologica e biodinamica. È probabilmente questa la motivazione che poco favorisce l'applicazione di tali valori nel distretto del Conegliano Valdobbiadene, tuttavia è plausibile che in un futuro non molto lontano questi aspetti emergano anche nel mercato nazionale, e allora sarà utile essere pronti.

Un'altra motivazione è legata sicuramente all'apprezzamento da parte dell'impresa verso l'impegno degli studenti nello sviluppo di nuove conoscenze in questo settore. Il progetto Ita.Ca., sviluppato da studiosi italiani, è davvero innovativo rispetto agli altri calcolatori simili da cui prende spunto a livello globale. Attraverso l'Università di Padova, con il Professor Andrea Pitacco, è nata un'apparecchiatura tecnologica unica capace di rilevare gli assorbimenti di anidride carbonica in vigneto; macchinari simili esistono anche in altre parti del mondo ma finora sono stati applicati solo a foreste, steppe e savane. Mai nessuno prima invece aveva collocato questo elemento nel sistema vigneto. Quindi chi sceglie in Italia di adottare questo progetto ha dati unici, in quanto è in grado di formulare un bilancio complessivo del carbonio in vigneto, non solo calcolandone le emissioni, bensì anche i sequestri. Non ci si basa dunque su dati calcolati empiricamente, ma si

²⁰² Solo in Australia vi è oggi l'obbligo del calcolo delle emissioni di anidride carbonica, diventando così in quelle aziende una consuetudine proposta nella presentazione delle aziende. In tal senso si sottolinea la maggior o minor bravura delle imprese nell'impegno ambientale.

parte da valori reali precisi, questo è straordinario; è un peccato non sfruttare dunque quest'opportunità.

Accogliere una strategia di questo tipo significa poi migliorare ancora il livello di sostenibilità del processo produttivo di Perlage. La filosofia ecologica non è un qualcosa di statico, ma va coltivato in continuo affinché non svilisca. È utile continuare a rafforzare sempre la catena produttiva con valori eticamente corretti, in modo da non perdere d'occhio la loro importanza. Tutto ciò deve diffondersi virtuosamente tra i dipendenti, tra i fornitori e quanti entrino in legame con l'azienda. Ita.Ca. è qualcosa d'innovativo, che serve così a migliorare l'immagine dell'impresa di fronte al consumatore, affermando ancora una volta il proprio impegno per quei valori precisi legati all'ambiente ed eclissare così eventuali critiche. Ogni nuova proposta simile a questa risulta importante per continuare a dimostrare il proprio impegno e progredire in un percorso di miglioramento continuo. Dichiarare la gestione di situazioni ambientali comporta un messaggio molto forte al consumatore.

Attraverso questo progetto si vuole dunque avere una più ampia conoscenza dell'azienda stessa, considerando anche i legami che detiene col resto del mondo, in particolare con i soggetti che le conferiscono esternamente l'uva. Ita.Ca. permetterà di capire in modo dettagliato quali punti della filiera produttiva sono più impattanti sul riscaldamento terrestre, suggerendo così le fasi da migliorare e sulle quali lavorare. È possibile rendersi conto di questi aspetti solo quando si toccano con mano in modo analitico, sperimentale, solo quando si hanno dei numeri validi tra le mani. Ecco allora che misurare la sostenibilità ambientale è utile per capire sé stessi e per dimostrare agli altri il proprio impegno. Ad oggi Perlage ha fornito dei dati relativi al processo produttivo al centro studi agronomi Sata, il quale fornirà l'elaborazione degli stessi solo tra un anno. Che cosa aspettarsi dunque? Si vuole ottenere degli output capaci di fungere da base per il miglioramento del processo produttivo, al fine di ridurre l'impatto ambientale; questa è la finalità principale. Solo l'esperienza scientifica permette d'identificare opportunità di miglioramento sotto questi profili, intravedendo così spunti utili a far diventare l'azienda sempre più sostenibile, poiché il biologico è solo un aspetto, mentre la sostenibilità è una visione in continua evoluzione che va sperimentata e coltivata. Il percorso qui scelto permetterà dunque di comprendere cosa nel processo incida maggiormente provocando più emissioni, come ad esempio il consumo di carburanti eccessivo. Questo è un primo aspetto fondamentale che deve coinvolgere l'intero gruppo di lavoro, appassionandolo alla sperimentazione di un progetto così innovativo e utile in primis all'azienda stessa, sia economicamente che ecologicamente.

Seppur, come già osservato, preoccuparsi delle esternalità negative sull'ambiente sia inizialmente più costoso, il Presidente e i suoi collaboratori come al solito si convincono del guadagno che nel lungo termine questa scelta potrà garantirgli. Ridurre l'impatto sull'ambiente comporta diminuire l'uso e l'emissione di sostanze inquinanti in tutti i sensi, attraverso dei comportamenti specifici di risparmio che hanno delle ricadute positive sui costi generali di produzione. Attraverso una gestione corretta di tutti gli elementi, l'azienda dovrà dunque essere brava e capace di ottenere maggiori guadagni economici, soddisfacendo allo stesso tempo determinati criteri ecologici. Per fare questo, una volta ottenuti gli output elaborati dal centro studi, Perlage è chiamata a stilare una programmazione strategica futura in cui s'indicano azioni propositive al fine di ridurre le emissioni nei principali punti critici del sistema produttivo. D'anno in anno questi valori dovranno essere migliorati in continuo al fine di raggiungere nel più breve tempo possibile l'obiettivo prestabilito: Perlage potrà e dovrà essere la prima azienda del Conegliano Valdobbiadene a proporre sul mercato un Prosecco Spumante a impatto ridotto sull'ambiente. Questo si ottiene continuando da un lato a porre in essere dei comportamenti aziendali, sia in vigneto sia in cantina, utili alla riduzione delle emissioni; dall'altro lato bisogna scegliere dei metodi di lavorazione del terreno, capaci di incrementare la capacità dello stesso di assorbire e sequestrare così anidride carbonica. Questo è dunque il risultato finale cui tendere, per continuare ad accrescere la filosofia ambientale di Perlage in tutti i sensi, oltre le classiche certificazioni che già in passato sono ottenute.

Se questo è dunque un vantaggio interno all'azienda, al fine di fare gruppo attorno ad un credo comune, dall'altro Ita.Ca., o qualsiasi progetto simile legato all'impatto ambientale, non possono fermarsi a questo. È inutile oggi, in un mercato globalizzato, fare buon vino se alla fine non si sa venderlo. È questo il cruccio dei viticoltori del Conegliano Valdobbiadene; modellano ancora troppo il vino a loro immagine e somiglianza, senza pensare che i tempi cambiano e i gusti si modificano. Perlage sa benissimo che Ita.Ca. deve diventare, una volta sviluppato, motivo e opportunità di marketing; è principalmente per questo che è scelto. L'unicità della sua adozione nel primo distretto spumantistico d'Italia già la dice lunga, tuttavia l'azienda non vuole distinguersi dai suoi vicini di casa, bensì dalla concorrenza estera piuttosto agguerrita. Per far questo non basta quindi sapere che la produzione delle bottiglie di vetro incide di più sull'ambiente rispetto al consumo di carburanti, ma bisognerà comunicare al mondo i risultati di Ita.Ca. e le proprie idee, al fine di continuare a migliorare la propria gestione ambientale. La viticoltura biologica, spesso, non è sufficiente da questo punto di vista, poiché non è abbastanza interpretata come segno di sostenibilità, non è direttamente rapportata al concetto sostenibile. Anche se il biologico si compone

di sostenibilità, non è oggi così facilmente letto alla stregua di tutto un linguaggio che si sta evolvendo per la comunicazione del senso ecologico all'interno dell'azienda.

Ecco dunque che per Perlage lavorare sulla riduzione delle emissioni d'anidride carbonica, permette di rapportare un mondo che già esiste e che è certificato sotto il termine biologico, a un sistema di comunicazione più moderno, che è più attuale e si basa su concetti maggiormente articolati e diffusi a livello internazionale. Dimostrare il proprio impegno verso questi moderni calcolatori può far conquistare l'attenzione da parte di nuovi consumatori, di nuovi mercati. L'idea del bilancio delle emissioni non nasce comunque con il principale scopo di ottenere una certificazione che indichi quali sono i risultati espliciti in questi termini; si può affermare che ottenere più avanti un'etichetta riguardo a ciò sarà una conseguenza opportuna, ma cui in questo momento non si pensa. Si proverà in seguito a proporre qualche linea strategica di comunicazione utile a dimostrare sul mercato quest'impegno da parte di Perlage.

Osservate tutte queste motivazioni, si può riassumere ipotizzando ora ciò che abbia spinto nel profondo Perlage ad adottare un calcolatore delle emissioni di anidride carbonica; come detto, il 2009 comporta per l'azienda qualche difficoltà dovuta alla riduzione delle importazioni da parte del mercato inglese; Ita.Ca. rappresenta allora il rilancio alla sfida proposta dai paesi del nuovo mondo del vino, i quali, come ben osservato, favoriscono operazioni di marketing ben focalizzate sulla soddisfazione del gusto dei consumatori. Dunque è molto probabile che analisi di mercato condotte in Inghilterra facciano emergere la necessità di introdurre l'attenzione ambientale nella produzione dei vini; Perlage, data la sua forza nei mercati esteri, opta per questa strada, ben consapevole che forse sul piano nazionale non sarà ben compresa.

Allo stesso tempo questa scelta può essere motivo di rafforzamento di alcuni mercati o conquista di altri. Da questo punto di vista è bene favorire l'esportazione lì dove sta cominciando a sorgere la domanda di vini biologici, con riferimento particolare a Paesi in crescita economica come quelli del Nord Est Europa; non bisogna comunque tralasciare mercati già sviluppati come quello tedesco, americano e giapponese. Se si pensa all'opportunità di approdare nell'area cinese molto popolata, è difficile pensare a oggi un successo sotto questo profilo, poiché lì il consumatore è ancora agli esordi per utilizzo di tale bevanda. È un'area non ancora abituata ai vini frizzanti, ma piuttosto favorevole alla scelta dei rossi forti, più corposi, di stile francese. Tuttavia non è da scartare l'attenzione verso una prospettiva futura di conquista di questa zona, data l'enorme quantità di popolazione cui dispone. Se tra qualche anno ci sarà un cambio di gusti in direzione delle bollicine, è importante essere pronti a trarne vantaggio. Adottare Ita.Ca. forse può, invece, essere

motivo di conquista del mercato svizzero, quarto importatore al mondo di vino italiano²⁰³. Se non lo fosse, è un consiglio utile a Perlage. È un Paese economicamente ricco, da molto tempo luogo d'esportazione per tanti prodotti tipici italiani. Dimostrare di fare le cose in modo eticamente corretto potrebbe rispondere al carattere rigoroso degli svizzeri; inoltre il consumo in quest'area è dato da un pubblico particolarmente giovane e quindi forse più adatto e aperto ad accogliere valori ecologici attraverso ciò che acquista. Perlage promuove così in tutti i sensi e campi la sua filosofia rinnovando attraverso strumenti come Ita.Ca. il suo impegno continuo teso a uno sviluppo sostenibile.

2.3.3 L'ITALIAN WINE CARBON CALCULATOR

E' ora utile spiegare in breve cosa sia effettivamente questo calcolatore di cui tanto si è parlato, per introdurre all'analisi di alcuni dati già raccolti su qualche azienda nazionale, dove esso sia stato già applicato e rapportarli così attraverso delle ipotesi alla realtà di Perlage. L'Italian Wine Carbon Calculator nasce nel 2009 grazie all'impegno del Centro Studi Sata di Brescia nell'applicazione di ciò che accade all'estero nel settore vitivinicolo italiano. Una vera e propria rivoluzione che deriva dalle necessità espresse da un consumatore internazionale sempre più esigente in prospettiva ambientale. In poche parole, si è cercato di comprendere quanto fatto altrove attraverso i calcolatori ricordati in precedenza, come l'International wine carbon calculator ad esempio, e si è costruito un metodo simile da poter applicare al settore vitivinicolo nazionale²⁰⁴. Il risultato è l'Italian Wine Carbon Calculator, o semplicemente Ita.Ca.. Esso si basa ovviamente sul metodo del Carbon Footprint nella prospettiva di capire quantitativamente quali siano le emissioni di gas a effetto serra lungo l'intera filiera produttiva. Come per altri calcolatori simili, anche in questo caso la suddivisione avviene scomponendo il tutto in tre distinti ambiti²⁰⁵.

Alle singole aziende che scelgono di misurarsi in questi termini è dunque proposto un software nel quale annualmente inserire dei dati riguardanti la realtà d'impresa, come ad esempio il

²⁰³ AA.VV., 2011, "Conoscere la Svizzera", *Conegliano Valdobbiadene Colline del Prosecco Superiore*, 2, 47.

²⁰⁴ In particolare Ita.Ca. si conforma oggi ai principi richiesti in merito da parte dell'O.I.V. per il calcolo delle emissioni nelle attività produttive; il nuovo calcolatore italiano non è oggi ancora certificato per motivi di complessità burocratica e di mancanza di uno schema fisso di certificazione in merito, tuttavia gode di ottima riconoscenza sul profilo internazionale. Grazie comunque a dei costi d'applicazione bassi, è facilmente adattabile a qualsiasi azienda vitivinicola che voglia capire il suo impatto sul riscaldamento terrestre. L'Italian Wine Carbon Calculator nasce in particolar modo dalla collaborazione tra il Centro Studi Sata e gli esperti di una multinazionale che si occupa di progettazioni sulla gestione dell'ambiente. La volontà è stata quella di tradurre l'Australian Wine Carbon Calculator alla realtà nazionale. Questo conduce oggi alla convocazione degli studiosi Sata a incontri sulla tematica promossi dall'Organizzazione Internazionale della Vigna e del Vino, al fine di condividere nuovi modelli e metodi di calcolo.

²⁰⁵ Il primo riguarda quelle emissioni per cui vi è una responsabilità diretta dell'impresa comprendendo così la gestione del terreno, il consumo di carburanti a vari usi e a seconda della distanza. Il secondo si riferisce all'acquisto esterno di energia elettrica all'esterno. Infine, il terzo riguarda le emissioni legate al ciclo di vita di tutti quei beni che finiscono nel processo produttivo del vino.

numero di vetture utilizzate, la loro tipologia, la quantità di carburante consumato, tutto ciò che riguarda la superficie coltivata e relative metodologie enologiche, i prodotti utilizzati contro le malattie, la gestione delle risorse idriche e dei rifiuti. La novità di Ita.Ca. rispetto agli altri calcolatori internazionali sta nell'inserire, come già visto, anche i sequestri di anidride carbonica in vigneto²⁰⁶, grazie ad una tecnologia proposta recentemente dall'Università di Padova. Come afferma il Professor Pitacco: "Siamo stati i primi ad analizzarne i dati per avere un'idea del carbon footprint che non comprenda solo le operazioni di cantina. Il vigneto mantiene una capacità netta di assorbimento non trascurabile e dai primi calcoli ne emerge un bilancio positivo: quella che è l'emissione di anidride carbonica nel processo di cantina è compensata da quella assorbita in vigneto"²⁰⁷.

Questo permette nell'elaborazione dei dati di offrire poi alle aziende un vero e proprio bilancio, il quale nel corso degli anni dovrà essere portato al pareggio, se non addirittura in avanzo. L'azienda è così incentivata a un miglioramento continuo delle sue prestazioni, riducendo in tal modo sprechi ed eccessi nei consumi energetici, nelle spese di trasporto e imballaggio. Si valuteranno così, a seconda delle criticità maggiori, eventuali investimenti proficui sia dal punto di vista economico che ambientale²⁰⁸. Il calcolatore non considera solamente l'anidride carbonica, ma accoglie molti altri gas serra condivisi dai protocolli internazionali. L'unità di misura base utilizzata è però una sola: le tonnellate di anidride carbonica equivalenti. Tutti gli altri gas sono così tradotti in questa misura grazie a dei coefficienti predisposti di conversione.

È importantissimo per le aziende esprimere correttamente i dati che sono richiesti dal software al fine di garantire il più possibile la validità e veridicità degli output in seguito forniti dal centro studi. È plausibile pensare che le informazioni direttamente disponibili e proprie di un'impresa siano facilmente corrette, mentre qualche difficoltà in più si potrebbe avere nel richiedere dati in merito rispetto a tutte le materie prime e vari input coinvolti nella filiera produttiva principale. Qui il tutto si misura nella bravura dell'impresa stessa a coinvolgere al progetto tutti i soggetti che con essa collaborano, in particolare i fornitori e i conferitori d'uva. Gli output finali proposti dal centro studi si possono suddividere per ambiti o in vari indici che evidenziano in modo specifico consumi energetici, idrici ed eventualmente il contributo di ciascuna

²⁰⁶ Non tutte le forme di raccolta di gas serra nel terreno sono però stimate e considerate. Non ha senso, infatti, inserire nel calcolatore quei sequestri che nel breve periodo attraverso processi naturali restituiscono all'atmosfera i gas (si può pensare all'uva stessa che durante la fermentazione esplica i gas, oppure alle foglie o rametti piccoli che lo fanno decomponendosi). Si considera dunque solamente quella parte di terreno che assorbe gas serra per periodi molto lunghi, trattenendoli anche per più di cent'anni.

²⁰⁷ <http://rassagnastampa.unipi.it/rassegna/archivio/2013/04/05SIA5169.PDF>

²⁰⁸ È possibile che in un'azienda di maggiori dimensioni le emissioni unitarie calcolate su ciascuna bottiglia prodotta siano minori rispetto a imprese più piccole, grazie ad una miglior razionalizzazione strategica degli spazi.

bottiglia unitaria al riscaldamento terrestre. Da qui le aziende devono predisporre dei piani al fine di annullare completamente l'impronta carbonica nel corso del tempo.

Oggi in Italia circa cinquanta imprese²⁰⁹ (vedi Figura 9) accolgono tale proposta, probabilmente perché capiscono la sua importanza a livello internazionale, grazie soprattutto al sempre maggiore interessamento da parte di numerose catene estere di distribuzione per questi aspetti: si citano le campagne promozionali di Tesco, Carrefour, Leclerc, Casinò²¹⁰. In tal senso dunque il nostro Paese sembra anche piuttosto evoluto, grazie alla presenza di un'ampia indagine fatta tra le aziende vitivinicole nazionali. Perché allora il distretto del Conegliano

FIGURA 9: AZIENDE NAZIONALI CHE ADOTTANO ITACA



Fonte: L'INFORMATORE AGRARIO

Valdobbiadene non approfitta di queste opportunità? L'Italian Wine Carbon Calculator va oltre il semplice calcolo delle emissioni e offre un miglioramento dei processi produttivi aziendali nel lungo termine grazie ad indicazioni che permettono di valutare strategicamente criteri diversi della filiera, coinvolgendo più soggetti indirizzandoli allo sviluppo di una coscienza ambientale forte. Questo comprendono oggi per prime molte aziende targate Franciacorta, le quali condividono con il loro Consorzio di Tutela un metodo d'autocontrollo che le fa crescere sotto ogni punto di vista. Il territorio considerato presenta quasi la metà delle imprese coinvolte in questo progetto, segno forte di unità e volontà di ottenere il massimo dall'impegno comune. In questo senso viaggia anche l'area di Montefalco nel Perugino, dove Ita.Ca. rappresenta solo uno degli elementi di un sistema più ampio vocato alla sostenibilità ambientale, condividendo il più possibile tra le aziende le innovazioni tecnologiche di volta in volta scoperte.

A questi casi specifici deve guardare la nuova D.O.C.G. del Prosecco, nella consapevolezza che si potrebbe utilizzare l'esempio di Perlage come modello per la diffusione di questo specifico calcolatore. Il tutto, se condiviso, diventerebbe maggiormente spendibile sul mercato globale e contribuirebbe sicuramente a educare l'area a una più marcata sensibilità ecologica. Perlage comunque non parte proprio da sola in questa linea, ma adotta Ita.Ca. assieme ad altre due aziende

²⁰⁹ Le aziende si collocano principalmente in Nord Italia, coinvolgendo in particolare le produzioni di Franciacorta, Valtenesi e d'Oltrepò Pavese. Perlage è l'unica nell'area della D.O.C.G. Conegliano Valdobbiadene.

²¹⁰ Palese C., 2010, "Riduzione dei Gas Serra: nuova leva di marketing per il vino.", *Supplemento a L'Informatore Agrario*, 13: 5

sempre produttrici di Prosecco, appartenenti però all'area esterna della D.O.C.²¹¹, attraverso il cosiddetto Progetto "Wine Zero"²¹², intrapreso di recente grazie all'approvazione della Regione Veneto.

2.3.4 L'ANALISI DEI DATI OFFERTI DA ITA.CA PER ALCUNI CASI NAZIONALI

Detto tutto questo, è giunto il momento di tornare allo scopo pratico dell'elaborato: oggi Perlage ha fornito i suoi dati al centro studi, ma l'elaborazione degli stessi avverrà solo nel 2014. Si propone quindi di anticipare con delle ipotesi quali potranno essere i risultati del calcolatore Ita.Ca., in conformità a delle informazioni e conoscenze sull'azienda stessa, in parte manifestate in precedenza. Una volta ottenuto un quadro dei possibili output ipotizzati, si potrà procedere proponendo all'azienda delle strategie o degli investimenti utili al fine di ridurre il proprio impatto sul riscaldamento terrestre. Sarà poi utile provare a tracciare una linea di comunicazione valida attraverso cui Perlage possa spiegare al pubblico il suo impegno in questi termini, magari attraverso l'applicazione in bottiglia di etichette adeguate.

Prima di formulare una possibile ipotesi rispetto alla situazione di Perlage, si ritiene utile apportare ora degli esempi sulla base dei dati già disponibili di altre aziende del territorio nazionale, le quali sono più avanti nel processo di applicazione dell'Italian Wine Carbon Calculator. Si commentano così alcuni grafici e tabelle costruendo opportunamente dei modelli diversi di aziende, conoscendo in partenza solo pochi dettagli. Al termine si propone quindi un confronto tra i casi analizzati, cercando di capire a quale tra questi Perlage più si avvicini.

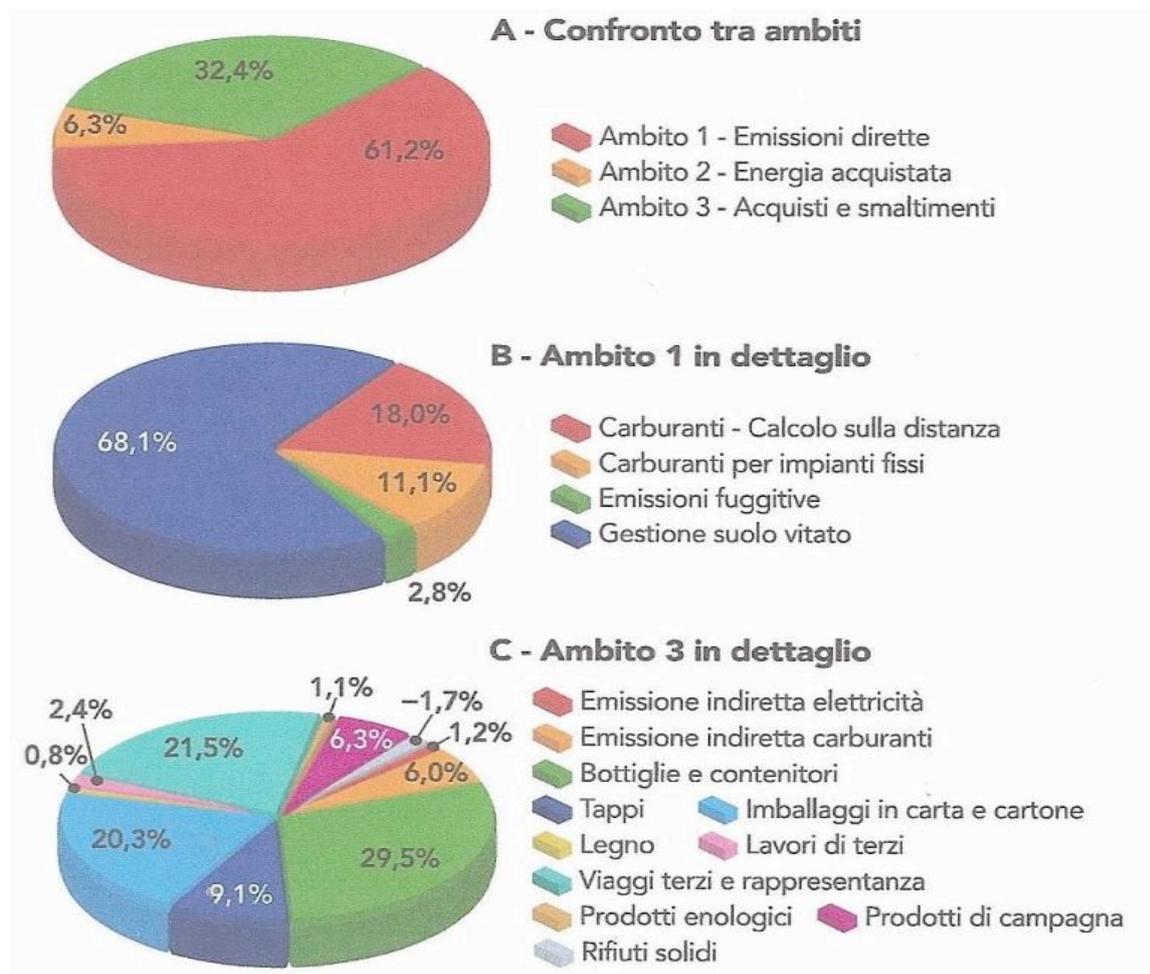
MODELLO A:

Il primo caso è quello cui si dispone di più dati da cui partire, in particolare grazie alla suddivisione percentuale per ambiti e dettagliata poi degli stessi (Figura 10). C'è poi la quantità di emissioni specifica per bottiglia, l'energia utilizzata e i consumi idrici. Le ipotetiche aziende che rientrano in questa categoria sono assimilabili a esempi di viticoltura convenzionale, col pregio però di fare già qualcosa dal punto di vista ambientale.

²¹¹ Anche il Consorzio di Tutela del Prosecco D.O.C. con sede a Treviso si adopera oggi all'insegna dei valori ecosostenibili, attraverso la proposta di cinque nuovi progetti, tra cui il "Wine Zero" per il calcolo delle emissioni di anidride carbonica. Tale Consorzio già da un po' fa sua l'idea di una collaborazione serrata in questo senso con il mondo universitario al fine di scoprire nuove tecnologie utili a ridurre le esternalità negative sull'ambiente. Anche in questo caso si propone così alle aziende una sorta di guida utile da seguire per dimostrare il proprio impegno ecologico, ben consapevoli che il consumatore dà sempre più rilevanza a queste tematiche.

²¹² Tale Progetto prevede l'installazione nelle aziende aderenti di una tecnologia innovativa in vigneto che quantifica gli assorbimenti al suolo. In più ovviamente è previsto tutto il calcolo sulle emissioni in cantina. Un connubio che nessuno all'estero oggi ottiene; solo Ita.Ca. può garantire questi risultati e Perlage ne ha il primato d'applicazione nel suo distretto.

FIGURA 10: SONO I DATI OTTENUTI DAL CALCOLATORE PER UN'IPOTETICA AZIENDA DEL MODELLO A. COME SI NOTA LA SUDDIVISIONE AVVIENE TRA GLI AMBITI (A) E POI SI MOSTRA IL DETTAGLIO DEL PRIMO E DEL TERZO (B e C).



FONTE: L'INFORMATORE AGRARIO

Se si analizza la suddivisione per ambiti, rimbalza subito all'occhio una forte predominanza del primo, legato alle responsabilità dirette dell'impresa (61,2%), segno perfetto nell'affermare che la criticità maggiore è posta in vigneto. In particolare questo è assolutamente confermato guardando alla scomposizione dell'ambito 1, dove quel 68,1% di "Gestione del suolo vitato"²¹³ rappresenta il vero e proprio punto debole. In altri termini, le metodologie di coltivazione della vite adottate non sono sicuramente delle migliori, probabilmente a causa di un uso eccessivo di componenti chimici per il trattamento delle malattie o di diserbanti che favoriscono l'impoverimento del terreno. Tra le altre componenti a responsabilità diretta sarebbe forse utile cercare di ridurre l'uso di carburante per mezzi di trasporto (18%), magari optando per nuovi veicoli ibridi o a consumo meno impattante.

²¹³ AA.VV., 2011, "L'impatto carbonico per analizzare la sostenibilità vitivinicola", *L'informatore Agrario*, 12, 58-61.

È tuttavia utile pensare si ad un forte peso di questo ambito legato alle lavorazioni proprie, il quale però, se visto in termini percentuali, non è così elevato dato il basso livello dell'energia acquistata esternamente (6,3%): è questo il fattore di pregio per un'azienda appartenente al Modello A, grazie sicuramente all'applicazione di un impianto fotovoltaico. Spesso, come si vedrà in altri modelli, l'ambito 2 assume un impatto importante anche se a differenza degli altri è composto da una sola voce. Qualsiasi azienda, non solo quella vitivinicola, necessita generalmente di notevoli quantitativi di energia per poter produrre. Ecco che queste nuove opportunità tecnologiche che offrono energia da fonte rinnovabile, devono essere prese in considerazione. Ciò è dimostrato in questo caso procedendo al rapporto tra energia acquistata per produrre una bottiglia ed energia consumata per la stessa (0,2988 kWh)²¹⁴. L'indice ottenuto potrebbe tendere ad uno non disponendo di fonti rinnovabili, qui invece i benefici si notano molto e chiariscono come un'azienda di questo tipo abbia già sviluppato qualcosa di ecologicamente positivo, che nel corso del tempo potrà ricompensare l'iniziale investimento.

FIGURA 11: Dati sull'energia (Modello A)

Energia prodotta dall'impianto FTV aziendale (kWh)	62.571
Energia acquistata (kWh)	26.773
Energia consumata per bottiglia prodotta (kWh)	0,425
Energia acquistata per bottiglia prodotta (kWh)	0,127

FONTI: L'INFORMATORE AGRARIO

Concentrandosi poi sull'ambito 3, legato alle emissioni degli input prodotti esternamente ma utili al processo produttivo, si nota una percentuale totale complessivamente nella media (32,4%), col peso più marcato sulle bottiglie e contenitori (29,5). Il problema del vetro affligge tutto il settore vitivinicolo dal punto di vista delle emissioni, poiché la produzione di tale materiale ha un'impronta carbonica piuttosto elevata. Quindi fin qui ordinaria amministrazione; i dati disponibili indicano inoltre l'impegno dell'azienda in un progetto teso a ridurre il peso delle bottiglie, e questo sicuramente darà i suoi frutti nel lungo periodo. È utile osservare invece l'incidenza di tutto ciò che rientra nella voce packaging (sommando bottiglie, imballaggi, tappi e legno); ci si accorge così che il totale raggiunge praticamente il sessanta per cento. Un dato sicuramente importante rispetto a tutte le altre voci, il quale deve essere preso in considerazione, soprattutto per l'uso di carta e cartone. La bravura delle aziende sta qui nel cercare di influire sui fornitori di questi materiali, di spronarli a ridurre il loro impatto.

Ora, seppur il maggior peso carbonico sia presente nelle lavorazioni in vigneto, non è da buttare la capacità di sequestro offerta; il bilancio resta comunque negativo, tuttavia l'assorbimento è di circa centotrenta tonnellate di anidride carbonica equivalente. Anche i circa quattro litri d'acqua consumati a bottiglia (vedi figura 12) sembrano buoni.

²¹⁴ Il dato risulta dal rapporto tra 0,127 e 0,425 raccolti nella figura 11.

Si può quindi riassumere affermando che Ita.Ca. conferma la bontà delle scelte ambientali fatte finora, indicando di proseguire in questa strada, incrementando il tutto con investimenti in nuove tecniche di coltivazione, capaci di rafforzare la componente organica del terreno.

FIGURA 12: Dati sulle emissioni (Modello A)

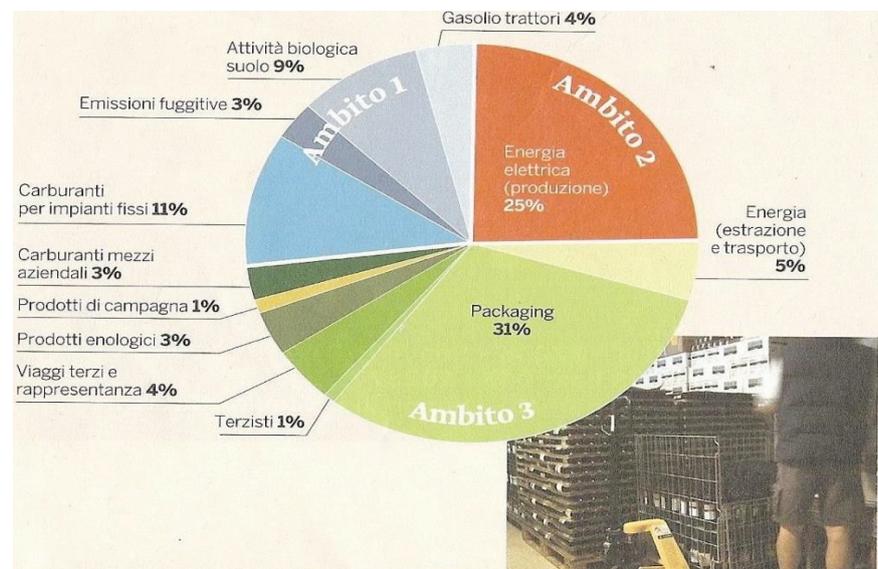
Bottiglie (a 0,75 L) da produzione propria	210.000
Emissione complessiva per bottiglia (kg CO₂)	0,944
Emissione netta da sequestro per bottiglia (kg CO₂)	0,335
Consumo d'acqua complessivo (L)	781.000
Consumo d'acqua per bottiglia (L)	3,72

FONTE: L'INFORMATORE AGRARIO

MODELLO B:

Quello che si sta ora per descrivere dovrebbe essere il modello più oggettivo, visto il riferimento dei dati alla media nazionale delle imprese (29)²¹⁵ che ad oggi dispongono dei risultati offerti dal calcolatore. La suddivisione degli ambiti è così particolarmente semplice, con una prevalenza d'impatto a favore dei beni acquistati esternamente (48%), che quasi fa pensare e conferma l'idea generale secondo cui il settore vitivinicolo poco incida negativamente sull'ambiente.

FIGURA 13: SUDDIVISIONE PER AMBITI DEL MODELLO B

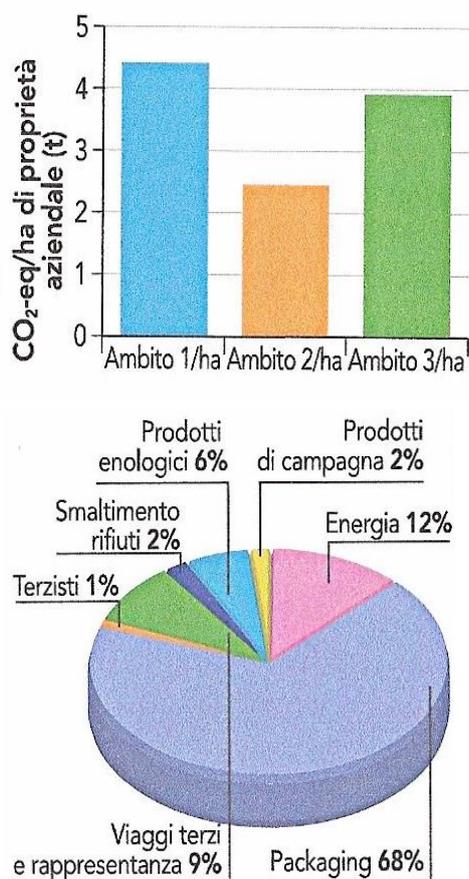


FONTE: IL CORRIERE VINICOLO

²¹⁵ AA.VV., 2012, "L'impronta carbonica nelle aziende vitivinicole", *L'informatore Agrario*, 42, 54.

Se si osserva nel dettaglio il primo ambito, è maggiore il peso legato all'uso di carburanti per gli impianti fissi (11%) e l'attività di gestione del suolo (9%)²¹⁶. Non sono tuttavia risultati assolutamente preoccupanti, ma è sempre fondamentale non perdere di vista l'obiettivo della neutralità del bilancio carbonico. Per questo qualsiasi metodo di coltivazione più efficace e meno impattante in tal senso è utile. È importante ricordare inoltre che le aziende di questo campione hanno sicuramente già una certa coscienza ambientale forte, e intraprendono così delle attenzioni eticamente corrette in tutto quello che fanno.

FIGURA 14: LA PRIMA IMMAGINE ILLUSTRATA LA SUDDIVISIONE IN AMBITI PER TONNELLATE DI ANIDRIDE CARBONICA EQUIVALENTE. LA SECONDA RIGUARDA LA SUDDIVISIONE SPECIFICA DELL'AMBITO TRE.



FONTE: L'INFORMATORE AGRARIO E IL CORRIERE VINICOLO

Se, per ipotesi, Ita.Ca. coinvolgesse a caso delle aziende vitivinicole nazionali, probabilmente questi dati, non tanto a livello percentuale bensì reale, sarebbero generalmente più impattanti per tutti gli ambiti. Il problema del consumo di carburanti da fonti limitate coinvolge oggi purtroppo tutti i settori, non solo il vitivinicolo. Di certo, grazie ad iniziative come Ita.Ca., il mondo del vino potrebbe fungere da apripista per l'implementazione di nuove forme d'acquisto d'input da fonti rinnovabili. C'era forse da aspettarsi in media un maggior peso dell'energia acquistata esternamente; è questo dunque il segno che qualcosa è già stato fatto e l'applicazione, ad esempio di impianti fotovoltaici, sia ben presente anche tra i produttori di vino. L'ambito 3 è dunque il principale indiziato, e il ruolo cattivo lo fa sicuramente il Packaging, con ben 68% da solo. Al fine di utilizzare materiali, quali bottiglie e scatoloni ad esempio, meno impattanti, non basteranno i buoni propositi di un singolo, ma serve che si sviluppi una domanda ampia in questo senso verso i fornitori. La richiesta in massa potrà produrre dei cambi di tendenza utili a favorire la diffusione di beni "green". Questo manca al primo distretto spumantistico d'Italia e quindi Perlage è così sfavorita.

²¹⁶ AA.VV., 2013, "Emissioni gas serra: il monitoraggio del settore vitivinicolo, *Il corriere vinicolo*, 8, 14-15.

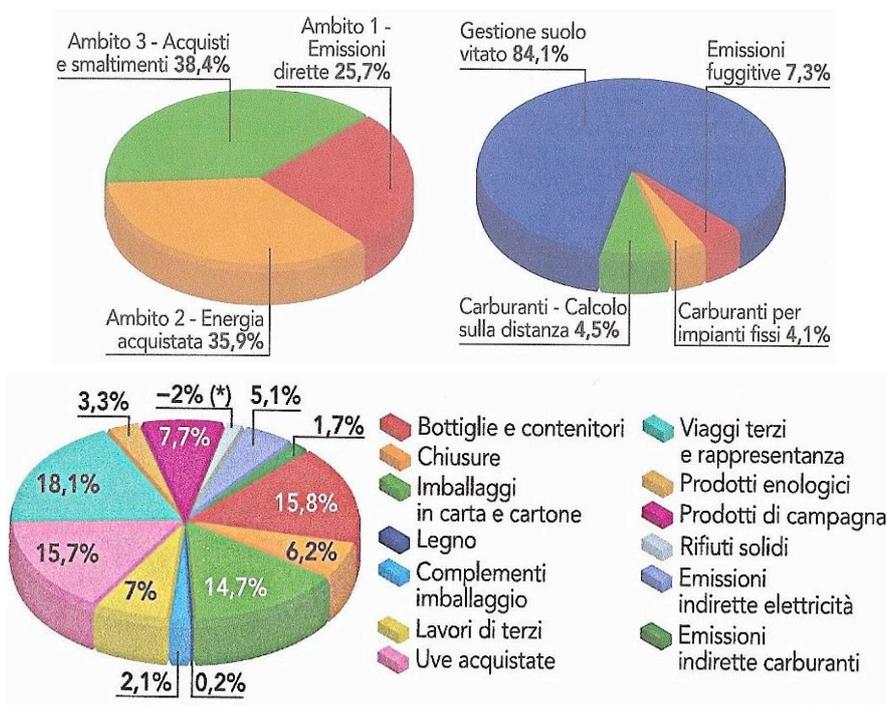
Riassumendo quindi, i dati medi nazionali riferiti al Modello B suggeriscono che aziende con questi indici devono operare un po' sotto tutti i fronti. Quello che è importante è la condivisione di una certa mentalità lungo tutta la filiera produttiva. Più si fa gruppo tra imprese, più gli stakeholders saranno coinvolti.

MODELLO C:

Questo modello si basa su dei dati riferiti ad un'azienda di piccole dimensioni, presentando una prima ripartizione tra ambiti piuttosto equilibrata (vedi figura 15). Dalle informazioni disponibili si sa ben poco rispetto alle strategie intraprese, tanto che, è utile fare delle ipotesi. Si può pensare che l'azienda stia da poco pensando a innovazioni aventi a che fare con la tutela ambientale. Tra i tre ambiti, quello più significativo, seppur di poco, è legato agli acquisti di materiale esternamente (38,4%). Se si osserva in dettaglio le singole voci, ci si accorge tuttavia che vi è una buona distribuzione tra le componenti diverse, con un leggero eccesso per quanto riguarda le emissioni da viaggi (18,1%), a cui l'azienda è chiamata a fare più attenzione.

Un altro elemento importante è legato alle uve conferite (15,7%), segno che le altre imprese con cui si collabora non sono ancora così attente a queste problematiche. Manca dunque condivisione di valori in questo senso. Se si sommano le percentuali di ciò che riguarda il packaging poi, ci si aggira attorno al 40%; dato anche questa volta normale e plausibile, che evidenzia ancora la scarsa applicazione di progetti di riduzione tra le aziende di fornitura, nel campo del vetro in particolare (15,8%)²¹⁷.

FIGURA 15: SUDDIVISIONE PER AMBITI MODELLO C

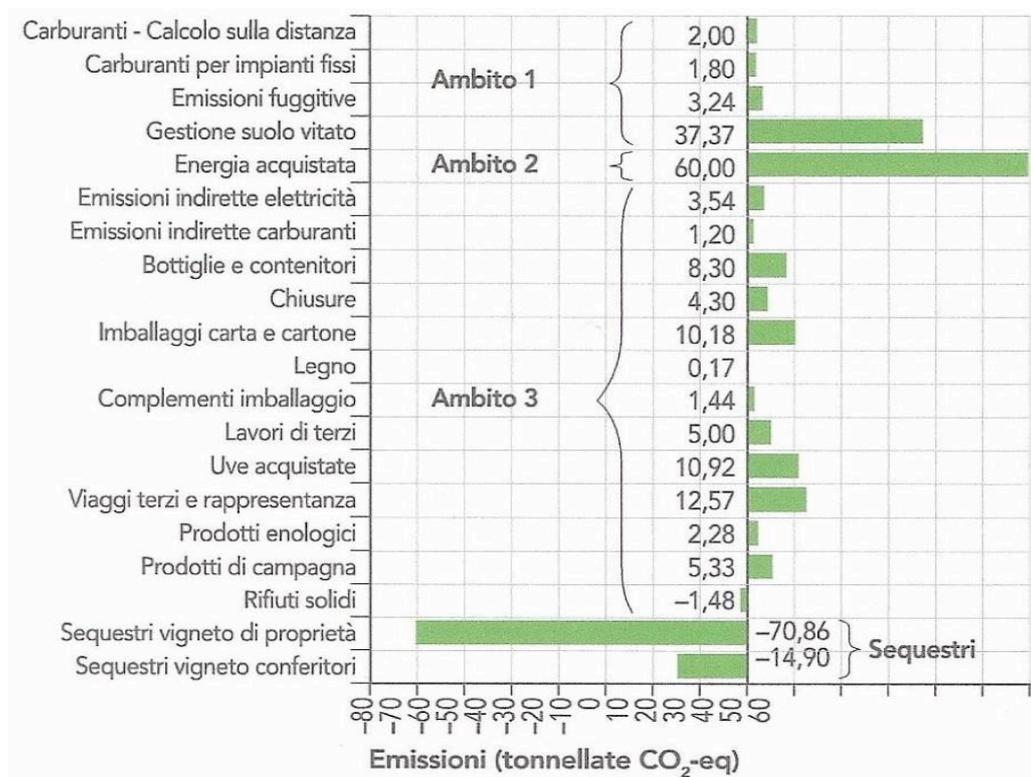


FONTI: L'INFORMATORE AGRARIO

²¹⁷ AA.VV., 2012, "L'impronta carbonica nelle aziende vitivinicole", *L'Informatore Agrario*, 42, 56.

Un aspetto positivo però va rilevato: un'azienda riferita al Modello C adotta probabilmente una strategia utile nel recupero dei materiali solidi attraverso processi di opportuno riciclaggio che

FIGURA 16: SUDDIVISIONE IN TONNELLATE DI CO2 EQUIVALENTE



Fonte: L'INFORMATORE AGRARIO

permettono di ottenere un guadagno sul bilancio delle emissioni di gas serra (-2%). È dunque un pregio per l'obiettivo predisposto da Ita.Ca., soprattutto se sommato alle capacità di sequestro dei vigneti aziendali (85,76 tonnellate di anidride carbonica equivalente). Questo permette di dire quale sia il bilancio netto, deducendo i sequestri dal totale delle emissioni (82,4 tonnellate di anidride carbonica equivalente). Seppur l'assorbimento sia abbastanza buono, il dettaglio dell'ambito 1 mostra però una forte concentrazione delle emissioni dovute alla gestione del suolo (84,1%), segno che margini di miglioramento ve ne sono parecchi adottando tecniche di coltivazione più sostenibili. Nella media risulta infine il dato sulle quantità d'energia acquistate esternamente (35,9%)²¹⁸. Sarà utile pensare in questo senso a fonti d'approvvigionamento rinnovabili.

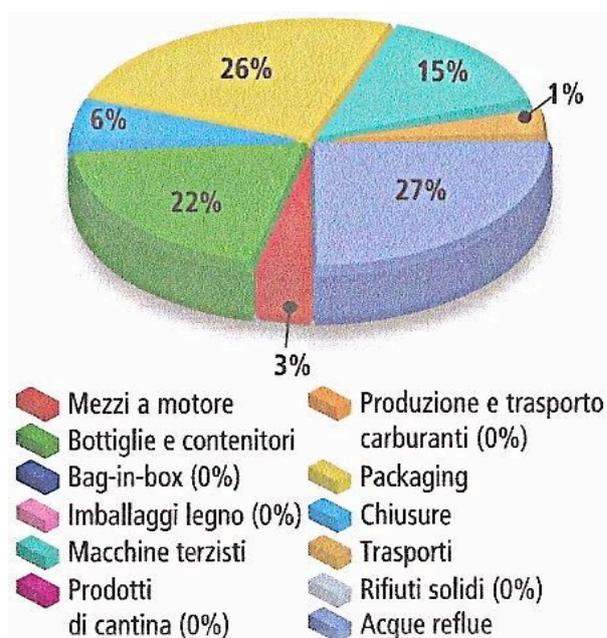
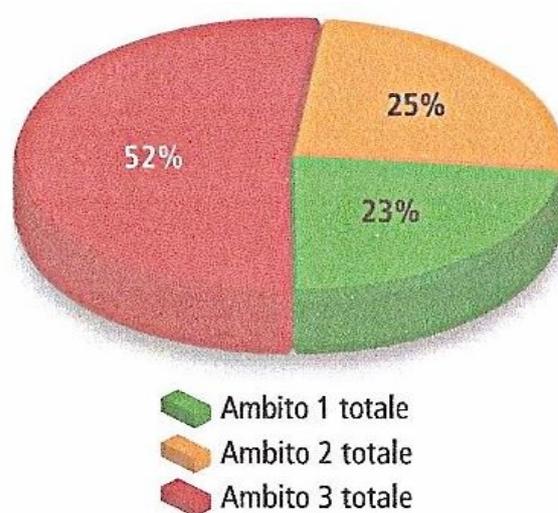
²¹⁸ AA.VV., 2012, "L'impronta carbonica nelle aziende vitivinicole", *L'informatore Agrario*, 42, 52.

MODELLO D:

I prossimi due modelli parlano entrambi di aziende a vocazione biologica, da tenere quindi ben in considerazione vista la similitudine con Perlage. Del modello qui descritto si sa inoltre che utilizza un impianto proprio per depurare l'acqua consumata nel processo produttivo. L'impatto principale di tale modello è rappresentato dalle responsabilità indirette dovute agli acquisti esterni, ossia l'ambito 3 (52%). In questo caso è importante l'apporto alle emissioni dovute all'impianto interno di depurazione delle acque (27%); se si sommano poi packaging con le bottiglie e i contenitori si arriva a quasi un altro cinquanta per cento, per i soliti problemi legati alla filiera vitivinicola.

Tuttavia merita citazione la nullità del contributo di altri materiali quali legno, prodotti di cantina e rifiuti solidi. Colpisce poi quel ventitre per cento dell'ambito uno, tenendo ben in considerazione che si sta parlando di un modello biologico. Questo dato permette di avvalorare l'ipotesi secondo cui non è per forza di cose necessario che un'impresa focalizzata su questa filosofia sia già in partenza su un profilo più avanzato di gestione del suolo. Lo dimostra questo caso specifico. L'insegnamento che ne deriva per le aziende è dunque quello di non sentirsi mai appagate dal semplice fatto di aver ottenuto una certificazione ambientale, ma di guardare in continuo alla propria filiera produttiva con l'obiettivo di scovare tutte le criticità esistenti e porvi così rimedio. L'ambito d'acquisto d'energia esterna resta pressoché nella media (25%)²¹⁹.

FIGURA 17: SUDDIVISIONE PER AMBITO MODELLO D



FONTI: L'INFORMATORE AGRARIO

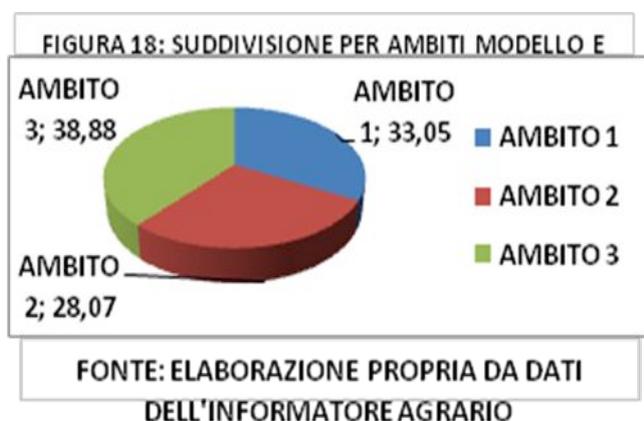
²¹⁹ AA.VV., 2010, "Riduzione dei gas serra: Nuova leva di marketing per il vino", *Supplemento all'Informatore Agrario*, 13, 24.

MODELLO E:

La novità di quest'ultimo modello è forse la più utile al lavoro qui proposto. I dati disponibili si riferiscono, infatti, ad un'azienda biologica che produce principalmente spumanti e ha appena adottato un sistema fotovoltaico di produzione autonoma d'energia. La somiglianza a Perlage è piuttosto marcata, almeno nelle prime due caratteristiche. Il nuovo mezzo come fonte d'energia rinnovabile è sicuramente un elemento che influirà positivamente sul bilancio carbonico, ma che ancora non si rispecchia nei dati a disposizione.

Osservando la ripartizione percentuale per ambiti si prospetta anche questa volta una predominanza delle emissioni legate ai materiali prodotti altrove (38,88%), segno che probabilmente il mondo del packaging in particolare è ancora molto indietro sotto questo profilo. Anche tale modello riferito al mondo biologico conferma la tesi secondo cui le lavorazioni in vigneto non siano meno impattanti rispetto alle coltivazioni convenzionali (33,05%). L'ambito 2 (28,07%)²²⁰ si adegua precisamente al caso di un'azienda classica che percepisca ancora l'energia dall'esterno. Questo è avvalorato dall'indice di rapporto tra energia acquistata per bottiglia ed energia consumata (0,9469)²²¹. L'introduzione dell'impianto fotovoltaico farà nei prossimi anni progredire l'azienda verso una riduzione di quest'indicatore che tenderà a zero nel lungo periodo. L'incidenza del secondo ambito sarà quindi ovviamente destinata a calare inesorabilmente e l'investimento fatto sarà ricompensato dai minori costi energetici.

È da sottolineare, infine, la tendenziale capacità del suolo dei vigneti ad assorbire già oggi parte dell'anidride carbonica equivalente. La differenza di chilogrammi per bottiglia è di 0,51. Si consigliano dunque l'inserimento di tecniche di produzione in vigneto ulteriormente sostenibili e la valutazione rispetto al cambio di fornitori. Il passo fatto con l'impianto fotovoltaico è sicuramente qualcosa di molto apprezzabile.



**FIGURA 19: Dati sull'energia
Modello E**

Energia prodotta dall'impianto FTV aziendale (kWh)	12.317
Energia acquistata (kWh)	221.812
Energia consumata per bottiglia prodotta (kWh)	0,679
Energia acquistata per bottiglia prodotta (kWh)	0,643

FONTE: L'INFORMATORE AGRARIO

²²⁰ Percentuali elaborate sulla base dei dati nell'articolo: AA.VV., 2011, "L'impatto carbonico per analizzare la sostenibilità vitivinicola", *L'informatore Agrario*, 12, 59.

²²¹ Dal rapporto tra 0,643 e 0,679 (Figura 19).

La seguente tabella riassume dunque il quadro finora proposto nei cinque modelli:

TABELLA 5: RIASSUNTO DEI VARI MODELLI

	ASPETTI POSITIVI	PUNTI DEBOLI	CONSIGLI
MODELLO A	<ul style="list-style-type: none"> - Impianto fotovoltaico - Progetto riduzione peso bottiglie 	<ul style="list-style-type: none"> - Gestione del Suolo (Responsabilità diretta) 	<ul style="list-style-type: none"> - Nuove tecniche produttive più efficaci e meno impattanti
MODELLO B (MEDIA NAZIONALE)	<ul style="list-style-type: none"> - Buona suddivisione dell'impatto tra gli ambiti 	<ul style="list-style-type: none"> - Tutto il problema relativo al Packaging 	<ul style="list-style-type: none"> - Sviluppare tra più imprese vicine il progetto Ita.Ca.; con la sua diffusione si rafforza la mentalità ecologica e si favorisce questa crescita
MODELLO C (AZIENDA 20 ETTARI)	<ul style="list-style-type: none"> - Ripartizione abbastanza equilibrata tra ambiti - Recupero e riciclaggio rifiuti - Buon sequestro da parte dei vigneti 	<ul style="list-style-type: none"> - Poca condivisione di valori ambientali con i conferitori d'uva. - Forte impatto legato alla gestione del suolo 	<ul style="list-style-type: none"> - Scegliere tecniche ecologicamente più sostenibili. - Diffondere tra gli stakeholders i propri valori - Pensare ad energia da fonti rinnovabili
MODELLO D (AZIENDA BIOLOGICA DI 40 ETTARI)	<ul style="list-style-type: none"> - Trattamento interno dei reflui - Minor impatto dell'ambito 1 rispetto ad altri modelli 	<ul style="list-style-type: none"> - Troppe criticità nell'ambito 3 - Troppe emissioni dalla gestione delle acque reflue 	<ul style="list-style-type: none"> - Fonti rinnovabili d'approvvigionamento - Controllare l'efficienza dell'impianto di depurazione - Nuovi fornitori meno impattanti
MODELLO E (AZIENDA BIOLOGICA)	<ul style="list-style-type: none"> - Impianto Fotovoltaico in fase d'applicazione - Buon sequestro del suolo 	<ul style="list-style-type: none"> - L'ambito 3 da sistemare 	<ul style="list-style-type: none"> - Valutare la sostenibilità dei fornitori - Migliorare tecniche di coltivazione

Fonte: ELABORAZIONE PROPRIA

Si può ora brevemente commentare il quadro emerso dai modelli proposti. Dal punto di vista dell'impatto carbonico, le imprese vitivinicole possono agire sia in vigneto che in cantina. Il discorso legato al primo ambito, come osservato, è relativamente incisivo se non nel modello A, dove vi è probabilmente un forte peso in merito alla gestione del suolo. Eccessivi trattamenti chimici poco controllati e organizzati in modo mirato possono condurre ad un impoverimento del terreno. Vi sono in questo senso margini di miglioramento per qualsiasi modello presentato, dipendenti soprattutto dal mondo della ricerca e della conoscenza di nuovi metodi meno impattanti; la responsabilità delle aziende sta dunque nel percepire gli sviluppi in campo scientifico, dal punto di vista ambientale, e applicarli velocemente alla propria realtà. Si può pensare poi che il tutto dipenda anche dal contesto vitivinicolo in cui ciascuna singola impresa opera: importante è sicuramente lo stimolo offerto dai Consorzi di Tutela che, in quanto centri di sviluppo della loro area geografica, favoriscono o meno la diffusione di tecniche innovative o semplici consigli ai viticoltori al fine di ridurre i trattamenti, ottenendo comunque un frutto sano e di qualità.

L'altra faccia della medaglia è dimostrata nel Modello C, dove si nota coerenza tra la minor percentuale d'impatto dell'ambito uno e il buon sequestro da parte dei vigneti. È la novità che Ita.Ca. apporta rispetto agli altri calcolatori internazionali: poter sapere quanta anidride carbonica equivalente il terreno coltivato a vite riesce ad assorbire. L'obiettivo è far convogliare le aziende ad un bilancio delle emissioni nullo, se non a credito. Dire un giorno al consumatore che il settore vitivinicolo aiuta il mondo contribuendo ad eliminare il riscaldamento terrestre, è qualcosa di straordinario, esempio per l'intero sistema economico. La responsabilità diretta per queste aziende si estende poi all'uso dei carburanti per viaggi e lavorazioni, più o meno sulla stessa linea d'onda per i casi considerati.

Il capitolo del secondo ambito è facilmente migliorabile in questo settore, basta solo voler fare un investimento iniziale un po' costoso, ma recuperabile in alcuni anni. Lo dimostra il primo modello, dove grazie al fotovoltaico, l'energia acquistata esternamente da fonti limitate è oggi molto limitata. Di sicuro effetti positivi si verificheranno nel prossimo futuro anche per il Modello E, dove lo strumento è stato appena applicato. Gli altri casi sono chiamati a questa conversione, come si vedrà anche per Perlage.

Il vero problema del settore vitivinicolo, come dimostrato anche dai dati medi nazionali (Modello B), è rappresentato dall'ambito tre, ossia da ciò di cui le aziende non sono direttamente responsabili. Qui entra dunque in gioco il concetto di filiera e ritorna tutto quanto detto finora in merito alla condivisione di valori ecologicamente nobili. Si può dire che Ita.Ca., da questo punto di vista, sia la base concreta, fondata su dati registrati, per iniziare ad intavolare un percorso di crescita

nelle varie aree viticole nazionali. È quanto avviene oggi nella zona del Franciacorta, dove molte aziende del distretto scelgono di misurarsi sotto questo profilo. Più Ita.Ca. si diffonde in un'area, maggiore sarà il grado d'incidenza verso tutti gli operatori che forniscono beni o input vari al mondo vitivinicolo. Una sola azienda in un distretto, come Perlage nel caso considerato, influirà poco nella fornitura di prodotti più "green". Solo una diffusione forte di questi criteri porterà l'intera filiera produttiva ad un bilancio delle emissioni neutro o positivo.

Il mondo del Packaging rappresenta per tutti i modelli osservati il principale punto debole, sul quale lavorare; la produzione delle bottiglie di vetro è l'elemento che più incide sulle emissioni considerate. Tra quelli osservati, non vi è dunque da cercare un vincitore; tutti i casi hanno al momento aspetti positivi ed altri negativi. La linea da perseguire è quella indicata qui sopra, con l'obiettivo comune di eliminare il bilancio negativo delle emissioni d'anidride carbonica equivalente.

CAPITOLO 3

L'IPOTESI SUI RISULTATI DI PERLAGE E LE CONSEGUENTI STRATEGIE PROPOSTE DA ADOTTARE

3.1 LE IPOTESI SUGLI OUTPUT FORNITI DAL CALCOLATORE

A partire da quanto osservato e commentato nei dati statistici presentati al termine del precedente capitolo, è utile ora stimare i possibili output che tra qualche tempo saranno forniti a Perlage dal Centro SATA. Per fare questo si cercherà di assimilare le conoscenze ottenute grazie all'intervista sullo stato aziendale a Ivo Nardi, confrontandole con i Modelli precedentemente proposti. Si fornirà al termine una possibile suddivisione stimata per Perlage nei tre ambiti d'emissioni possibili.

È utile cominciare da alcune riflessioni sulle responsabilità dirette dell'azienda (ambito 1). Si può confermare l'ipotesi secondo cui non vi sia enorme differenza tra aziende convenzionali e biologiche in merito alle emissioni procurate dalla gestione del vigneto, come dimostrato dai dati in precedenza. Tuttavia bisogna sottolineare come Perlage sia riuscita a sviluppare in questi anni, principalmente grazie ai metodi biologico e biodinamico, delle abilità nella coltivazione poco comuni nel Distretto del Conegliano Valdobbiadene. Tutte le forze positive presenti in vigneto sono così tutelate e collaborano in modo controllato al fine ultimo di un'uva di qualità. Al fine di ridurre le emissioni e i costi, in collaborazione con le altre imprese del Progetto Biombra, Perlage sta ripensando alle modalità d'uso del rame²²². Sempre in questa linea, l'azienda è consapevole che per fare una buona difesa, riducendo così il numero dei trattamenti e l'impronta carbonica, serve avere piante non troppo vigorose, poiché eccessi di foglie incrementano la sensibilità alle malattie; Perlage adotta dunque potature verdi eliminando quella vegetazione che è ininfluente per la qualità del frutto finale²²³.

Già prima dell'applicazione dell'Italian Wine Carbon Calculator quindi, la filosofia sostenibile adottata da Perlage in vigneto permette di ottenere qualche riscontro positivo sulle

²²² La scelta è quella di distribuire in vigneto composizioni di rame sempre più micronizzate, poiché in questo modo ne serve molto meno in quantità per coprire la medesima superficie. L'obiettivo è di giungere a due chilogrammi per ettaro annui, rispetto ai venticinque di una volta.

²²³ Per combattere le malattie serve conoscere gli antagonisti, i predatori naturali. In tutti gli anni di attività, Perlage utilizzando i predatori del ragno rosso ha eliminato la necessità di trattamenti a questo scopo. In quest'ottica sono anche utilizzate attrezzature tecnologiche che fanno previsioni sull'infettività delle piante, indicando così quando è meglio trattare, riducendo il numero degli interventi.

emissioni di gas serra. A quale Modello si avvicina di più l'azienda per quanto riguarda l'ambito uno quindi? Sicuramente non è pensabile un valore elevato (61,2%) come quelle del Modello A, legato alla forte influenza dell'impianto fotovoltaico, il quale riduce il peso dell'ambito due al 6,3%. Sono inoltre rare le caratteristiche simili a questo modello. Escludendo momentaneamente il dato medio nazionale, gli altri tre casi presentano un intervallo di valori piuttosto ristretto, e ciascuno di essi ha almeno un elemento in comune con Perlage. Il Modello C è il prototipo di un'azienda di venti ettari, pari dimensione alla realtà qui considerata. Gli altri due rappresentano invece imprese biologiche, in particolare per la produzione di vino spumante nel caso E. Ora, è probabile che il 33% di quest'ultimo sia leggermente eccessivo, soprattutto considerandolo rispetto alla media nazionale (27%). I comportamenti positivi descritti prima per Perlage fanno dunque pensare ad una percentuale minore per l'ambito uno, che più si avvicini a quella dei casi C e D (intervallo ipotizzato tra il 23% e il 27%). È utile riprendere però successivamente questo ragionamento, quando si avrà un quadro più preciso dei tre ambiti.

È difficile poi fare un'analisi dettagliata del primo ambito, tuttavia per semplicità lo si può credere abbastanza simile a quello del Modello A (Figura 10). Si afferma, infatti, la possibilità per l'azienda di migliorare il consumo legato all'uso di carburanti per mezzi ed impianti fissi, segno che qualche criticità in tal senso esiste (quindi la percentuale potrebbe stare tra il 10% e il 15%). Rispetto al caso A invece, sarebbe da aggiungere qualche punto alle emissioni fuggitive, poiché Perlage non è ancora dotata di una macchina moderna a recupero veloce, capace di ridurre la quantità di soluzione impiegata anche del 30%-40%, poiché ciò che non arriva alla foglia viene nuovamente aspirato²²⁴. Sempre restando in tema di gestione del suolo, è auspicabile che l'azienda considerata abbia già delle buone potenzialità d'assorbimento di gas serra nel terreno²²⁵, simili magari a quanto esposto nella Figura 16 in riferimento al Modello C. Aspetti che migliorano senza dubbio il bilancio carbonico sono l'inerbimento, pratica da molto diffusa tra le colline del Conegliano Valdobbiadene, e il più moderno sovescio²²⁶. Importante è inoltre la grande quantità di boschi presenti affianco dei vigneti, potenziali fonti di sequestro.

²²⁴ Perlage dispone oggi di un atomizzatore a cariche elettrostatiche in cui la goccia è caricata negativamente (poiché si sa che la foglia ha carica positiva), creando così un'attrazione che permette di ridurre le dispersioni, utilizzando così meno prodotto.

²²⁵ Perlage presta molta attenzione alla tipologia di sostanza organica presente nei suoi vigneti. Per questo motivo molto materiale in compostaggio è sparso in vigneto al fine d'incrementare la fertilità del suolo, generando effetti positivi anche sulle capacità d'assimilazione delle risorse idriche, utili nei mesi caldi e secchi.

²²⁶ Questa tecnica prevede, nel periodo autunno inverno, l'inserimento vicino alle viti di piante erbacee di dimensione piuttosto elevata (fave, piselli e graminacee) e a rapida crescita, con radici molto profonde. Le radici, soprattutto se a fittone come la carota, scendono in profondità e smuovono il terreno, creando così un maggior circolo d'aria e benessere per tutti i microrganismi. La crescita esterna delle piante va poi successivamente in parte tagliata e lasciata sul luogo per fungere da sostanza organica. Questo sistema migliora dunque le condizioni fisico chimiche del suolo, apportando sostanza organica dovuta alla parte erbacea superficiale e agli apporti radicali sviluppatasi. Questa tecnica sta oggi dilagando in tutto il mondo biologico.

C'è da soffermarsi ora al secondo ambito. Tra i modelli considerati il dato anomalo giunge dal caso A, aspetto senza dubbio positivo poiché dovuto all'applicazione di fonti rinnovabili autonome per generare energia. Per quanto riguarda Perlage, si sa che l'energia ad oggi è in parte acquistata esternamente, come per gli altri quattro modelli (nel caso E sta per essere applicato). Tuttavia non manca anche in questo senso la recente attenzione ai risparmi energetici da parte dell'azienda. Sono, infatti, applicate lampade e motori a basso consumo, grazie anche alla nuova tecnologia degli Inverter²²⁷. Dunque per il momento basti pensare ad un intervallo per l'ambito due, compreso tra il 25% della media nazionale e del caso D e il 35% circa del caso C. In seguito si proporrà un'ipotesi più precisa, non prima però di avere valutato l'ambito tre.

È sicuramente anche per Perlage l'aspetto che più incide sulle emissioni di gas serra, tuttavia bisogna sottolineare come, grazie alla filosofia sostenibile dell'azienda, molto già si fa al fine di migliorare il profilo del Packaging in particolare. In merito è importante ricordare l'ultima tipologia di Prosecco proposto al consumatore, PerlAPP²²⁸. Questo nasce da un'ottima idea che coinvolge non solo l'aspetto della tutela ambientale, bensì anche il profilo del marketing. L'attenzione va innanzitutto verso la riduzione del peso della bottiglia, al fine di ridurre la quantità di vetro utilizzato e quindi d'emissioni. Questo è sicuramente un buon spunto per l'obiettivo d'Ita.Ca., in particolare se sommato all'utilizzo di tappi a vite più riciclabili nelle fasi d'imbottigliamento²²⁹. La novità sta infine nella micro foratura prevista nell'etichetta, la quale permette la separazione differenziata del rifiuto dopo l'uso. Aspetti dunque estremamente positivi per quanto riguarda l'analisi ora proposta, ma da considerare ricordando che

FIGURA 20: Logo di PerlAPP



FONTE: <http://www.mixerplanet.com/qrcode-per-il-vino/>

²²⁷ L'esempio è legato ad un compressore ad aria compressa. Fino a cinque anni fa, con i sistemi tradizionali, il compressore produceva sempre il massimo della pressione, riportandola sempre all'apice una volta utilizzato. Il dispendio di energia era dunque abbastanza importante. Con l'Inverter il compressore produce quella quantità d'aria compressa indotta dalla domanda in un preciso istante, quindi vi è una produzione commisurata alla richiesta. Questo permette oggi un risparmio non da poco, vista la presenza di molti compressori in azienda. Le fasi d'imbottigliamento avvengono così con un basso consumo energetico. Sono adottate inoltre nuove autoclavi che permettono una riduzione delle dispersioni notevole.

²²⁸ <http://www.mixerplanet.com/qrcode-per-il-vino/>

²²⁹ PerlAPP è anche però un'iniziativa di marketing proposto al fine di conquistare un pubblico giovane, grazie al rivestimento della classica bottiglia in vetro con un'etichetta di carta naturale a sfondo bianco, decorata allo stesso tempo rimarcando il logo aziendale. L'abbreviazione "APP" ricorda ai giovani le moderne applicazioni, tra cui si può accedere a quella dell'impresa per visualizzare aggiornamenti ed informazioni rispetto ad eventi e quant'altro sia legato a questo mondo.

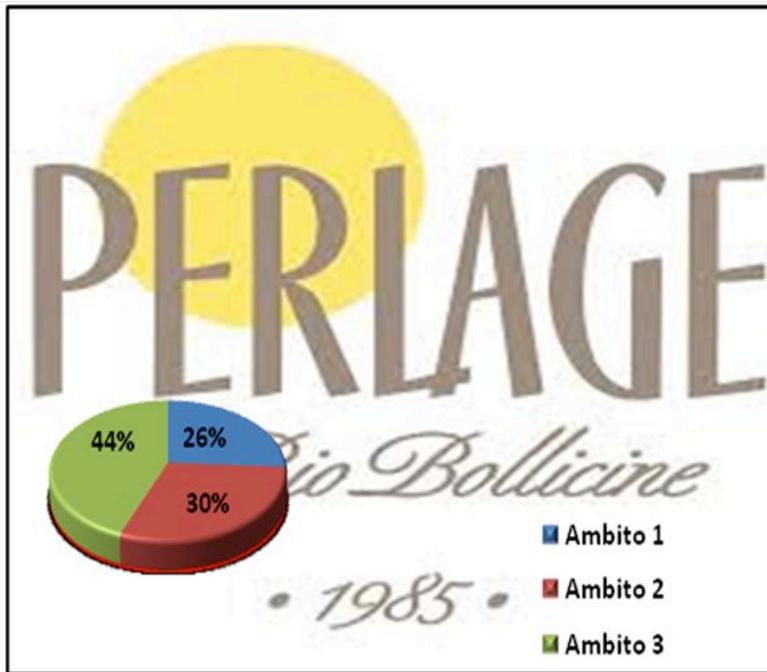
sono applicati ad una sola linea di prodotto, non a tutte le tipologie di vino commercializzate dall'azienda.

L'ambito tre, come già osservato, richiede la capacità di un'impresa di saper influire sui propri fornitori, al fine di diffondere la filosofia sostenibile lungo tutta la filiera. In questo senso Perlage fa oggi un semplice censimento al fine di comprendere l'impatto carbonico degli input che acquista esternamente; quando disporrà di dati precisi in merito potrà selezionare quei fornitori che più si adeguano ai propri standard ecologici, ed eliminarne gli altri. Anche in questo caso risulta difficile fare delle analisi per il dettaglio dell'ambito tre, per questo ci si riconduce a quanto visto nel Modello B (Figura 13). L'impatto prevalente sarà dato comunque anche per Perlage dal Packaging, seguito dai viaggi di rappresentanza. Sarebbe da aggiungere invece, con un 10% circa, le emissioni legate all'acquisto d'uva conferita da altre ditte, vista la presenza di questo aspetto grazie agli apporti della fattoria Biodinamica di Vaira in Molise. Saranno infine scarse le emissioni dovute all'acquisto di prodotti enologici e di campagna, nonché quelle relative allo smaltimento dei rifiuti. In base alla logica di Perlage, è infatti plausibile pensare ad un'attenzione scrupolosa per tutto ciò che si possa riciclare o riutilizzare. Per quanto riguarda i reflui ad esempio, vi è una normativa che permette di usarli come irrigazione: questi hanno contenuti di sostanza organica e sono quindi portati in campagna e utilizzati come piccola concimazione.

Ora, sulla base di tutte queste considerazioni fatte, si possono trarre delle conclusioni per la situazione dell'azienda Perlage. Di sicuro, già prima di scegliere Ita.Ca., l'impresa ha fatto delle scelte legate alla sua logica sostenibile che, involontariamente, hanno comportato degli effetti positivi dal punto di vista dell'impronta carbonica. Dunque bisogna tenere presente che Perlage non parte da zero, ma il suo percorso storico già si addice agli obiettivi proposti dall'Italian Wine Carbon Calculator. Sembra quindi che l'applicazione del calcolatore voglia essere una sorta di conferma a quanto fatto finora, se non un ulteriore stimolo per fare ancora meglio. Al di là dei dati percentuali, si può dunque pensare che l'impatto carbonico reale dell'impresa qui considerata non sia così grave, anzi. La presenza di boschi adiacenti ai vigneti e l'uso di tecniche quali il sovescio influiscono sicuramente bene sulle capacità d'assorbimento del terreno, e quindi sul bilancio carbonico.

Ita.Ca. potrà dunque limare quelle criticità che ancora permangono in azienda, indirizzando l'azienda verso certi investimenti. A quale dei modelli si avvicina dunque Perlage? In base ai ragionamenti fatti e osservando i dati degli altri casi si propone una suddivisione percentuale di questo tipo:

FIGURA 21: SUDDIVISIONE IPOTIZZATA DEGLI AMBITI PER PERLAGE



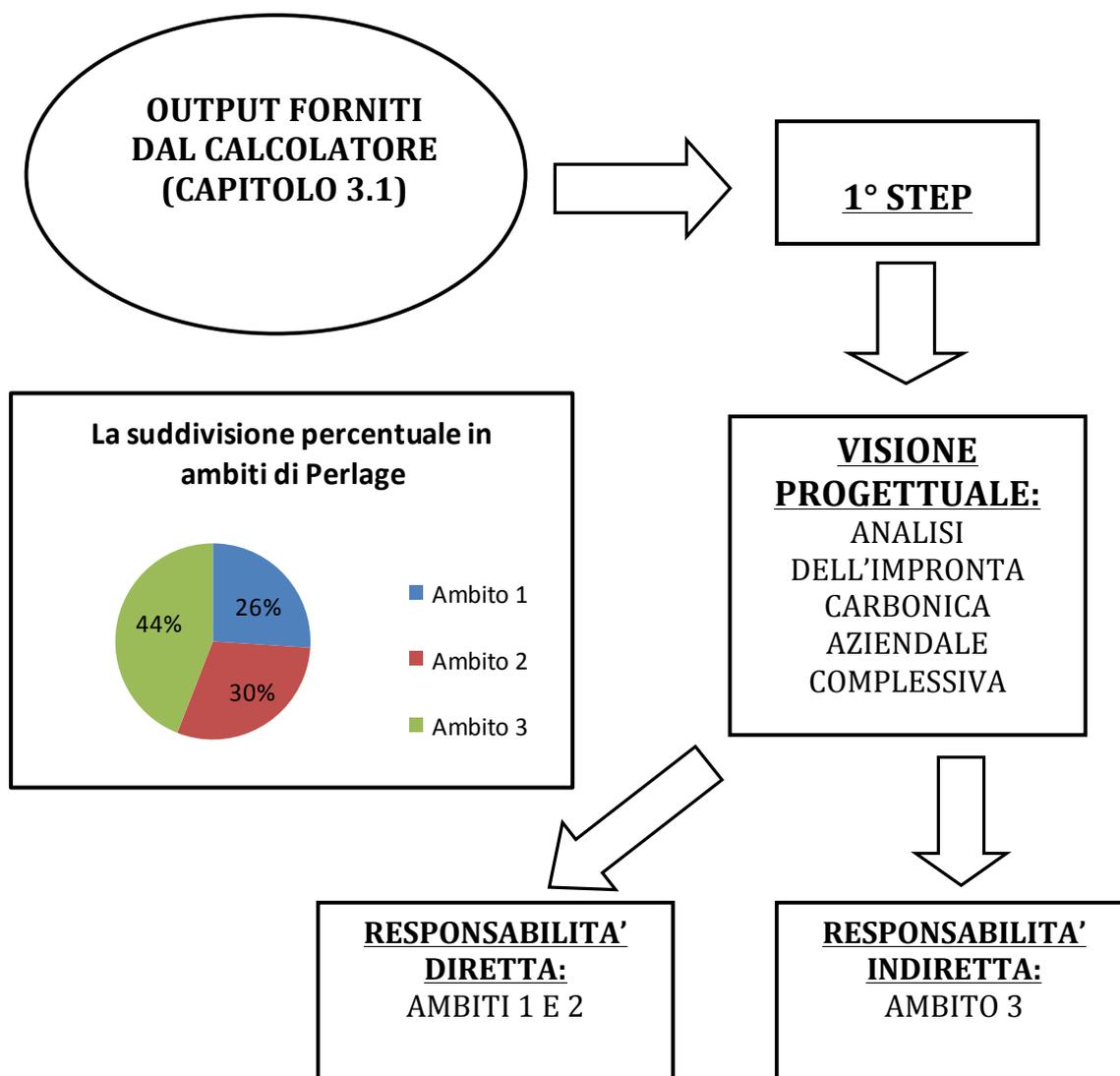
FONTE: ELABORAZIONE PROPRIA

Al primo ambito è assegnato il valore inferiore poiché Perlage adotta metodi di coltivazione spesso attenti alle problematiche ambientali; il dato è quindi simile al Modello C (25,7%), riferito ad un'azienda di pari dimensioni (venti ettari). Il 26% è inoltre una via di mezzo tra i due Modelli a coltivazione biologica, D ed E. All'ambito due è assegnato un valore pari al 30%, poco più alto rispetto ai casi visti (ad esclusione del C). Questa scelta è motivata dall'acquisto esterno di buona parte dell'energia e per bilanciare un non troppo eccessivo peso attribuito all'ambito tre. Quest'ultimo, infatti, sarà sicuramente il più impattante con un'ipotesi del 44%; tuttavia Perlage già fa molto per eliminare le emissioni in questo senso, seppur solo per alcune linee di prodotto. Per gli ambiti due e tre ci si avvicina dunque piuttosto bene al Modello E, con riferimento ad un'azienda biologica che produce principalmente vino spumante, con un impianto fotovoltaico di recentissima applicazione. Quest'ultimo elemento manca oggi a Perlage, insieme ad una gestione più attenta dei carburanti e ad un ulteriore miglioramento delle tecniche di coltivazione. Le difficoltà maggiori per l'azienda saranno però legate all'ambito tre, lì dove è utile coinvolgere altri soggetti nella propria filosofia ecologica.

3.2 UN NUOVO PROGETTO DA SVILUPPARE PER PERLAGE

Si propone ora a Perlage lo sviluppo di un percorso avente come obiettivo il miglioramento del processo produttivo in termini di sostenibilità ambientale. Partendo dunque dagli output forniti

FIGURA 22: L'INTRODUZIONE AL PROGETTO (1°STEP)



FONTE: ELABORAZIONE PROPRIA

dal calcolatore (Figura 20 e 21), si può ragionare attraverso una logica progettuale che dimostri vari passaggi (step) da compiere al fine di ridurre l'impronta carbonica dell'impresa.

Il primo approccio utile, prevede un'analisi generale dell'organizzazione aziendale, la quale è stilata individuando le priorità da affrontare, le criticità che per prime devono essere considerate.

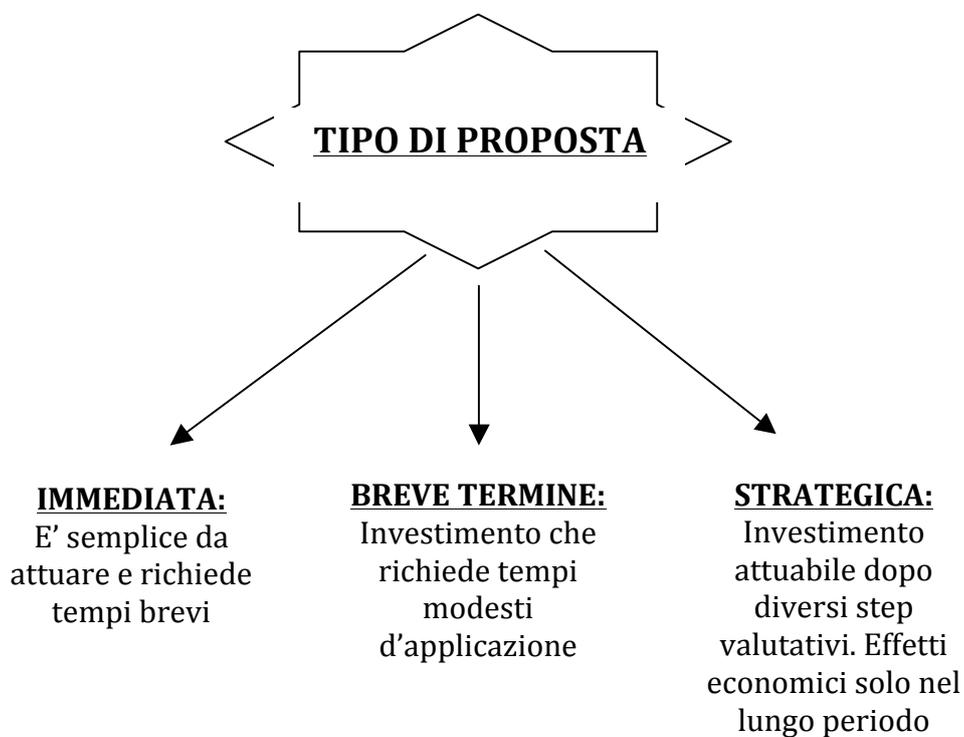
Nei prossimi step si cercherà di capire, in ordine d'importanza, i possibili elementi ed investimenti in base ad eventuali stime proposte o esempi apportati. Ogni qualvolta si parli di un nuovo aspetto, una tabella come la sottostante, cercherà di fornire un'analisi concreta che tenga conto di effetti economici ed ambientali.

TABELLA 6: Schema esempio di valutazione (elab. propria)

	Grado Priorità	Tipo di Proposta	Tipo d'investimento	Costi	Tempi Ammort.	Asp. Econ. Positivi	Asp. Amb. Positivi	Fattibilità
Proposta

Al grado di priorità sarà assegnato un valore compreso tra uno e cinque a seconda dell'importanza di un investimento per ridurre l'impronta carbonica dell'azienda. Per quanto riguarda la voce "Tipo di Proposta" si veda la Figura 23.

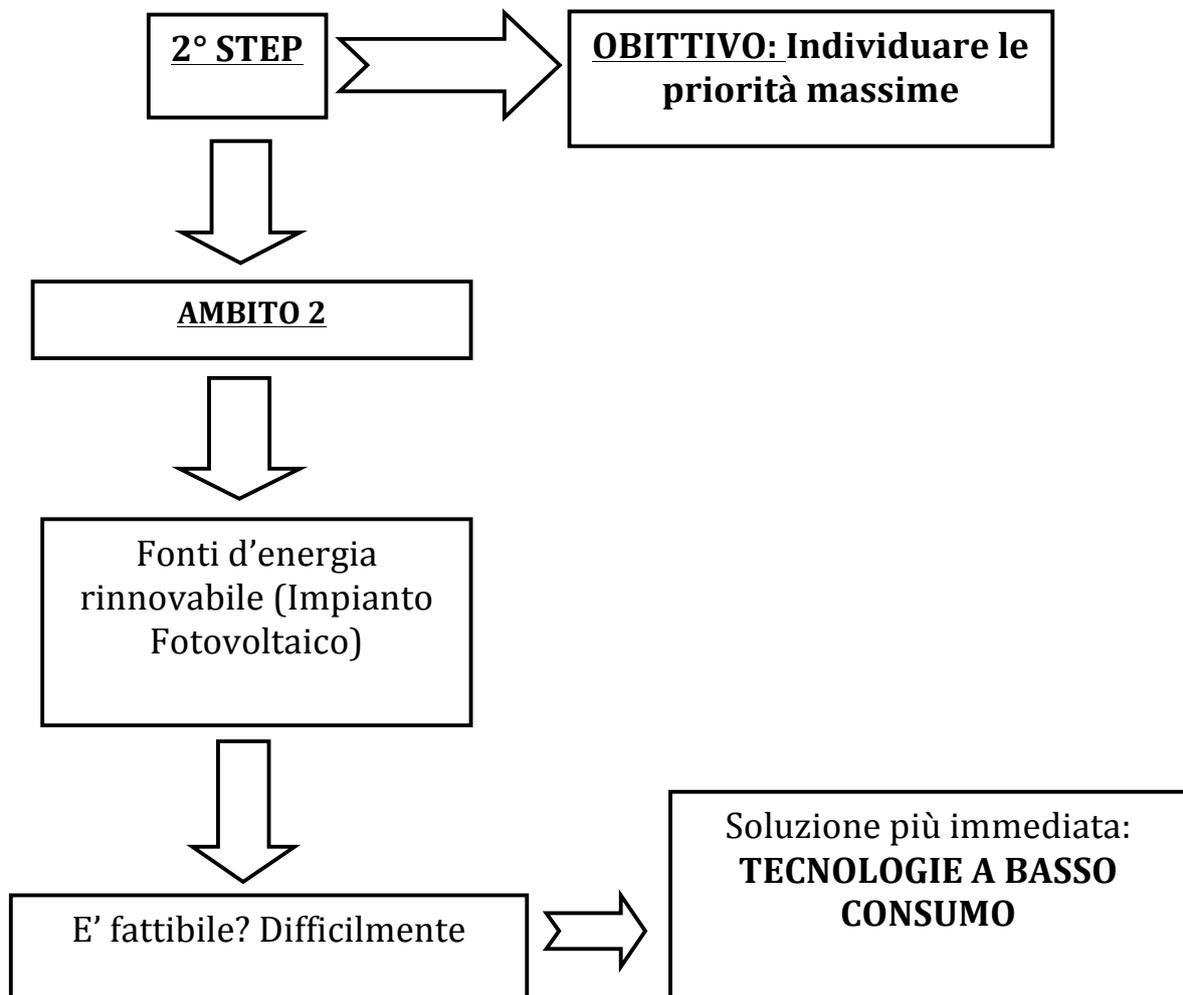
FIGURA 23:



**FONTE: ELABORAZIONE
PROPRIA**

Dall'analisi globale emerge la responsabilità indiretta dell'azienda per il 44% (dato stimato personalmente). È auspicabile però, concentrarsi prima sulle emissioni in cui è possibile intervenire in modo diretto, l'ambito due ad esempio. La priorità massima è da individuare in questo campo, soprattutto perché in esso si riconduce solo la voce dell'energia acquistata esternamente.

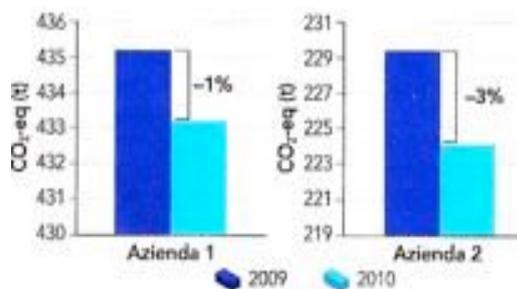
FIGURA 24: La priorità massima



FONTE: ELABORAZIONE PROPRIA

Il secondo step individua la priorità massima per l'azienda. Adottare un impianto fotovoltaico ad esempio può essere una scelta di strategia corretta, tuttavia difficile da intraprendere. Già più volte se ne è parlato in assemblea aziendale, con scarsi risultati. È un investimento economico piuttosto oneroso che richiede tempi di applicazione ed ammortamento lunghi. I costi iniziali sono alti, tuttavia nel corso degli anni il risparmio in bolletta è assicurato. La scelta di un investimento economico di questo tipo è quindi efficiente nel lungo periodo. Risultati positivi si potranno registrare anche nella riduzione dell'impronta carbonica, stimando una calo di uno due punti percentuali già dopo un anno d'applicazione (l'esempio è riportato nella Figura 24²³⁰ per due aziende). L'ambito due potrebbe, invece, scendere all'incirca al dieci per cento dopo un paio d'anni, come dimostrato dal Modello A (vedi Figura 10 pagina 132).

FIGURA 25: ESEMPIO DEL RISPARMIO ANNUALE DI DUE AZIENDE CON L'IMPIANTO FOTOVOLTAICO



L'azienda 1 produce prevalentemente spumanti e dalla fine del 2009 ha installato il sistema fotovoltaico che produce una parte dell'energia elettrica consumata. L'azienda 2, indirizzata maggiormente verso la produzione di vini fermi, ha adottato il fotovoltaico a partire da metà 2009 e riesce a coprire praticamente tutte le proprie esigenze energetiche e a vendere parte dell'energia prodotta.

FONTE: L'INFORMATORE AGRARIO

TABELLA 7: Proposte per l'ambito 2.

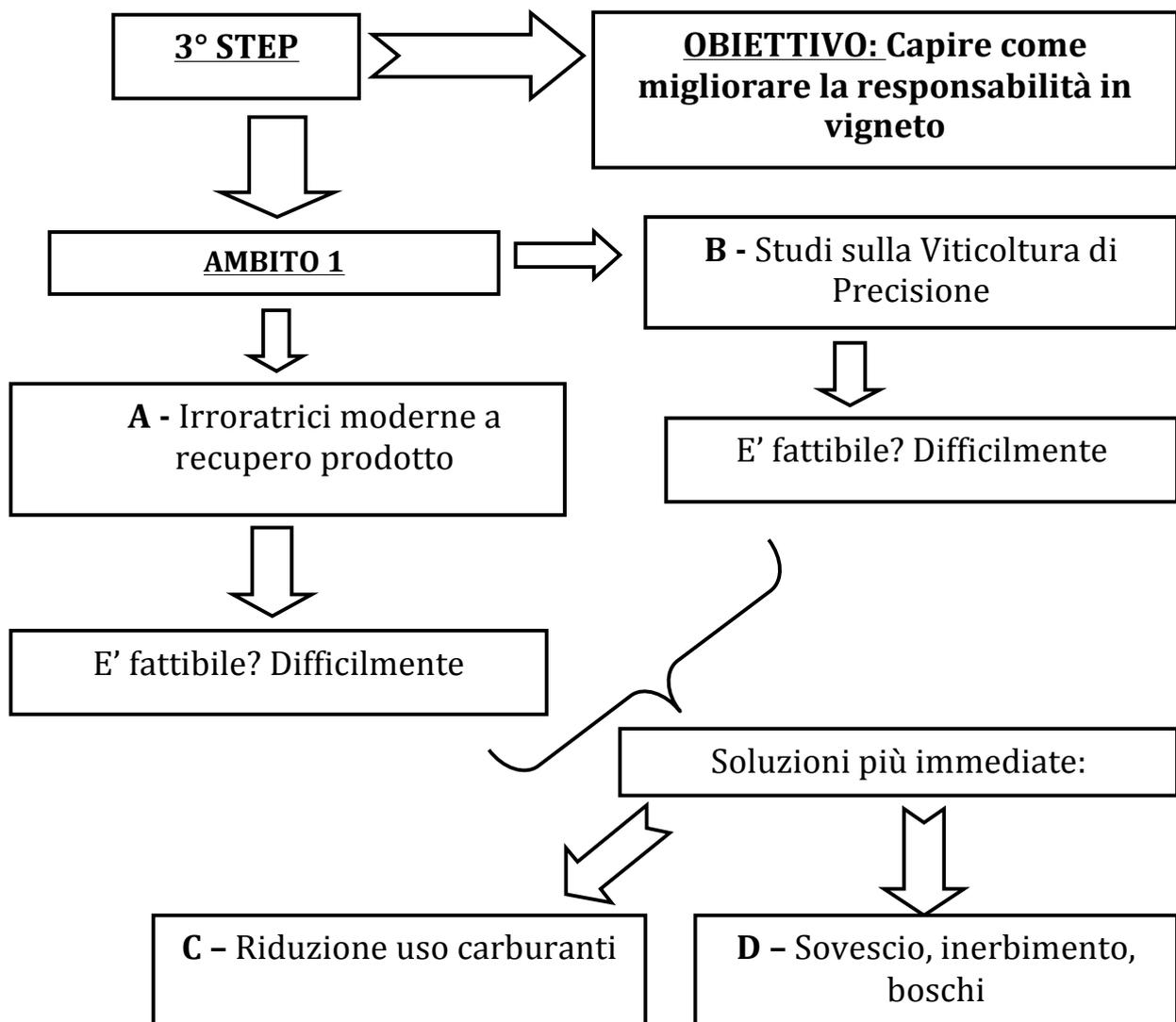
	Grado Priorità	Tipo di Proposta	Tipo d'investimento	Costi	Tempi Ammort.	Asp. Econ. Positivi	Asp. Amb. Positivi	Fattibilità
Impianto Fotovoltaico	5	Strategia	Lungo Termine	Elevati	Piuttosto Lunghi	Risparmio energia (bollette)	Riduzione emissioni ambito 2	Difficile applicazione
Tecnologia basso consumo	5	Breve Termine	Breve Termine	Non eccessivi	Piuttosto Brevi	Risparmio energia (bollette)	Riduzione emissioni ambito 2	Semplice

FONTE: ELABORAZIONE PROPRIA

²³⁰ AA.VV., 2012, "L'impronta carbonica nelle aziende vitivinicole", *L'informatore Agrario*, 42, 54.

Data la difficile adozione dell'impianto fotovoltaico, si può individuare una proposta di breve termine nel continuo inserimento in cantina di lampade e tecnologie a basso consumo energetico. Questo tipo d'investimento è economicamente meno costoso rispetto al fotovoltaico, è leggermente maggiore rispetto alla tecnologia tradizionale. I tempi d'applicazione sono piuttosto brevi e dunque il costo iniziale facilmente ammortizzabile. Si può quindi optare intanto per questa scelta, stimando una riduzione del secondo ambito da due a quattro punti percentuali nel lungo periodo.

FIGURA 26: La priorità media



Fonte: ELABORAZIONE PROPRIA

Il terzo step da considerare riguarda l'ambito uno, ossia la responsabilità diretta delle emissioni che si verificano in vigneto. Si può pensare all'introduzione in azienda di una irroratrice a recupero di prodotto moderna, la quale può garantire più efficienza nei trattamenti. In questo modo si verifica "una riduzione delle concentrazioni d'impiego dei fitofarmaci stimata in 17% circa. Con le irroratrici a recupero di prodotto è possibile ridurre la dispersione nell'ambiente di due terzi rispetto a quanto realizzano le irroratrici cosiddette convenzionali con un'evidente e notevole vantaggio per l'ambiente ed un certo risparmio economico sui prodotti fitosanitari"²³¹. Ed ancora: "L'utilizzo di macchine a recupero di prodotto permettono di recuperare il 37% di prodotto che altrimenti andrebbe disperso"²³².

Tabella 8: A sinistra si notano le differenze tra irroratrici convenzionali e moderne; a destra le quote di ammortamento annue delle varie irroratrici, dalle meno costose alle più onerose

						
irroratrici convenzionali	effetti del trattamento	irroratrici a recupero	differenze	costo irroratrice (€)	quota annua ammortamento	
					10 anni	15 anni
58%	soluzione dispersa	19%	-39%	5mila	647,52	481,71
42%	soluzione a bersaglio	59%	17%	15mila	1.942,57	1.445,13
0	soluzione recuperata	22%	22%	25mila	3.237,61	2.408,56
				35mila	4.532,66	3.371,98
100%	totali	100%	39%	45mila	5.827,71	4.335,40

Fonte: VigneVini

Il problema in questo caso è da valutare considerando l'effettiva opportunità d'utilizzo di macchinari di questo tipo in un'area collinare come quella dei vigneti di Perlage. La priorità di tale scelta non è così elevata, vista la presenza odierna di un atomizzatore a cariche elettrostatiche che già riduce le dispersioni. È un investimento piuttosto costoso dal punto di vista economico (il prezzo va generalmente dai trentacinque ai quarantacinque mila euro²³³) con dei tempi d'ammortamento tendenzialmente lunghi. Negli anni però si potrebbero risparmiare costi legati all'acquisto di prodotti fitosanitari e incidere meno sull'impatto carbonico grazie alle minori dispersioni. È possibile che il peso percentuale dell'ambito uno si riduca così anche di cinque sei punti dopo poco tempo. Tuttavia nel complesso è una scelta difficilmente realizzabile oggi.

²³¹ Corradi C., 2011, "Irroratrici a recupero prodotto ammortamento e convenienza", *VigneVini*, 3, 32.

²³² Corradi C., 2011, "Irroratrici a recupero prodotto ammortamento e convenienza", *VigneVini*, 3, 33.

²³³ Corradi C., 2011, "Irroratrici a recupero prodotto ammortamento e convenienza", *VigneVini*, 3, 34.

TABELLA 9: Proposte per l'ambito 1.

	Grado Priorità	Tipo di Proposta	Tipo d'investimento	Costi	Tempi Ammort	Asp. Econ. Positivi	Asp. Amb. Positivi	Fattibilità
Irroratrici Moderne	3	Breve Termine	Lungo Periodo	Elevati	Lunghi	Risparmio Fitofarmaci	Meno Dispersioni pericolose	Difficile
Analisi Studi Precisione	3	Strategia	Lungo Periodo	Molto Elevati	Lunghi	Risparmio Fitofarmaci	Più efficacia trattamenti	Difficile
Uso Carburanti	4	Immediata	Breve Periodo	Bassi	Brevi	Risparmio Carburanti	Meno Inquinamento aria	Abb. Semplice
Sovescio	4	Immediata	Breve Periodo	Bassi	Brevi	Risparmio Fitofarmaci	Miglior sostanza organica	Semplice
Boschi	2	Strategia	Lungo Periodo	Molto Elevati	Lunghi	Investimenti in terreni	Più Sequestri gas serra	Abb. Semplice

Fonte: ELABORAZIONE PROPRIA

Un'altra alternativa potrebbe essere legata all'analisi delle nuove opportunità proposte dalla viticoltura di precisione; essa è "definita come un insieme di tecnologie e conoscenze che, sulla base della variabilità osservata, permette di monitorare le risposte vegeto produttive delle piante e, in base ad esse, adeguare la gestione agronomica dell'appezzamento finalizzata al raggiungimento di un preciso livello produttivo quanti - qualitativo²³⁴. È questo un investimento strategico in ricerca e sviluppo che non ha priorità massima, ma richiede attenzione vista l'evoluzione generale del settore vitivinicolo in questo senso, in particolare a livello internazionale. Potrebbe dunque

²³⁴ AA.VV., 2013, "Viticoltura di precisione: obiettivi e applicazioni sito-specifiche", *VigneVini*, 1/2, 47-53.

rappresentare una scelta capace di lungo periodo, al fine di scoprire nuove metodologie di coltivazione capaci di ridurre economicamente i costi della difesa sanitaria ad esempio. Fare ricerca in innovazione comporta però un investimento piuttosto elevato ed è così difficile per una piccola realtà come Perlage applicarlo. La soluzione potrebbe essere quella di condividere questa strategia in modo consortile con altre imprese, ad esempio tra quelle del Progetto Biombra²³⁵, già altre volte coinvolte in rapporti di collaborazione.

È utile in questo senso richiamare anche l'esempio del Progetto Magis²³⁶, sviluppato a livello nazionale, il quale favorisce la suddivisione dei costi relativi a studi e ricerche tra più imprese, nonché la possibilità di disporre di una piattaforma elettronica dalla quale recepire velocemente tutte le informazioni conseguenti a sperimentazioni elaborate nei diversi vigneti. Grazie agli studi condivisi elaborati, il progetto permette oggi alle aziende coinvolte di “ridurre del 9% l'impiego di agro farmaci e di oltre il 30 per cento quello dei fertilizzanti. Significa risparmi considerevoli in termini di costi di gestione e l'abbattimento dei consumi d'acqua ed energia. Il supporto della rete informatizzata è fondamentale per costruire delle banche dati sul meteo, il clima, le tecniche di coltivazione e lo stato del vigneto; i modelli di previsione, quindi, sono d'importanza centrale per il calcolo del rischio di comparsa delle malattie delle piante e per le misure d'irrigazione preventiva”²³⁷. Dunque Perlage potrà intraprendere un investimento di questo tipo solo se economicamente condiviso, tenendo presente che eventuali ricavi si otterranno solo nel lungo periodo. Questa opportunità garantirà maggiore efficienza nei trattamenti fitosanitari, ma non sarà sicuramente in grado di ridurre percentualmente le emissioni dell'ambito uno nel breve termine.

Soluzioni invece più immediate o sviluppabili nel breve termine riguardano la riduzione dell'uso di carburanti o all'inserimento di tecniche di coltivazione semplici che migliorano le capacità di sequestro dei gas serra da parte del terreno. Nel primo caso è semplicemente utile tenere tutta una gamma di accorgimenti che permettano di limitare i trattamenti e interventi in vigneto al fine di gestire in modo efficace la questione del trasporto. Si può pensare a biocombustibili, alternativi a quelli tradizionali e meno impattanti. Più che di investimento si parla allora di semplici strategie organizzative che, data la loro facile applicazione, hanno un grado di priorità piuttosto elevato. Nel breve termine e con costi limitati si possono così ottenere risparmi di costi discreti ed

²³⁵ Il nome del Progetto nasce dal termine dialettale “Ombra”, ossia calice di vino, abbinato al percorso biologico. Esso riunisce sei aziende del trevigiano (Perlage è l'unica dell'area D.O.C.G., mentre le altre fanno parte del Consorzio Prosecco D.O.C.). L'idea nasce vista la notevole presenza di vini biologici trevigiani alla fiera di Biofach nel 2007. Il Gruppo detiene la produzione odierna di circa cinque milioni di bottiglie complessive; vi è un'opportuna assistenza tecnica specializzata che aiuta i viticoltori biologici. Nel biennio 2008-2009 è inoltre stato proposto un corso di formazione che ha riscontrato notevole partecipazione ed entusiasmo.

²³⁶ Tosi L., 2011, “Meno trattamenti, meno costi. I risultati del Progetto Magis”, *VigneVini*, 10, 63-66.

²³⁷ Sito Web magisvino.imagelinenetwork.com/news.cfm?id=358

una minor emissione di gas serra. Nel loro piccolo, queste strategie potranno ridurre l'impatto del primo ambito del uno due per cento. La questione del sovescio e dei boschi favorisce invece la parte attiva del bilancio del carbonio, ossia il sequestro da parte del suolo. Anche in questo caso si parla di semplici modalità di coltivazione, capaci però di riscuotere successo a basso costo (sovescio). Perlage può dunque sostenere sempre più questa scelta di coltivazioni miste vicine ai filari. Il risultato positivo si otterrà però non tanto dal punto di vista economico, bensì da quello ambientale. Il bilancio carbonico proposto dal calcolatore Ita.Ca. negli anni potrà migliorare, grazie all'incremento dei sequestri. Se si parla dell'acquisto di nuovi boschi invece, l'investimento diventa allora importante e non è di priorità elevata per Perlage. Bisogna però riconoscere la validità di tale strumento in ottica d'assorbimento, come l'esempio indicato nella Figura 26: l'azienda 3 grazie agli oliveti e boschi di cui dispone, riesce ad ottenere un sequestro totale pari a 412,400 tonnellate annue, più del doppio rispetto alle altre²³⁸.

TABELLA 10: Il maggior sequestro di un'azienda con boschi e oliveti

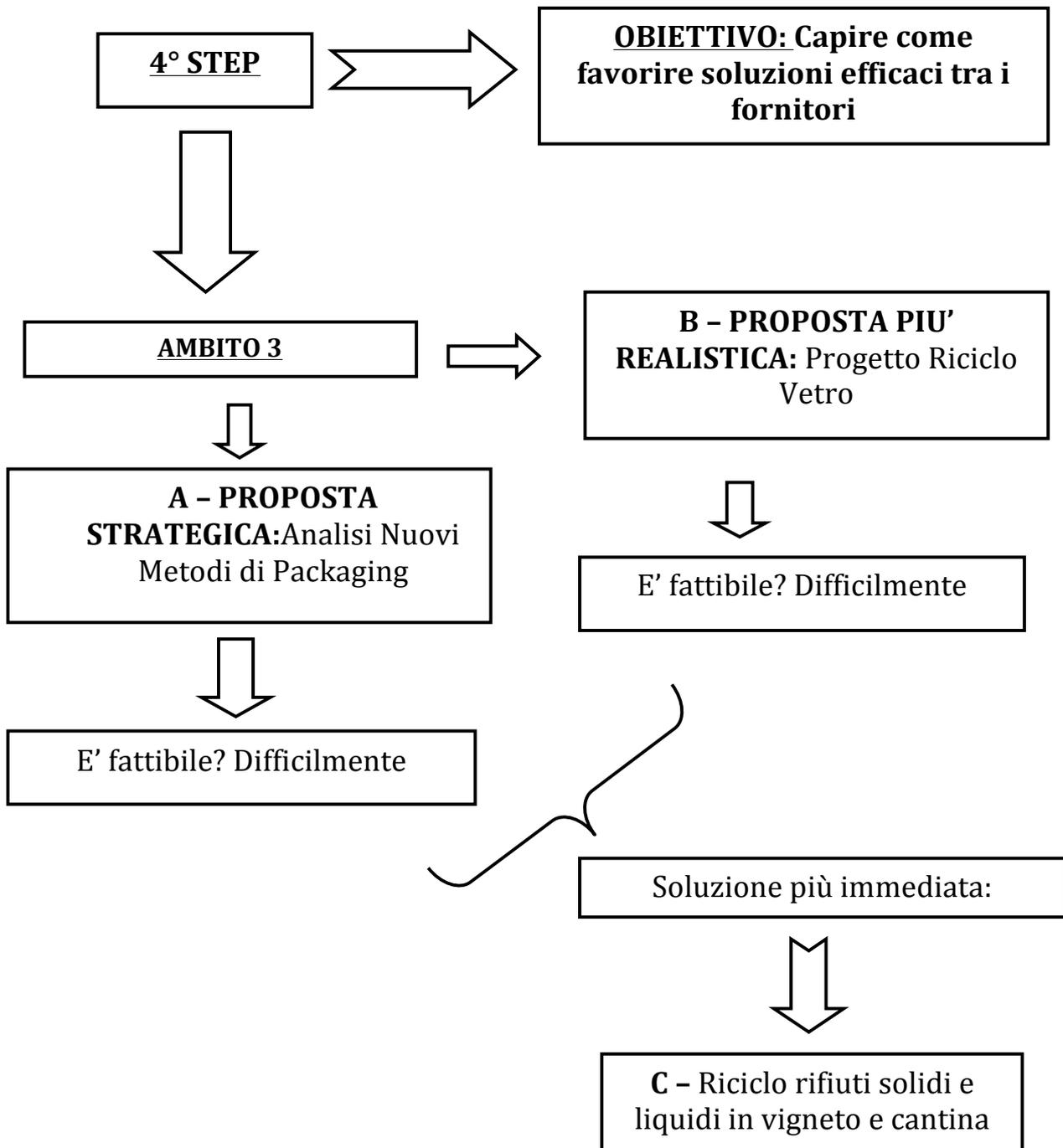
Tipo di coltura	Superficie totale aziendale (m ²)	Superficie coltivata utile (m ²)	Sequestro unitario (kg/m ² per anno)	Sequestro totale (t/anno)
A - Azienda 1				
Vigneti inerbiti (diserbo sottofila)	350.000	320.000	0,4	128,000
B - Azienda 2				
Vigneti inerbiti (lavorazione sottofila)	463.200	440.040	0,4	176,016
C - Azienda 3				
Vigneti inerbiti (diserbo sottofila)		186.000	0,4	74,400
Oliveti		20.000	0,4	8,000
Bosco ceduo		300.000	1,1	330,000
Sequestro totale				412,400

Nel confronto tra le aziende spicca la grande capacità di sequestro di CO₂ del bosco, tuttavia anche vigneto e oliveto, quali colture arboree, danno un contributo importante.

FONTE: L'INFORMATORE AGRARIO

²³⁸ AA.VV., 2012, "L'impronta carbonica nelle aziende vitivinicole", *L'informatore Agrario*, 42, 59.

FIGURA 27: La Responsabilità Indiretta



FONTE: ELABORAZIONE PROPRIA

Il quarto step analizza l'ambito tre, il più impattante sul profilo ambientale, ma quello per cui l'azienda è solo indirettamente responsabile. Seppur dunque il grado di priorità assegnato sia elevato, tuttavia in termini realistici difficilmente Perlage può adottare delle soluzioni a rapida efficacia in tal senso. Essa deve comunque applicarsi per diffondere tra i fornitori e collaboratori atteggiamenti ecologicamente validi.

TABELLA 11: PROPOSTE PER L'AMBITO 3.

	Grado Priorità	Tipo di Proposta	Tipo d'investimento	Costi	Tempi Ammort	Asp. Econ. Positivi	Asp. Amb. Positivi	Fattibilità
Analisi nuovi metodi packaging	4	Strategia	Lungo Periodo	Elevati se non condivisi	Lunghi	Conquista nuovi mercati	Riduzione notevole impatto ambito 3	Molto Difficile
Progetto Vetro Riciclato	4	Strategia	Lungo Periodo	Elevati se non condivisi	Lunghi	Risparmio costi vetro	Meno emissioni prod. vetro	Difficile
Riciclo Rifiuti	3	Breve Termine	Medio Periodo	Modesti	Brevi	Risparmio costi smaltimento	Ricavo Energia da rifiuto	Abbast. Facile

FONTE: ELABORAZIONE PROPRIA

La prima proposta fatta indica la possibilità per l'impresa di compiere delle analisi relative alla diffusione di nuovi metodi di packaging per il settore vitivinicolo. Anche in questo caso si parla perciò di un investimento strategico che potrà garantire risultati solo nel lungo periodo, a costi piuttosto elevati. In questo senso è utile che Perlage possa condividere, magari con altre aziende, investimenti in ricerca e sviluppo di questo genere. L'attenzione verso questa prospettiva va sicuramente presa in considerazione, poiché da un po' di tempo è in crescita il commercio di vino confezionato attraverso bottiglie di plastica ad esempio, in materiale PET dunque; anche il bag in box²³⁹ da tre litri si sta diffondendo soprattutto nei paesi scandinavi. In Italia è oggi possibile per

²³⁹ Tale confezione prevede l'inserimento in una vera e propria scatola di cartone di una sorta di sacchetto plastificato contenente il vino. Quest'ultimo fuoriesce grazie a un rubinetto plastificato, restringendo di conseguenza il sacchetto interno senza che entri aria e ossigeno. In questo modo si garantisce la qualità del prodotto e la sua conservazione.

alcune denominazioni utilizzare imballaggi di cartone al fine di commercializzare il vino. È il caso ad esempio della Doc Piemonte per le tipologie Chardonnay, Cortese, Barbera, Bonarda e Grigolino. La Doc Montepulciano d’Abruzzo e del Sangiovese di Romagna²⁴⁰. Dal punto di vista ambientale, l’esclusione del vetro a favore di questi nuovi packaging, comporterebbe una riduzione drastica dell’impronta carbonica aziendale (dal quarantaquattro per cento si potrebbe stimare un nuovo valore per l’ambito tre pari a circa il venti per cento). I dubbi sono però molti e legati alla probabile impossibilità di destinare le bollicine (Prosecco Frizzante) a questi contenitori.

L’alternativa, più realistica, è invece quella di restare al vetro cercando delle soluzioni capaci di ridurre l’impatto ambientale di produzione. È utile valorizzare ad esempio il riciclo di questo materiale, attraverso dei progetti condivisi con gli altri attori della filiera produttiva. Perlage potrebbe allora fungere da apripista in questo senso, da esempio valido per tutto il settore vitivinicolo e non solo. “Usando vetro riciclato si ridurrebbe infatti l’energia necessaria per estrarre e lavorare le materie prime. Ogni 10% di vetro riciclato riutilizzato, taglia le emissioni di anidride carbonica del 5% e l’uso di energia si riduce del 3%. Oggi il tasso di vetro riciclato è pari al 47%²⁴¹.”

Sempre in quest’ottica è opportuno valorizzare la riduzione del peso delle bottiglie (come Perlage fa oggi con la linea PerlAPP osservata in precedenza). “Confezioni significativamente più leggere rispetto ai modelli convenzionali offrono infatti un risparmio sia in termini di energia usata nel processo produttivo che di emissioni di anidride carbonica”²⁴². Progetti di questo tipo fanno

TABELLA 12: La riduzione del peso delle bottiglie

	Peso in grammi	Kg di anidride carb. Emessa
Bottiglia da 75 cl	410	0,204
Bottiglia da 75 cl	345	0,172

Fonte: ELABORAZIONE PROPRIA

²⁴⁰ Terzoni M., Ponzi G.P., 2011, “Vetro, Brik & Bag in Box, battaglia ipertecnologica tra contenitori alternativi”, *VigneVini*, 3, 52-53.

²⁴¹ Terzoni M., Ponzi G.P., 2011, “Vetro, Brik & Bag in Box, battaglia ipertecnologica tra contenitori alternativi”, *VigneVini*, 3, 52-53.

²⁴² Terzoni M., Ponzi G.P., 2011, “Vetro, Brik & Bag in Box, battaglia ipertecnologica tra contenitori alternativi”, *VigneVini*, 3, 52-53.

parte d'investimenti strategici dai costi elevati i quali potrebbero però garantire riscontri economici positivi nel lungo termine. L'applicazione di questi nuovi modelli di packaging non è semplice, poiché sono oggi ancora poco diffusi. Sia il riciclo del vetro che la riduzione del peso delle bottiglie condurrà ad abbassare notevolmente l'impatto carbonico dell'ambito tre (anche del 20%).

Si può, infine, proporre una soluzione più immediata, la quale genera benefici sotto diversi punti di vista. In vigneto e cantina si ottengono, infatti, numerosi rifiuti solidi e liquidi che devono essere opportunamente smaltiti, sostenendo così dei costi. Gli sviluppi scientifici moderni permettono però di sfruttare, attraverso opportune tecniche, questi scarti di produzione al fine di creare composti utili da spargere in vigneto per migliorare la qualità della sostanza organica, provocando così un maggior assorbimento di gas serra da parte del suolo. Perlage può dunque sfruttare questa scelta, la quale garantisce virtuosi benefici nel breve termine.

Il sostegno in questo senso esiste anche da parte del Consorzio di Tutela del Conegliano Valdobbiadene, che sempre più favorisce iniziative tese allo sfruttamento di biomasse come fonti d'energia rinnovabile. È promosso a tale scopo, il Progetto PRO.S.E.C.CO. (Produzione Sostenibile di Energia da Combustione e di Compost)²⁴³ tra tutte le aziende del distretto, in relazione al quale si vieta la bruciatura in vigneto dei residui legnosi, al fine di riutilizzarli come input per la creazione d'energia termica nel processo produttivo. In alternativa, vinacce originate dalla vinificazione e scarti del vigneto possono diventare utile humus e sostanza capace d'incrementare la fertilità dei terreni. Una scelta di questo tipo è velocemente applicabile per Perlage, poiché già qualcosa si fa in questo senso (raccolta delle acque reflue per riutilizzo in vigneto) e dato il sostegno del Consorzio.

Da risultati di studi promossi da quest'ultimo si suggerisce: “è possibile utilizzare i sarmenti di vite come combustibile (sia sotto forma di cippato sia di pellet) per la produzione di energia termica a condizione che l'impiego avvenga in caldaie di media potenza, che consentono l'economica applicazione di filtri per la riduzione delle emissioni di particolato (polveri totali sospese). La combustione di questa biomassa comporta infatti l'emissione di particolato in quantità spesso superiore al valore massimo consentito e ciò richiede un idoneo abbattimento prima dell'evacuazione dei fumi dal camino. Va sottolineato peraltro che gli altri parametri di emissione presentano tutti valori inferiori al massimo consentito e che è esclusa la presenza di diossine²⁴⁴. I costi per investimenti di questo tipo saranno allora compensati dagli eliminati costi di smaltimento dei rifiuti, come eventuali guadagni.

²⁴³ AA.VV., 2012, “PRO.S.E.C.CO.: LO STATO DEI LAVORI”, *Conegliano Valdobbiadene Colline del Prosecco Superiore*, 3, 66.

²⁴⁴ http://www.agricoltura24.com/dai-sarmenti-calore-e-compost/0,1254,96_ART_7432,00.html

“Stime in generale indicano una produzione ad ettaro di circa una tonnellata di biomassa legnosa dalla potatura di vite, ai quali, aggiungendo anche il contributo da superfici boschive, oliveti ed altri frutteti, potrebbe arrivare anche ad 1,2 tonnellate”²⁴⁵.

TABELLA 13: La superficie media del Conegliano Valdobbiadene è di 6000 ettari con in media 2500 ceppi per ettaro. Il legno da potatura ricavato per ceppo è pari a circa 0,7 chilogrammi. I risultati conducono a dieci mila tonnellate di biomassa ricavata. Utilizzando lo stesso ragionamento si stima che Perlage possa generare biomasse per trentacinque tonnellate circa (considerando solo i vigneti di proprietà e in affitto).

	Superficie in ettari	Ceppi	Legno in kg per ceppo	Stima produzione biomassa in tonn.
Conegliano Valdobbiadene	6000	2500	0,7	10.000
Perlage	20	2500	0,7	35

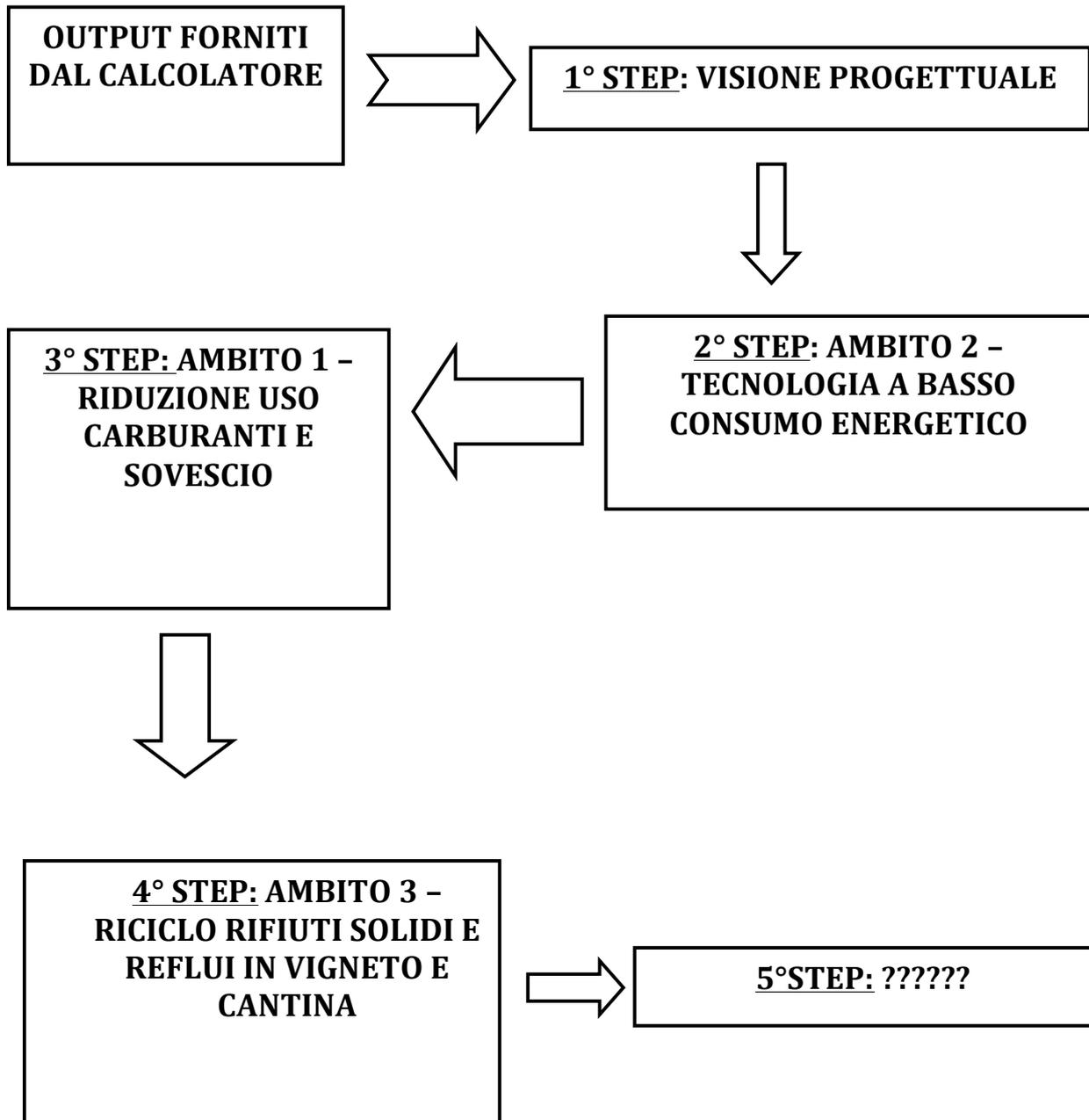
FONTE: ELABORAZIONE PROPRIA DA DATI: VEDI NOTA 244

Attraverso comportamenti di questo tipo Perlage riuscirà dunque a generare effetti ambientali positivi, eliminando il problema dello smaltimento dei rifiuti ed incrementando le potenzialità organiche dei suoi vigneti. Per quanto riguarda l'impronta carbonica, si potrà ridurre la già bassa percentuale dedicata in ambito tre alle emissioni da rifiuti, probabilmente ottenendo in poco tempo un valore negativo, segno del contributo degli stessi al maggior sequestro del suolo in vigneto.

Si riprendono ora, nella figura 28 sottostante, i primi quattro step finora proposti ed elaborati. Partendo dagli output del calcolatore, Perlage deve concentrarsi prima di tutto su un'analisi carbonica globale, in cui s'individuano per ordine di step le diverse priorità sulle quali riporre attenzione. Seppur l'ambito tre sia il più impattante col 44%, è opportuno iniziare dagli altri due poiché espressione della responsabilità diretta aziendale. L'analisi fatta indica come strategie velocemente attuabili l'utilizzo di tecnologia a basso consumo, pratiche viticole come il sovescio e tecniche di riciclo dei rifiuti. Le altre strategie, seppur difficilmente attuabili nel breve termine, meritano di sicuro l'attenzione di Perlage nel prossimo futuro, al fine di rispondere agli obiettivi di abbattimento delle emissioni proposte dal calcolatore Ita.Ca..

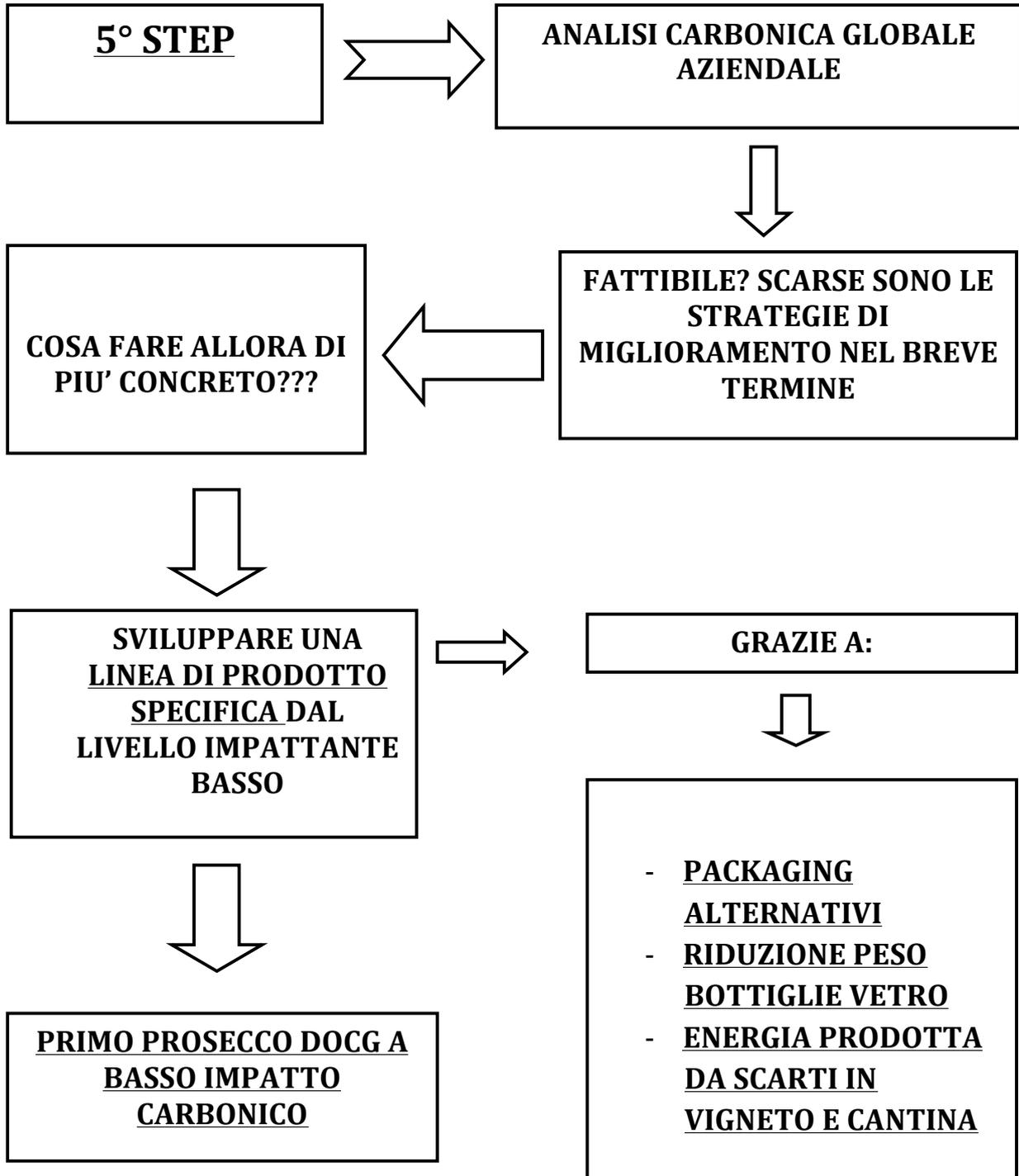
²⁴⁵ AA.VV., 2012, "I residui legnosi in vigneto. Da rifiuto a risorsa", *Conegliano Valdobbiadene Colline del Prosecco Superiore*, 3, 66.

FIGURA 28: L'ANALISI CARBONICA GLOBALE



FONTE: ELABORAZIONE PROPRIA

FIGURA 29: STRATEGIA SPECIFICA PER UN SINGOLO CASO



FONTE: ELABORAZIONE PROPRIA

Dal quinto step in poi cambia la prospettiva d'analisi del progetto. Nelle fasi precedenti emerge una visione complessiva di cosa si possa fare per migliorare l'impronta carbonica aziendale. I risultati confermano la difficoltà di ottenere su questa linea miglioramenti concreti, almeno nel breve periodo (tuttavia quelle strategie vanno considerate e non scartate). Ora si vuole, invece, proporre un'alternativa di sviluppo al progetto, focalizzata su uno specifico caso particolare. Tale idea nasce proprio dagli obiettivi del calcolatore Ita.Ca.; come già osservato, infatti, questo strumento dovrà anche essere utile alle aziende per comunicare il loro impegno al fine di ridurre le emissioni di gas serra. Ita.Ca. è quindi un'opportunità di marketing per Perlage.

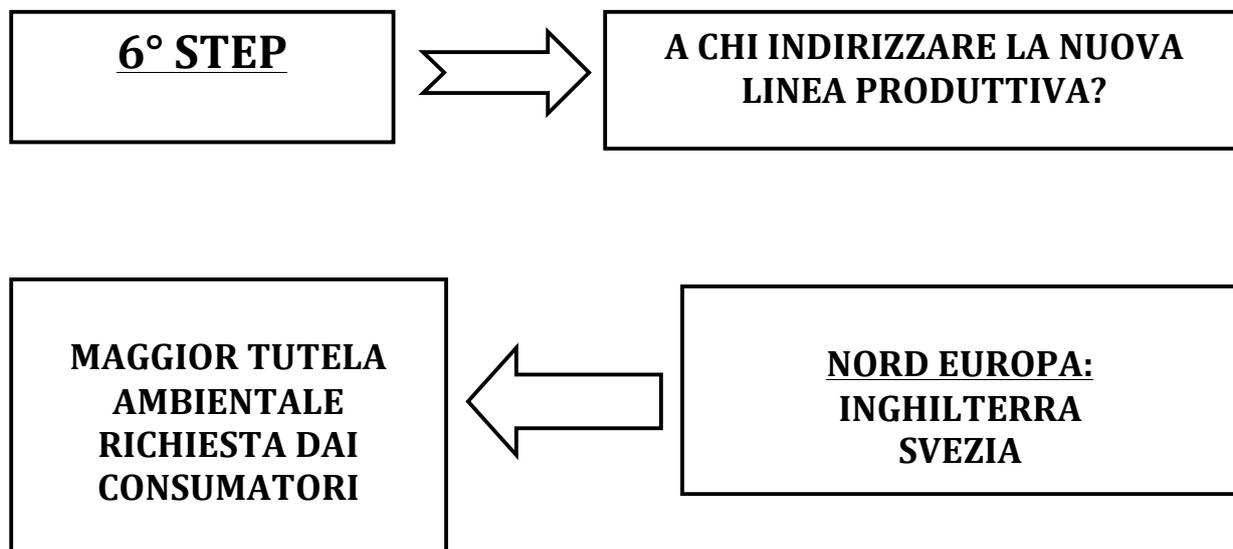
Su queste basi si propone allora all'azienda di pensare alla realizzazione di una specifica linea di prodotto, la quale presenti un impatto carbonico limitato. Si potrebbe definire come il primo Prosecco Conegliano Valdobbiadene a basso impatto carbonico. Come packaging sarebbe utile utilizzare un materiale diverso dal vetro, che possa garantire allo stesso tempo ovviamente l'alta qualità e integrità del prodotto. Nel caso del bag in box, si potrebbe rendere la scatola di cartone un elemento importante per attrarre l'attenzione del consumatore. Si può pensare ad un imballaggio colorato, ma elegante al tempo stesso. Per colpire chi deve scegliere quel bene, potrebbe essere posta come sfondo una bella immagine o ritratto delle colline da cui quel vino è tratto, ricreando così nelle menti quel collegamento tra frutto e paesaggio d'origine che è unico. Puntare di più su confezioni di piccole dimensioni è utile, visto il sempre più frequente uso di beni alimentari da parte di single.

In alternativa, restando al vetro, si potrebbe pensare a bottiglie più leggere come fatto per PerlAPP, al fine di ridurre le emissioni di gas serra. L'energia utilizzata per questa linea potrebbe derivare tutta dal riciclo dei materiali scartati in vigneto e cantina. Già in questo modo si potrebbe registrare un notevole calo legato alle emissioni percentuali degli ambiti due e tre, i più impattanti.

Il passaggio successivo (6°step – Figura 30) permette di comprendere verso chi indirizzare la nuova linea di prodotto. I mercati del Nord Europa vengono qui proposti proprio per il loro affermato interesse a queste tematiche. Sono mercati in cui Perlage è già presente, ma che vanno rafforzati data la forte competizione offerta dai Paesi del nuovo mondo del vino. Dunque la nuova linea di prodotto sarà destinata a dei consumatori esteri ben precisi. “L'interesse in questo senso è confermato dai grandi gruppi di distribuzione e commercializzazione, tra cui Tesco, Carrefour, Leclerc, Casinò, che hanno espresso l'intenzione di lanciare campagne di valorizzazione dei prodotti che possono dichiarare il loro livello d'emissioni”²⁴⁶

²⁴⁶ Palese C., 2010, “Ridurre i gas serra, leva di marketing per il vino”, *Supplemento all'Informatore Agrario*, 13, 5.

FIGURA 30: UN TARGET SPECIFICO DI CONSUMATORI



FONTE: ELABORAZIONE PROPRIA

FIGURA 31: ESEMPIO DI ETICHETTA



FONTE: www.iecycle.org

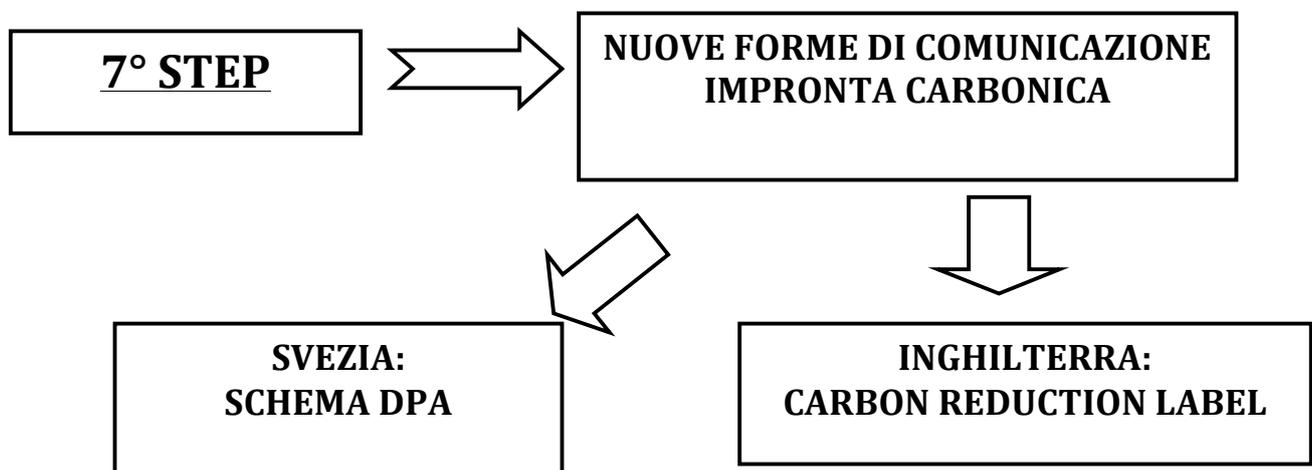
L'ultimo passo sta nel comunicare attraverso la nuova linea di prodotto il proprio impegno alla riduzione delle emissioni. In questo senso, infatti, "il gigante delle catene di supermercati Tesco introduce le etichette per l'impronta ambientale, che aiuteranno i clienti a fare scelte più consapevoli anche dal punto di vista ambientale"²⁴⁷. Perlage deve perseguire questa linea strategica. Purtroppo per quanto riguarda Ita.Ca., a livello nazionale non si è ancora pensato a come comunicare al consumatore i risultati offerti dal calcolatore. Per questo si propone allora all'azienda di guardare oltre confine, ed in particolare alle opportunità esistenti nei mercati a cui si vuol destinare la nuova linea

²⁴⁷ AA.VV., 2010, "Ita.Ca., il calcolatore italiano di emissioni di gas serra", *Supplemento all'Informatore Agrario*, 13,22.

produttiva, quello inglese e quello svedese.

Già da qualche anno esiste infatti in Inghilterra, un sistema d'etichettatura utile a specificare quale sia la quantità di gas serra emessi per produrre uno specifico bene. Si chiama Carbon Reduction Label ed è coerente con le altre norme internazionali legate al metodo del Carbon Footprint. L'istituto del Carbon Trust certifica oggi 650 organizzazioni, totalizzando una riduzione globale di emissioni di 5.5 Mt - equivalente a 252 milioni di sterline di risparmi sui costi. Oltre 27.000 prodotti hanno ottenuto la certificazione e l'etichetta Carbon Reduction Label appare su prodotti che realizzano un fatturato annuo di 3.3 miliardi di sterline²⁴⁸.

FIGURA 32: POSSIBILI METODI DI COMUNICAZIONE



FONTI: ELABORAZIONE PROPRIA

Perlage potrebbe allora richiedere la possibilità d'avere questa etichetta (vedi Figura 31), al fine di applicarla in particolare alla nuova linea di prodotto. In questo modo l'azienda dimostrerà al target di consumatori che ha scelto di essere seriamente impegnata su questo fronte. Vi è quindi sicuramente un beneficio ambientale, che da seguito all'applicazione di Ita.Ca. e che comporta la riduzione delle emissioni. Dall'altro lato, è facile pensare ad un rafforzamento della domanda con ulteriori guadagni economici che ricompenseranno gli iniziali costi, probabilmente elevati. È dunque un investimento strategico questo per Perlage, il quale richiederà tempi d'applicazione e ammortamento eventualmente lunghi. Prima, infatti, è utile costituire una vera e propria linea di prodotto adatta a questo scopo, nella prospettiva seguente di richiesta ed applicazione della Carbon Reduction Label. Il costo economico del progetto specifico complessivo sarà sicuramente elevato,

²⁴⁸<http://www.alternativasostenibile.it/articolo/the-green-closet-la-moda-sostenibile-sbarca-a-milano-.html>

ma se le cose andranno poi bene come auspicato, il primo ed unico Prosecco D.O.C.G. a basso impatto carbonico garantirà sicuramente all'estero originalità e ricavi enormi. Questo rafforzerebbe inoltre la fama sostenibile di Perlage nel mondo.

L'alternativa, sulla falsa riga degli obiettivi delineati sopra, è la proposta della linea produttiva ai mercati scandinavi, dove la tutela ecologica è priorità nelle scelte dei consumatori. In questo senso anche in Svezia tra non molto sarà obbligatorio dichiarare per ciascun bene venduto il livello d'emissioni ad esso attribuibili. È nato così qualche anno fa il sistema EDP (Environmental Product Declarations)²⁴⁹, utile per la comunicazione adeguata al consumatore dell'impatto carbonico provocato nella realizzazione di un particolare bene. Tale schema è riconducibile alle norme internazionali, essendo inserito nel gruppo delle dichiarazioni ambientali di prodotto del terzo tipo.

Perlage può quindi valutare anche questa opportunità futura, nella sicura consapevolezza dei costi piuttosto elevati di strategie di questo tipo. Purtroppo è difficile proporre qui una stima in tal senso. Si potrà optare comunque per entrambi questi sbocchi di mercato o per uno solo dei due. Il progetto specifico individuato negli step cinque, sei e sette è coerente con la filosofia aziendale e può permettere uno sviluppo sostenibile in tutti i sensi, economico, sociale ed ambientale soprattutto.

²⁴⁹ <http://www.ingenio-web.it/immagini/Articoli/PDF/GE0t1WNbn.pdf>

CONCLUSIONI

Per trarre le conclusioni di quest'elaborato si vuole riprendere una citazione piuttosto significativa: "Crescere in modo sostenibile è dunque una prospettiva realistica nel mondo del vino e rappresenta un'opportunità per i produttori di Prosecco Superiore. Occorre muoversi in fretta. Altri stanno lavorando per caratterizzarsi come produttori sostenibili e non si deve arrivare secondi se si vuole massimizzare il risultato in termini di marketing"²⁵⁰. Sono parole queste che spronano ad un miglioramento, ad un cambiamento utile per ottenere uno sviluppo sostenibile del settore vitivinicolo locale. In esse si rilegge un po' il percorso osservato in questi capitoli, teso a comprendere quale sia il punto della situazione nel distretto del Conegliano Valdobbiadene.

Ad oggi molti passi in avanti sono fatti in quest'area, grazie in particolare al conseguimento nel 2009 della nuova Denominazione di Origine Controllata e Garantita, motivo di ulteriore crescita economica sia nel mercato nazionale che estero. Questo strumento non ha avuto però ancora i risultati sperati da un punto di vista ambientale. Se oggi il Prosecco è Superiore solo perché prodotto in quella specifica area dei quindici comuni, lo è grazie al territorio dal quale nasce ed è coltivato con tanta passione. È utile allora che ciascuna organizzazione coinvolta, dal Consorzio di Tutela alle varie aziende, ponga in rilievo la variabile ecologica tra le sue strategie di programmazione. In questo modo si potrà innescare un circolo virtuoso che premia nuovamente in termini economici, grazie alle opportunità di marketing che una viticoltura sostenibile può offrire.

Cosa significhi produrre in questo modo è dimostrato in particolare dall'esempio Californiano, dove già da parecchio tempo quasi tutto il settore agricolo considerato ragiona in questi termini. La filosofia sostenibile permea in generale tutti i viticoltori americani, tanto da spingerli a costituire una vera e propria alleanza (California Sustain Winegrowing Alliance) al fine di condividere innovazioni e conoscenze. Da questo gruppo nascono allora programmi utili ad una crescita che sappia valorizzare il vigneto e tutti gli elementi naturali che lo compongono, evitando comportamenti distruttivi e negligenti. L'evoluzione di questo percorso conduce oggi alla definizione di una vera e propria certificazione di sostenibilità ambientale in viticoltura (Certified California Sustainable Winegrowing), buon esempio a cui il mondo del Prosecco dovrebbe guardare.

²⁵⁰ Pomarici E., 2012, "L'elevato interesse per lo sviluppo sostenibile nel mondo del vino è giustificato dai vantaggi competitivi che possono derivare dal muoversi in tale ottica", *Conegliano Valdobbiadene Colline del Prosecco Superiore*, 4, 24.

Vi sono comunque anche altre realtà nate piuttosto recentemente, i cosiddetti paesi del nuovo mondo del vino, che elaborano strategie simili a questa poiché comprendono le attuali esigenze di un consumatore sempre più attento a tali problematiche, probabilmente vista la grossa enfasi offerta dai media sui cambiamenti climatici. Da questo aspetto nasce, infatti, una domanda di vino sempre meno impattante sull'ambiente, in particolare con scarse emissioni di gas serra clima alteranti. Questa tendenza è piuttosto presente nei paesi principalmente importatori di tale bevanda, quelli del Nord Europa in primis. Ecco allora che Australia, California, Nuova Zelanda ed altri sfruttano queste nuove esigenze come opportunità di marketing al fine di acquistare la fiducia dei consumatori, competendo con l'offerta dei classici produttori (Francia, Italia).

Nel nostro Paese queste nuove tendenze di mercato non si percepiscono ancora in modo costruttivo, con i produttori che si concentrano ancora soprattutto sulla qualità, senza considerare altre possibili esigenze del consumatore. Il punto fondamentale sta allora nel comprendere queste possibilità, soprattutto per le aziende che esportano molto vino. Se il settore vitivinicolo nazionale, ed in particolare il mondo del Prosecco, riuscisse a carpire queste strategie intraprese dai paesi del nuovo mondo del vino e farle proprie, il risultato sarebbe virtuoso. Si potrebbe ottenere un connubio tra qualità del bene offerto e soddisfazione della tutela ecologica, richiesta sempre più dal consumatore. È una contro strategia utile al fine di rafforzare la competitività del settore vitivinicolo nazionale.

Oggi la letteratura internazionale comprende l'importanza di dimostrare l'utilità della sostenibilità in termini concreti, misurandola. Per questo, organizzazioni quali ad esempio l'OIV, favoriscono nuovi metodi di valutazione oltre alle classiche certificazioni. Il Carbon Footprint è quindi uno strumento giusto a questi scopi anche per l'Italia, dimostrando quale sia la quantità di emissioni nella produzione di un singolo bene o lungo un'intera filiera produttiva. In questo modo ciascuna azienda può auto misurarsi e comprendere direttamente le sue criticità. Tutti questi aspetti finora osservati mancano dunque nel primo distretto spumantistico d'Italia, e il Consorzio di Tutela relativo dovrebbe invece aiutare la loro diffusione e approfondimento.

L'elaborato ha proposto, a questo fine, la conoscenza di una realtà unica per caratteristiche nell'area circoscritta dei quindici Comuni della D.O.C.G., l'esempio dell'impresa Perlage di Farra di Soligo. Il caso aziendale descritto va oltre il convenzionale, va oltre il semplice profitto, rispondendo alle caratteristiche di tutela ambientale, che in particolare all'estero son sempre più ricercate. Perlage dimostra la possibilità di realizzare una strategia di questo tipo anche nel territorio geografico considerato, affermando dunque l'esistenza di una realtà che sa fare ben più degli altri, coniugando al tempo stesso i benefici economici con quelli ambientali e sociali, per una crescita

pienamente sostenibile, che possa garantire anche alle generazioni future la fortuna che il Prosecco Superiore oggi comporta.

Il calcolo delle emissioni di anidride carbonica equivalente è solo uno specifico aspetto di ciò che si potrebbe fare, tuttavia è stato scelto perché molto significativo e utilizzato anche in altre aziende vitivinicole nazionali. L'Italian Wine Carbon Calculator nasce nel nostro Paese in similitudine a quando sviluppato altrove a livello internazionale (Australian Wine Carbon Calculator) e in linea col metodo del Carbon Footprint. Le motivazioni di Perlage nell'adozione di questo strumento sono diverse, ma il tutto deve condurre ad un risultato positivo sia in termini economici che ambientali.

Il percorso sviluppato nella seconda parte dell'elaborato ha permesso di comprendere al meglio questo profilo. In primo luogo, partendo dalla base di altri dati nazionali disponibili, si sono individuati i punti critici del processo produttivo, quelli che più incidono negativamente sull'impronta carbonica. Tra questi è utile ricordare l'influsso notevole dell'ambito tre (in particolare il packaging), dove l'azienda è indirettamente responsabile. Partendo dunque dai risultati del calcolatore, la proposta è stata progettuale, inizialmente concentrandosi su una visione globale dell'azienda. Tuttavia, data l'impossibilità di ottenere molti miglioramenti in tal senso nel breve termine, il progetto di sviluppo di una specifica linea produttiva risulta appetibile, ma tutto da pensare. Perlage avrà l'arduo compito di scegliere quali tra le alternative strategiche proposte intraprendere, in relazione soprattutto ad una più approfondita conoscenza dei costi legati agli investimenti individuati.

Il progetto Ita.Ca. si rivela quindi senza dubbio positivo per l'azienda di Farra di Soligo, perché capace di allargare e rafforzare ancor di più la sua filosofia sostenibile, grazie in particolare a dei dati scientifici validi elaborati. Tale strumento diventerà però opportunità di marketing solo una volta che l'impegno aziendale sarà effettivamente comunicato al consumatore finale; questo è il fine ultimo del progetto e sul quale Perlage deve cominciare a ragionare. L'eventuale realizzazione proposta del primo Prosecco a basso impatto carbonico, potrà sicuramente a rafforzare la competitività nei mercati esteri, quello inglese in particolare.

Sarebbe utile far conoscere nel distretto del Conegliano Valdobbiadene questa realtà, poiché la crescita sostenibile rappresenta l'elemento perfetto al fine di continuare ad affermare le potenzialità del Prosecco Superiore D.O.C.G. anche nel prossimo futuro. Il Consorzio di Tutela e le altre istituzioni devono adoperarsi al fine di far comprendere ai viticoltori l'importanza di strategie come queste. Coltivare in modo sostenibile le proprie terre non deve essere un peso, ma un'opportunità di marketing da sfruttare per ottenere benefici economici, sociali ed ambientali.

BIBLIOGRAFIA:

- AA.VV., 2004, *“Manuale pratico del viticoltore e del cantiniere”*. Bologna, Edizioni Edagricole.
- AA.VV., 2004, *“Measuring perception of quality in food products: the case of Red Wine”*, Food Quality and Preference, 15:453-469.
- AA.VV., 2006, *“Evoluzione del Distretto e dinamiche dei mercati 2004/2006”*, Conegliano, Centro Studi di Distretto.
- AA.VV., 2006, *“Veneto Global Wine”*, Rapporto n.2 di VenetoAgricoltura.
- AA.VV., 2007, *“Food quality certification: an approach for the development of accredited sensory evaluation methods”*, Food quality and Preference, 18: 425-439.
- AA.VV., 2007, *“La grande sfida”*, Conegliano Valdobbiadene Terra del Prosecco DOC, 5.
- AA.VV., 2008, *“Benvenuto, Ministro!”*, Conegliano Valdobbiadene Terra del Prosecco DOC, 3.
- AA.VV., 2008, *“Il mondo parla di noi”*, Conegliano Valdobbiadene Terra del Prosecco DOC, 4.
- AA.VV., 2008, *“Prospettiva di Successo”*, Conegliano Valdobbiadene Terra del Prosecco DOC, 1.
- AA.VV., 2008, *“Rapporto 2008, Analizzare il presente per progettare il futuro”*, Conegliano, Centro Studi di Distretto.
- AA.VV., 2008, *“Territorio che produce valore”*, Conegliano Valdobbiadene Terra del Prosecco DOC, 5.
- AA.VV., 2008, *“Vino in Villa, l’anno dei record”*, Conegliano Valdobbiadene Terra del Prosecco DOC, 2.
- AA.VV., 2009, *“Ieri, oggi e domani: le nuove sfide del distretto”*, Conegliano Valdobbiadene Terra del Prosecco DOC, 1.
- AA.VV., 2010, *“Rapporto 2010, I numeri del Conegliano Valdobbiadene”*, Conegliano, Centro Studi di Distretto.
- AA.VV., 2010, *“Riduzione dei Gas Serra: nuova leva di marketing per il vino. Strumento concreto per controllare l’impatto ambientale, ottimizzare il processo produttivo, migliorare l’immagine con ricadute commerciali positive”*, Supplemento a L’Informatore Agrario, 13: 1-34
- AA.VV., 2010, *“Superiore anche in TV”*, Conegliano Valdobbiadene Terra del Prosecco DOC, 4.
- AA.VV., 2010, *“Superiore per inclinazione”*, Conegliano Valdobbiadene Terra del Prosecco DOC, 5.
- AA.VV., 2010, *“Un brindisi alla Docg”*, Conegliano Valdobbiadene Terra del Prosecco DOC, 2.
- AA.VV., 2010, *“Wine&Chef”*, Conegliano Valdobbiadene Terra del Prosecco DOC, 3.
- AA.VV., 2011, *“CSWA to Introduce Performance Metrics for Sustainable Winegrowing”*, California Sustainable Winegrowing Alliance News.
- AA.VV., 2011, *“Fatto a mano”*, Conegliano Valdobbiadene Colline del Prosecco Superiore, 2.
- AA.VV., 2011, *“Missione export”*, Conegliano Valdobbiadene Colline del Prosecco Superiore, 5.
- AA.VV., 2011, *“Protezione Superiore”*, Conegliano Valdobbiadene Colline del Prosecco Superiore, 4.

- AA.VV., 2011, *“Rapporto 2011, Dare valore alla differenza ”*, Conegliano, Centro Studi di Distretto.
- AA.VV., 2011, *“Superiore & Globale”*, Conegliano Valdobbiadene Terra del Prosecco DOC, 1.
- AA.VV., 2012, *“L'impronta carbonica nelle aziende vitivinicole”*, L'Informatore Agrario, 42: 51-56
- AA.VV., 2012, *“Parola d'ordine: sostenibilità”*, Conegliano Valdobbiadene Colline del Prosecco Superiore, 4.
- AA.VV., 2012, *“Protocollo Viticolo del Conegliano Valdobbiadene”*, Consorzio di Tutela del vino Conegliano Valdobbiadene Prosecco.
- AA.VV., 2012, *“Rapporto 2012, Ambiente e mercato: una sinergia possibile”*, Conegliano, Centro Studi di Distretto.
- AA.VV., 2012, *“Sostenibilità e controllo ambientale”*, Ecoscienza, 5.
- AA.VV., 2012, *“Un futuro sostenibile”*, Conegliano Valdobbiadene Colline del Prosecco Superiore, 1.
- AA.VV., 2013, *“Schedding Light on ISO 14001 Certification Audits”*, Journal of Cleaner Production.
- AA.VV., 2013, *“Emissioni gas serra: il monitoraggio del settore vitivinicolo”*, Il Corriere Vinicolo, 8, 14-15.
- AA.VV., 2013, *“La potatura meccanica rivoluziona la gestione del vigneto”*, L'Informatore Agrario, 3, 61-65.
- AA.VV., 2013, *“Nasce la Conegliano Valdobbiadene Academy”*, Conegliano Valdobbiadene Colline del Prosecco Superiore, 1.
- AA.VV., 2013, *“Per una cultura Superiore”*, Conegliano Valdobbiadene Colline del Prosecco Superiore, 2.
- AA.VV., 2013, *“Prosecco Superiore: Crescita e Sostenibilità”*, TecAlimentaria Beverage Industry, 2, 6-7.
- AA.VV., 2013, *“Protocollo Viticolo del Conegliano Valdobbiadene”*, Consorzio di Tutela del vino Conegliano Valdobbiadene Prosecco.
- AA.VV., 2013, *“Stop alle imitazioni”*, TecAlimentaria Beverage Industry, 2, 36.
- AA.VV., 2013, *“Una vendemmia di emozioni”*, Visit Conegliano Valdobbiadene Sulla Strada del Prosecco Superiore, Autunno Inverno 2013.
- AA.VV., 2013, *“Viticoltura di precisione: obiettivi e applicazioni sito-specifiche”*, VigneVini, 1-2, 47-53.
- AA.VV., 2013, *“Water footprinting of agricultural products: evaluation of different protocols using a case study of New Zealand Wine”*, Journal of Cleaner Production, 44:159-167.
- Allegro G., Filippetti I., Valentini G., 2012, *“Gestione del vigneto e cambiamenti climatici”*, Agricoltura, Luglio/Agosto 2012, 68-71.
- Armentano G., 2013, *“Bayer: innovazione bio pilastro di sostenibilità”*, L'Informatore Agrario, 3, 70.
- Baldoin C., *“Un regolamento che tutela i cittadini nelle aree viticole: il caso del Prosecco”*, L'Informatore Agrario, 34, 52-54.
- Balsari P., Oggero G., Tamagnone M., 2012, *“Efficacia del trattamento e salvaguardia ambientale”*, Il Corriere Vinicolo, 23, 26.
- Bavaresco L., 2012 *“Vitivinicoltura sostenibile”*, Conegliano, Centro di Ricerca per la Viticoltura.

- Becattini G., 2000, *“Il distretto industriale: un nuovo modo di interpretare il cambiamento economico”*, Torino, Rosenberg & Sellier, 58-59.
- Bertocco M., 2009, *“Osservare il vigneto per decidere come intervenire”*, Supplemento a L’Informatore Agrario, 26, 8-9.
- Biondi Bartolini A., 2012, *“Le irroratrici del futuro virtuose e intelligenti”*, VigneVini, 4, 60-63.
- Bridi C., 2012, *“Reti d’impresa, sostenibilità e internazionalizzazione”*, VigneVini, 6, 12-13.
- Calò A., Paronetto L., Rorato G., 1996, *“Veneto, Storia regionale della vite e del vino”*, Milano, Accademia Italiana della Vite e del Vino e Unione Italiana Vini Editrice.
- Cleary J., 2013, *“Life Cycle Assessment of Wine and spirit packaging at the product and the municipal scale: a Toronto, Canada case study”*, Journal of Cleaner Production, 44: 143-151.
- Comegna E., 2012, *“Aiuti all’ortofrutta, purché sostenibile”*, L’Informatore Agrario, 34, 43-46.
- Corradi C., 2011, *“Irroratrici a recupero prodotto. Ammortamento e convenienza”*, VigneVini, 3, 30-35.
- Cozzolino E., 2004, *“Viticoltura ed enologia Biologica”*. Bologna, Edizioni Edagricole.
- De Luca O., 2011, *“Le bottiglie di carta e le attuali norme sui contenitori abilitati per il vino”*, L’Enologo, 12, 42-44.
- Donna P., Tonni M., 2011, *“Ita.Ca. Impronta Carbonica dell’Azienda Vitivinicola”*, MilleVigne, 1, 12-15.
- Donna P., Tonni M., Valenti L., 2010, *“ItaCa misura i gas serra del settore vitivinicolo italiano”*, L’Informatore Agrario, 3: 1-5
- Donna P., Tonni M., Valenti L., 2011, *“L’impronta carbonica per analizzare la sostenibilità vitivinicola”*, L’Informatore Agrario, 12: 57-61
- Donna P., Tonni M., Valenti L., 2012, *“Impronta carbonica vitivinicola: metodi di calcolo a confronto”*, L’Informatore Agrario, 33: 64-66
- Dorigoni A., Micheli F., Lezzer P., *“Nuovo obiettivo in frutteto: sostenibilità a 360 gradi”*, L’Informatore Agrario, 34, 48-51.
- Gaiotti F., Tomasi D., 2011, *“I terriori della Denominazione Conegliano Valdobbiadene”*, Conegliano, Centro di Ricerca per la Viticoltura.
- Ginsburgh V., 2007, *“Red, White and “Green”: The cost of Carbon in the Global Wine Trade”*, American Association of Wine Economist.
- Marcuzzo P., Tomasi D., 2012, *“Sarmenti, da rifiuti a risorse”*, Il Corriere Vinicolo, 41, 14-17.
- Marengi M., 2005, *“Manuale di Viticoltura. Impianto, gestione e difesa del vigneto”*. Bologna, Edizioni Edagricole.
- Martelli G., 2011, *“La fotografia del settore vitivinicolo italiano ed il confronto con i nostri più importanti competitor”*, L’Enologo, 12, 63-65.
- Martelli G., 2011, *“Una panoramica a 360° sul settore vitivinicolo fatta con il presidente di confagricoltura”*, L’Enologo, 12, 56-57.
- Maserada B., 2011, *“Conegliano – Valdobbiadene. La sostenibilità è autogestita”*, VigneVini, 9, 68-70.
- Mio C., 2002, *“Il Budget Ambientale: programmazione e controllo della variabile ambientale”*, Milano, Egea Edizioni.
- Mio C., 2005, *“Corporate Social Responsibility e sistema di controllo: verso l’integrazione”*, Franco Angeli, Capitolo 1.
- Montaldo G., 2011, *“La sfida di fare vini buoni, originali e sostenibili”*, VigneVini, 10, 22-25.

- Nicoletto E., 2011, "Le criticità e le prospettive di chi esporta oltre il 50% della propria produzione nei principali mercati esteri", *L'enologo*, 12, 67-69.
- Palese C., 2009, "Pensare localmente, progettare globalmente", *L'Informatore Agrario*, 17, 60-61.
- Paolini E, Terzoni M., "Se il contenitore influisce anche sulla conservabilità", *VigneVini*, 4, 50-52.
- Paolini E., 2012, "Soluzioni per recuperare l'energia dai sarmenti", *VigneVini*, 6, 42-47.
- Pattara C, Raggi A., Cichelli A., 2012, "Life Cycle Assessment and Carbon Footprint in the Wine Supply Chain", *Environmental Management*, 49: 1247-1258.
- Piva F., 2009, "Il Mipaaf punta forte sul biologico", *L'Informatore Agrario*, 17, 13.
- Ponzi G.P., Teronzi M., 2011, "Vetro, brik & bag in box, battaglia ipertecnologica tra contenitori alternativi", *VigneVini*, 3, 52-55.
- Rella M., 2012, "Cambia il clima e la vite colonizza il grande nord", *VigneVini*, 6, 20-22.
- Scalise C., 2012, "Sostenibilità delle produzioni: plus da sfruttare", *L'Informatore Agrario*, 34, 42-43.
- Tablino L., 2012, "La tutela ambientale alleggerisce gli involucri", *VigneVini*, 4, 46-49.
- Terzoni M., 2011, "Rame, zolfo, sovescio e l'indispensabile corno letame", *VigneVini*, 10, 46-47.
- Tosi L., 2011, "Meno trattamenti, meno costi. I risultati del Progetto Magis", *VigneVini*, 10, 63-66.
- Tosi L., 2012, "Irroratrici, nuovi requisiti ambientali da rispettare", *VigneVini*, 6, 28-30.
- Vespa B., 2010. "Veneto. Il vino, la vita", Roma, Edizioni fotogramma.
- Zanfi A., 2011, "Atlande degli Spumanti d'Italia: Metodo Italiano", Poggibonsi (Siena), Carlo Cambi Editore.

SITOGRAFIA:

- AA.VV., 2002, "Highlight of the Month: Controlling Erosion", Wine Institute. Tratto nel mese di Maggio dal sito: <http://www.sustainablewinegrowing.org/CSWA-publications.php>
- AA.VV., 2008, "Reducing Risks trough Sustainable Winegrowing: A Grower's Guide", California Sustainable Winegrowing Alliance. Tratto nel mese di Maggio dal sito: <http://www.sustainablewinegrowing.org/CSWA-publications.php>
- AA.VV., 2009, "Sustainability Report 2009", California Sustainable Winegrowing Alliance. Tratto nel mese di Maggio dal sito: <http://www.sustainablewinegrowing.org/sustainabilityreports.php>
- AA.VV., 2012, "2012 Progress Report", Sustainability Progress Report 2012. Tratto nel mese di Maggio dal sito <http://www.sustainablewinegrowing.org/sustainabilityreports.php>
- File Doc: "Prosecco DOC e sostenibilità: nasce il Vademecum Viticolo". Tratto nel mese di Luglio dal sito: www.discoverproseccowine.it/uploads/files/file515c019fe076a.doc
- File DOC: "Sistema di Gestione Ambientale ISO 14000 e EMAS". Tratto nel mese di Aprile dal sito www.indire.it/lucabas/lkmw_file/aesse///SGA.doc
- File Pdf: "Life CycleApproach in an organicwine-makingfirm: an Italian case study". Tratto nel mese di Febbraio dal sito <http://www.conference.alcas.asn.au/2006/Petti%20et%20al.pdf>

- File Pdf: “Associazione grandi CRU di Montefalco. New Green Revolution”. Tratto nel mese di Giugno dal sito <https://www.google.it/#q=Associazioni+Grandi+CRU+di+Montefalco+New+Green+Revolution>
- File Pdf: “California Vineyard Greenhouse Gas Emissions”. Tratto nel mese di Maggio dal sito <http://www.sustainablewinegrowing.org/CSWA-publications.php>
- File Pdf: “CERTIFIED CALIFORNIA SUSTAINABLE WINEGROWING”. Tratto nel mese di Maggio dal sito: <http://www.sustainablewinegrowing.org/>
- File Pdf: “Comunicazione della Commissione al Consiglio e al Parlamento Europeo. Verso un settore vitivinicolo europeo sostenibile”. Tratto nel mese di Febbraio dal sito: ec.europa.eu/agriculture/capreform/wine/com2006_319_it.pdf
- File Pdf: “Conegliano Valdobbiadene: come e perché il Prosecco è Superiore”. Tratto nel mese di Giugno dal sito http://www.prosecco.it/docs/booklet_en.pdf
- File Pdf: “Disciplinare di produzione della denominazione di origine controllata e garantita dei vini di “Conegliano Valdobbiadene – Prosecco”. Tratto nel mese di Maggio dal sito http://www.prosecco.it/docs/disciplinare_it.pdf
- File Pdf: “Energia sostenibile: idee progettuali per la sostenibilità ambientale della filiera vitivinicola”. Tratto nel mese di Febbraio dal sito www.federbio.it/dlf.php?id=889
- File Pdf: “GEA.vite per la gestione dell’efficienza e della sostenibilità aziendale”. Tratto nel mese di Marzo dal sito http://www.newgreenrevolution.eu/documents/Relazione%20di%20Leonardo%20Valenti_GEA.Vite.pdf
- File Pdf: “Guida OIV per una viticoltura sostenibile: produzione, trasformazione e condizionamento dei prodotti”. Tratto nel mese di Aprile dal sito: <http://www.oiv.int/oiv/info/itguidesoiv#guide>
- File Pdf: “Guida OIV sulla viticoltura sostenibile inerente la produzione di uva da tavola e uva passa: aspetti ambientali”. Tratto nel mese di Aprile dal sito: <http://www.oiv.int/oiv/info/itguidesoiv#guide>
- File Pdf: “I sistemi di gestione ambientale e la normativa volontaria di riferimento”. Tratto nel mese di Aprile dal sito http://www.dirittoambiente.net/file/territorio_articoli_37.pdf
- File Pdf: “Il vino impariamo a conoscerlo”. Tratto nel mese di Maggio dal sito: http://www.vinoegiovani.it/blog/wp-content/uploads/2010/10/vino_impariamo.pdf
- File Pdf: “International Wine Carbon Calculator Protocol (Version 1.2)”. Tratto nel mese di Febbraio dal sito <http://www.wineinstitute.org/files/International%20Wine%20Carbon%20Calculator%20Protocol%20V1.2.pdf>
- File Pdf: “L’agronomo e la viticoltura sostenibile”. Tratto nel mese di Giugno dal sito: http://www.cropscience.bayer.com/~/_media/Bayer%20CropScience/Global-Portal/Commitment/Food%20Chain%20Partnership/Downloads/Italy/ITALY_MAGIS_IT.aspx
- File Pdf: “La comunicazione per la sostenibilità nel management delle imprese”. Tratto nel mese di Febbraio dal sito: <http://www.sinergiejournal.it/pdf/89/01.pdf>
- File Pdf: “La sostenibilità come valore per il mercato del vino”. Tratto nel mese di Marzo dal sito http://www.wineecoreports.com/upload/internet/PENCO_sostenibilit%C3%A0_come_valore_per_il_mercato_del_vino.pdf

- File Pdf: “La teoria bioeconomica di Roegen”. Tratto nel mese di Marzo dal sito <http://www.cndamb.com/public/riviste/ecoamb/20063/003-009%20Editoriale%20MOLESTI%20Georgescu-Roegen%20e%20la%20Bioeconomia.pdf>
- File Pdf: “Le esperienze italiane sulla responsabilità sociale nel settore agricolo e agroalimentare”. Tratto nel mese di Giugno dal sito http://dSPACE.inea.it/bitstream/inea/383/1/atti_agres.pdf
- File Pdf: “Le sfide della viticoltura sostenibile”. Tratto nel mese di Marzo dal sito <http://users.unimi.it/cirive/PSR111conv1/Scienza.pdf>
- File Pdf: “Linee guida per il Carbon Management degli Atenei Italiani”. Tratto nel mese di Luglio dal sito: http://www.unive.it/nqcontent.cfm?a_id=153727
- File Pdf: “Linee guida per la gestione sostenibile dei vigneti collinari”. Tratto nel mese di Aprile dal sito: <http://www.deistaf.unifi.it/upload/sub/personale/vieri/pubblicazioni/223.pdf>
- File Pdf: “MAGIS: fare “di più” per la viticoltura sostenibile”. Tratto nel mese di Maggio dal sito: http://www.cropscience.bayer.com/~media/Bayer%20CropScience/Global-Portal/Commitment/Food%20Chain%20Partnership/Downloads/Italy/ITALY_MAGIS_IT.aspx
- File Pdf: “Nota di congiuntura mondiale Marzo 2005”. Tratto nel mese di Marzo dal sito: http://www.oiv.int/oiv/files/4%20-%20Statistiques/4%20-%201%20Publications%20statistiques/4-1-2/IT/Note%20de%20conjuncture/2008_note_conj_mars_IT.pdf
- File Pdf: “Nota di congiuntura mondiale Marzo 2012”. Tratto nel mese di Marzo dal sito: http://www.oiv.int/oiv/files/4%20-%20Statistiques/4%20-%201%20Publications%20statistiques/4-1-2/IT/Note%20de%20conjuncture/OIV_Note_Conjoncture_mars2012_IT_DEF.pdf
- File Pdf: “Piano Strategico Oiv 2012-2014”. Tratto nel mese di Marzo dal sito <http://www.oiv.int/oiv/cms/index?lang=it>
- File Pdf: “Programma italiano per la valutazione dell’impronta carbonica”. Tratto nel mese di Agosto dal sito http://www.iefc.unibocconi.it/wps/wcm/connect/07f707ef-28e8-468e-b1fb-cabfa64e527a/04-Hauser_1.pdf?MOD=AJPERES
- File Pdf: “Rapporto sui risultati dell’analisi preliminare del livello di sostenibilità in viticoltura nelle aziende pilota”. Tratto nel mese di Febbraio dal sito http://www.viticolturasostenibile.org/Downloads/ViSo_ITA_v7.indd.pdf
- File Pdf: “Regolamento Intercomunale di polizia Rurale: stralcio sulla gestione e sull’uso dei prodotti fitosanitari nei comuni della DOCG Conegliano Valdobbiadene”. Tratto nel mese di Marzo dal sito http://www.comune.sanpietrodifeletto.tv.it/files/Regolamento%20di%20Polizia%20Rurale_1_.pdf
- File Ppt: “Organizzazione Internazionale della Vigna e del Vino”. Tratto nel mese di Aprile dal sito: <http://www.oiv.int/oiv/info/itpresentation>
- Pomarici E., 2005, WorkingPaper “Il mercato mondiale del vino: scenario competitivo e dualismo tra vecchio e nuovo mondo.pdf”. Tratto nel mese di Marzo dal sito http://www.depa.unina.it/depa/WP_7_2005.pdf
- VenetoAgricoltura, 2012, File Pdf: “I piani strategici vitivinicoli di: Argentina, Cile, Australia, Nuova Zelanda e SudAfrica. Un’analisi comparata”. Tratto nel mese di Marzo dal sito <http://www.venetoagricoltura.org/upload/Europe%20Direct/I%20PIANI%20STRATEGICI%20VITIVINICOLI.pdf>

**ALLEGATO 1 – SCHEMA DELL’ INTERVISTA PROPOSTA AL PRESIDENTE DI PERLAGE.
PER LA REALIZZAZIONE DELLA TESI**

1 – Parliamo un attimo in generale di PERLAGE: Come e quando nasce? Quanti dipendenti ha? Dove si collocano i suoi vigneti? Quanti ettari comprende? Che livelli produttivi raggiunge? Qual è un po’ la sua storia? Quali eventi organizza?

2 – Perché è stata scelta la produzione biologica? Cosa significa per Lei biologico? Questa tipologia d’impresa come si è evoluta nel corso degli anni? Quali sono dunque gli obiettivi di questa azienda? Al di là del profitto economico, vi sentite responsabili nei confronti della società, dei consumatori, dell’ambiente?

3 – L’esigenza di una maggior tutela ambientale esisteva già nei primi anni della vostra attività? Il consumatore richiedeva questo? Da dove è partita l’idea quindi?

4 – Quali sono i mercati in cui agite? Vi sono stati dei cambiamenti nel corso degli anni? Qual è stata l’evoluzione generale? Avete notato mutamenti nelle scelte del consumatore?

5 – Oltre al biologico, l’opinione pubblica arriverà a dimostrare una coscienza diffusa sulla sostenibilità ambientale?

6 – Volete oggi conquistare nuovi mercati? Sentite la presenza di un mercato sempre più globalizzato a livello internazionale? Vi sono nuove presenze quali i paesi del nuovo mondo del vino che hanno adottato delle politiche tese al marketing molto forte. Sente la presenza di questa globalizzazione a livello internazionale? Ha paura?

7 – In relazione ai cambiamenti di mercato, quali progetti specifici avete adottato? Che certificazioni avete ottenuto e queste si sono rivelate valide per conquistare nuovi mercati? Trova la certificazione utile a tale scopo o predilige altri mezzi? Vi è un collegamento diretto della vostra azienda con i principi generali diffusi a livello internazionale dall’OIV? Che legame avete con il Consorzio del Conegliano Valdobbiadene? È uno strumento utile per realizzare i vostri obiettivi? Vi è una mentalità nel classico contadino evoluta, o siamo ancora indietro?

8 – Una delle principali tematiche oggi legate al settore vitivinicolo riguarda l’emissione di CO2 nell’aria, motivo di surriscaldamento del clima terrestre, con conseguenze negative anche per l’uva stessa: la vostra azienda è al corrente di tale problematica, quanto la ritiene importante? La proposta di calcolare le emissioni di gas serra nel settore vitivinicolo può diventare secondo Lei elemento da sfruttare per distinguersi innanzi ad un mercato mondiale sempre più competitivo? Ritiene che il consumatore possa premiare le aziende per questa attenzione all’ambiente?

9 – Ita.Ca. è per voi qualcosa di distintivo dai competitor oppure servirebbe un’adozione larga da parte del distretto? Quali sono le aspettative verso Ita.Ca.? Quali forme di comunicazione intende usare anche in riferimento ad altri progetti?

10 – Quale punto della filiera, o ambito, è secondo Lei più impattante come emissioni di gas serra? Ad esempio per la produzione del vetro, per il packaging e vari imballaggi. Pensa di riuscire lungo

la catena produttiva a incidere sul fornitore? Riuscite a trasmettere la vostra idea di sostenibilità ambientale?

11 – Come comunicate la vostra idea di sostenibilità all'interno dell'azienda? Al fine di raggiungere obiettivi di questo tipo credo sia necessaria una collaborazione comune da parte di tutte le forze legate in qualche modo all'azienda; sicuramente avrete il sostegno negli ultimi anni di organizzazioni quali l'Oiv, l'Unione Europea e il consorzio Conegliano Valdobbiadene in merito alla sostenibilità nelle sue diverse sfaccettature. Voi però avete diffuso all'interno dell'azienda una coscienza ambientale forte? Come avete fatto? Come il personale è scelto e formato? Al tempo stesso come avete scelto i fornitori? La coscienza ambientale ha in questo caso influito nelle scelte? O meglio siete riusciti nel corso degli anni ad influire anche sui fornitori incentivandoli a tenere dei comportamenti ecofriendly? Avete sempre gli stessi fornitori o vi son stati dei cambiamenti?

12 – Rispetto alle Situazioni di crisi economica attuale il settore vitivinicolo come si comporta? Ritiene comunque che il Distretto del Conegliano Valdobbiadene abbia la forza di mantenere un successo duraturo nel futuro? Perlage è economicamente in crescita? Cosa può essere una risposta innovativa per rispondere alla crisi attuale? Un calcolatore delle emissioni può essere un valido strumento anche per tutte le altre aziende del distretto al fine di restare competitive sul mercato? Lo consiglierebbe ai suoi colleghi? Perseguire la sostenibilità implica inizialmente dei costi più elevati, per poi ottenere dei vantaggi economici sostanziali nel lungo periodo? È previsto un Responsabile della sostenibilità nella vostra azienda? Pensa possa essere utile averlo? Chi se ne occupa?

13 – Si afferma che “nel distretto le imprese hanno imparato a condividere valori, a rafforzare il dialogo, a lavorare tutte nella stessa direzione”. Quanto è vera secondo lei quest'affermazione?

14 – In termini pratici la sostenibilità ambientale in un'azienda vitivinicola si dovrebbe sviluppare prima in vigneto e poi in cantina: Le chiedo di parlarne, individuando cosa Perlage ha fatto d'innovativo nel corso degli anni. I possibili punti da sviluppare sono questi: impianto del vigneto e analisi preventiva del suolo, nutrizione, gestione del suolo (in particolare per evitare il fenomeno dell'erosione, puntando ad esempio su forme d'inerbimento), modalità d'irrigazione, protezione fitosanitaria (uso sostanze chimiche o meno), la gestione idrica in vigneto e in cantina, l'uso di energie rinnovabili, il riciclo di materiali attraverso comportamenti e procedure sostenibili (vinacce come ammendante organico, riutilizzo acque di cantina, tappi, trattamento reflui, materiale d'imballo, bottiglie di vetro), metodi di trasporto, ricorso alla viticoltura di precisione.

ALLEGATO 2 - DISCIPLINARE DI PRODUZIONE DELLA DENOMINAZIONE DI ORIGINE CONTROLLATA E GARANTITA DEI VINI «CONEGLIANO VALDOBBIADENE - PROSECCO».
FONTE: WWW.PROSECCO.IT

Art. 1. Denominazione e vini

1. La denominazione d'origine controllata e garantita «Conegliano Valdobbiadene - Prosecco», o «Conegliano - Prosecco» o «Valdobbiadene - Prosecco», e' riservata ai vini che rispondono alle condizioni ed ai requisiti stabiliti nel presente disciplinare di produzione, per le seguenti tipologie: - «Conegliano Valdobbiadene - Prosecco»; - «Conegliano Valdobbiadene - Prosecco» frizzante; - «Conegliano Valdobbiadene - Prosecco» spumante, accompagnato dalla menzione superiore. 2. La menzione «Superiore di Cartizze» e' riservata al vino spumante della denominazione di cui al comma 1, ottenuto nella tradizionale sottozona nei limiti ed alle condizioni stabilite nel presente disciplinare.

Art. 2. Base ampelografica

1. I vini «Conegliano Valdobbiadene - Prosecco» devono essere ottenuti dalle uve provenienti dai vigneti costituiti dal vitigno Glera; possono concorrere, in ambito aziendale, fino ad un massimo del 15% le uve delle seguenti varieta', utilizzate da sole o congiuntamente: Verdiso, Bianchetta trevigiana, Perera e Glera lunga.

2. I vini destinati alla pratica tradizionale disciplinata all'articolo 5, comma 3, devono essere ottenuti dalle uve provenienti dai vigneti, ricadenti nell'ambito della zona di cui all'articolo 3, comma 1 lett. C), iscritti all'albo DOCG, costituiti dai vitigni Pinot bianco, Pinot nero, Pinot grigio e Chardonnay, presi da soli o congiuntamente.

Art. 3. Zone di produzione delle uve

1. La zona di produzione delle uve atte alla produzione dei vini della denominazione di origine controllata e garantita «Conegliano Valdobbiadene - Prosecco», ricadente nell'ambito della zona di produzione della denominazione di origine controllata «Prosecco», e' delimitata come segue:

A) La zona di produzione delle uve atte ad ottenere i vini «Conegliano Valdobbiadene - Prosecco» di cui all'art. 1, punto 1), comprende il territorio collinare dei comuni di: Conegliano - San Vendemiano - Colle Umberto - Vittorio Veneto - Tarzo - Cison di Valmarino - San Pietro di Feletto - Refrontolo - Susegana - Pieve di Soligo - Farra di Soligo - Follina - Miane - Vidor - Valdobbiadene.

In particolare tale zona e' cosi' delimitata: si prende come punto di partenza per la descrizione dei confini la localita' Fornace (q. 175) a tre chilometri circa da Valdobbiadene verso ovest, dove il confine amministrativo tra i comuni di Valdobbiadene e Segusino incontra la strada Valdobbiadene-Segusino.

Segue quindi il confine amministrativo tra questi comuni fino a Col Antich, dove incontra la curva di livello di quota 500, che segue fino a Ca' Pardolin, nei pressi di Combai, da qui lascia la quota 500 e prosegue sul sentiero, che porta fino alla piazza del paese attraverso prima via Cimavilla e quindi per via Trieste. Quivi, seguendo la strada che porta alla chiesa, raggiunge la casera Duel, poi, percorrendo il crinale della collina, attraversa la strada Miane-Campea, risale per monte Tenade e, sempre seguendo il crinale

del colle, raggiunge localita' Tre Ponti sulla strada Follina-Pieve di Soligo.

Attraversata la strada, il confine risale sulla collina Croda di Zuel e percorrendo il crinale passa a monte della chiesetta di S. Lucia a q. 356 a monte di «Zuel di la'», ed a monte di Resera; il confine segue quindi la strada Resera-Tarzo fino all'inserimento con la Revine-Tarzo. Dal suddetto bivio il confine, sempre seguendo tale strada, raggiunge Tarzo e quindi Corbanese fino, all'incrocio con la strada Refrontolo-Cozzuolo, in localita' Ponte Maset, segue quindi il confine tra il comune di Tarzo

e di Vittorio Veneto fino a raggiungere la strada vicinale detta «dei Piai» e delle Perdonanze, segue detta strada fino all'incrocio di questa con il rio Cervada, scende lungo il Cervada fino al punto di incrocio con la strada Cozzuolo-Vittorio Veneto, prosegue verso questa città fino all'incrocio con la strada che da Conegliano conduce al centro di Vittorio Veneto; scende quindi verso Conegliano fino a S. Giacomo di Veglia e di qui si dirige verso S. Martino di Colle Umberto. Dopo borgo Campion gira a destra per la strada comunale di S. Martino e raggiunge Colle Umberto per scendere sulla statale n. 51 (detta anche di Alemagna), al casello n. 5 e di qui prosegue verso Conegliano.

Al bivio Gai superato l'incrocio con la Pontebbana o statale 13 segue la nuova circonvallazione della città di Conegliano per inserirsi sulla stessa statale 13 in località Ferrera.

Da tale inserimento il confine raggiunge Susegana per deviare subito dopo il paese verso ovest lungo la strada che porta a Colfosco, chiamata anche strada della Barca.

Da Colfosco, seguendo la strada «Mercatelli», il confine procede fino al bivio per Falze per piegare e raggiungere Pieve di Soligo lungo la vecchia strada (Ponte Priula - Pieve di Soligo e che fa capo a via Chisini).

Attraversato il centro urbano, il confine, seguendo la via Schiratti giunge a Soligo per deviare a sinistra e continuare lungo la strada maestra Soligo - Ponte di Vidor attraversando Farra di Soligo, Col S. Martino, Colbertaldo, Vidor, giunge a Ponte di Vidor, lasciandolo a sinistra per giungere a Bigolino. Dopo Bigolino il confine lascia la strada che porta a Valdobbiadene per raggiungere, deviando a sinistra e seguendo la strada comunale della centrale ENEL, la borgata di Villanova fino all'attraversamento del torrente La Roggia. Segue detto torrente fino al terrazzo alluvionale che si erge bruscamente sul Piave, corre sul bordo del terrazzo (vedi allegata cartografia regionale «Definizione limite terrazza alluvionale») per risalire sulla strada Valdobbiadene-Segusino, in corrispondenza della chiesetta di S. Giovanni dopo S. Vito; da qui, percorrendo la strada maestra Valdobbiadene-Segusino, tocca di nuovo la località Fornace chiudendo così il perimetro della zona delimitata.

B) Il vino spumante ottenuto da uve raccolte nel territorio della frazione di S. Pietro di Barbozza, denominato Cartizze, del Comune di Valdobbiadene, ha diritto alla sottospecificazione «Superiore di Cartizze».

Tale sottozona e così delimitata: si prende come punto di partenza il ponte sulla Teva ad ovest di Soprapiana sulla strada comunale Piovine-Soprapiana, fra casa C. Boret (q. 184) e Soprapiana (q. 197). Da questo punto il confine sale verso nord seguendo il fiume Teva fino alla confluenza con il fosso delle Zente che segue fino alla confluenza con il fosso Piagar; segue ancora il fosso di Piagar fino al punto di congiungimento dei mappali nn. 63.71 (comune di S. Pietro di Barbozza, sez. B, foglio VII).

Dal punto di congiunzione dei suddetti mappali il confine corre tra i mappali nn. 547 e 735, taglia i mappali nn. 540 e 543, seguendo la stessa direzione dell'ultimo tratto di divisione tra i mappali nn. 547 e 735 fino a raggiungere il limite nord del mappale a 542 fino all'incrocio con la strada comunale dei Vettorazzi.

Il confine percorre verso nord la strada anzidetta, indi al primo incrocio (fontana del biccio) segue la strada vicinale dei Menegazzi fino al punto d'intersezione della strada con il crinale del monte Vettoraz, corre lungo il crinale della collina, passa a monte della casa Miotto e raggiunge la strada vicinale della Tresiese (tre siepi).

Il confine prosegue lungo la strada ora citata fino a raggiungere la strada vicinale dei Mont, la percorre e alla prima curva (mappale n. III del comune di S. Pietro di Barbozza, sez. b, foglio X) sale per costeggiare a monte il terreno vitato, quindi discende nuovamente sulla strada dei Mont nei pressi del capitello.

Il confine percorre la strada fino all'incrocio con quella comunale di Piander, scende lungo la strada vicinale dello Strett e prosegue nella stessa direzione per raggiungere la strada Saccol-Follo ad est della casa Agostinetto Sergio, scende per cal de Sciap e raggiunge il torrente Valle della Rivetta (rio Borgo); il confine si accompagna al torrente fino al limite di divisione dei mappali nn. 149 e 151 del comune di Valdobbiadene, sez. B, foglio XI, proseguendo a nord tra i mappali nn. 149-151, nn. 148-151 attraversa la strada vicinale del Campion, passa tra i mappali nn. 178-184, 179-184, 179-167, 179-182, 181-185 e raggiunge il fosso della Tevicella, comprendendo nella zona Col Zancher e Pra Ospitale, corre tra i mappali 21-65 della frazione di S. Pietro di Barbozza, sez. B, foglio XIII, indi nn. 22-67, numeri 66-67, attraversa la strada dei Bisoi (fordera) e raggiunge la strada comunale del Cavalier tra i mappali nn. 24-28, per congiungersi, proseguendo lungo la strada, con il punto di partenza (ponte sulla Teva).

C) La zona di produzione delle uve delle varietà Pinot bianco, Pinot nero, Pinot grigio e Chardonnay da destinare alla tradizionale pratica di cui all'art. 5, comma 3, comprende il territorio amministrativo dei seguenti comuni in provincia di Treviso: Cappella Maggiore; Cison di Valmarino; Colle Umberto; Conegliano; Cordignano; Farra di Soligo; Follina; Fregona; Miane; Pieve di Soligo; Refrontolo; Revine Lago; San Fior; San Pietro di Feletto; San Vendemiano; Sarmede; Segusino; Susegana; Tarzo; Valdobbiadene; Vidor; Vittorio Veneto; Asolo; Caerano S. Marco: Castalcucco; Cavaso del Tomba; Cornuda; Crocetta del Montello; Fonte; Giavera del Montello; Maser; Monfumo; Montebelluna; Nervesa della Battaglia, Paderno del Grappa; Pederobba; Possagno; S. Zenone degli Ezzelini; Volpago del Montello; Borso del Grappa e Crespano del Grappa.

Art. 4. Norme per la viticoltura

1. Condizioni naturali dell'ambiente. Le condizioni ambientali e di coltura dei vigneti destinati alla produzione del vino «Conegliano-Valdobbiadene - Prosecco», devono essere quelle tradizionali della zona e, in ogni caso, atte a conferire alle uve ed al vino derivato le specifiche caratteristiche di qualità.

Sono pertanto da considerare idonei, ai fini dell'iscrizione all'albo, soltanto i vigneti ben esposti ubicati su terreni collinari con esclusione dei vigneti di fondovalle, di quelli esposti a tramontana e di quelli di bassa pianura.

2. Densità d'impianto. I vigneti in coltura specializzata, a decorrere dal 16 giugno 2007 devono avere una densità minima di 2500 ceppi per ettaro, calcolati sul sesto d'impianto.

3. Forme di allevamento. I sestri d'impianto e le forme di allevamento consentiti sono quelli già in uso nella zona, a spalliera semplice o doppia. Sono vietate le forme di allevamento espanse (tipo raggi).

La regione può consentire diverse forme di allevamento, qualora siano tali da migliorare la gestione dei vigneti senza determinare

effetti negativi sulle caratteristiche delle uve. 4. Sistemi di potatura. Con riferimento ai suddetti sistemi di

allevamento della vite, la potatura deve essere quella tradizionale e, comunque i vigneti devono essere governati in modo da non modificare le caratteristiche dell'uva, del mosto e del vino.

5. È vietata ogni pratica di forzatura. È consentita l'irrigazione di soccorso.

6. Operazioni di vendemmia. Le uve destinate alla produzione della tipologia spumante che riporta in etichetta la menzione «rive» devono essere raccolte esclusivamente a mano.

7. Resa a ettaro e gradazione minima naturale.

Per i vini a Denominazione di origine controllata e garantita «Conegliano Valdobbiadene - Prosecco» di cui all'art. 1, comma 1, la resa massima di uva per ettaro in coltura specializzata non deve essere superiore a tonnellate 13,50, ed il titolo alcolometrico volumico naturale minimo delle uve destinate alla vinificazione deve essere di 9,50 vol.

Per i vini DOCG «Conegliano Valdobbiadene - Prosecco» spumante superiore designati con la menzione «Rive» di cui all'art. 7 comma 7, la resa massima di uva per ettaro in coltura specializzata non deve essere superiore a tonnellate 13,00 ed il titolo alcolometrico volumico naturale minimo delle uve destinate alla vinificazione deve essere di 9,50 vol.

Le uve destinate alla produzione dei vini a denominazione di origine «Conegliano Valdobbiadene - Prosecco» spumante superiore e frizzante possono avere un titolo alcolometrico volumico minimo naturale del 9,00% vol., purché la destinazione delle uve atte ad essere elaborate, venga espressamente indicata nei documenti ufficiali di cantina e nella denuncia annuale delle uve. Tuttavia qualora si verificano condizioni climatiche sfavorevoli può essere concessa la deroga di cui all'articolo 7 del regolamento CE n. 1607/2000.

Per il vino spumante avente diritto alla menzione «Superiore di Cartizze», di cui all'art. 1, comma 2, la resa massima di uva per ettaro in coltura specializzata non deve essere superiore a tonnellate 12,00, ed il titolo alcolometrico volumico naturale minimo delle uve destinate alla vinificazione deve essere di 9,50 vol.

Anche in annate eccezionalmente favorevoli, i quantitativi di uva per ettaro da destinare alla produzione dei vini a Denominazione di origine controllata e garantita «Conegliano Valdobbiadene - Prosecco» dovranno essere riportati nei limiti di cui sopra, purché la produzione non superi del 20% i limiti medesimi.

La regione Veneto, su richiesta motivata del Consorzio di tutela della presente denominazione di origine e sentito il parere delle categorie interessate, con proprio provvedimento da emanarsi ogni anno nel periodo immediatamente precedente la vendemmia, può stabilire di ridurre i quantitativi di uva per ettaro rivendicabile, anche con riferimento a singole zone geografiche, rispetto a quelli fissati nel presente comma, dandone immediata comunicazione al Ministero delle politiche agricole, alimentari e forestali - Comitato nazionale per la tutela e la valorizzazione delle denominazioni di origine e delle indicazioni geografiche tipiche dei vini.

Per i vigneti in coltura promiscua la produzione massima di uva a ettaro deve essere rapportata alla superficie effettivamente

impegnata dalla vite. Norme per la vinificazione

1. Vinificazione. Le operazioni di vinificazione delle uve, di cui all'art. 2, devono essere effettuate all'interno dei comuni della zona di

Art. 5.

produzione delimitata all'art. 3, comma 1, lett. A), anche se compresi soltanto in parte nella zona delimitata.

Le uve delle varietà Pinot bianco, Pinot nero, Pinot grigio e Chardonnay, da destinare alla tradizionale pratica di cui al comma 3 del presente articolo, possono essere vinificate in tutta la zona prevista dall'art. 3, comma 1, lettera c); inoltre, tenuto conto delle situazioni tradizionali, le predette operazioni di vinificazione possono essere effettuate nell'intero territorio amministrativo del comune di Orsago in provincia di Treviso.

Per quanto riguarda la sottozona «Superiore di Cartizze», le operazioni di vinificazione devono essere effettuate entro il territorio del comune di Valdobbiadene.

Nella vinificazione sono ammesse soltanto le pratiche enologiche leali e costanti, tradizionali della zona atte a conferire ai vini le caratteristiche peculiari. 2. Elaborazione.

Le operazioni di preparazione del vino spumante e frizzante, ossia le pratiche enologiche per la presa di spuma e per la stabilizzazione, la dolcificazione nelle tipologie ove ammessa, nonché le operazioni di imbottigliamento e di confezionamento, devono essere effettuate nel territorio della provincia di Treviso.

I vini della denominazione di origine controllata e garantita «Conegliano Valdobbiadene - Prosecco» elaborati nella versione spumante possono essere messi in commercio in tutte le tipologie ammesse dalla normativa vigente, con esclusione dei tipi «extra-brut» e «dolce».

I vini della denominazione di origine controllata e garantita «Conegliano Valdobbiadene - Prosecco» elaborati nella versione frizzante devono essere messi in commercio nelle tipologie da «Secco» ad «Amabile» comprese, come previste dalla normativa vigente.

E' in facolta' del Ministero delle politiche agricole, alimentari e forestali - Comitato nazionale per la tutela e la valorizzazione delle denominazioni di origine e delle indicazioni geografiche tipiche dei vini di consentire che le suddette operazioni di preparazione siano effettuate in stabilimenti situati nella provincia di Venezia, a condizione che in detti stabilimenti le ditte interessate producano - da almeno 10 anni prima dell'entrata in vigore del decreto del Presidente della Repubblica 12 luglio 1963, n. 930 - i vini spumanti e frizzanti, utilizzando come vino base il «Conegliano Valdobbiadene - Prosecco», reso spumante o frizzante con i metodi tradizionali in uso nel territorio previsto nel comma precedente. 3. Pratiche tradizionali.

Nella elaborazione del vino spumante di cui all'art. 1 e' consentita la tradizionale pratica correttiva con vini ottenuti dalla vinificazione di uve Pinot bianco, Pinot grigio, Pinot nero e Chardonnay, da sole o congiuntamente, in quantita' non superiore al 15%, provenienti dai vigneti iscritti all'apposito albo, ubicati nella zona delimitata nel precedente art. 3, comma 1, lettera c), a condizione che il vigneto, dal quale provengono le uve di Glera usate nella vinificazione, sia coltivato in purezza varietale e, comunque, che la presenza di uve della varieta' minori, di cui all'articolo 2, sommata a quelle dei Pinot e Chardonnay, non superi la percentuale del 15% sopra indicata. Per il prodotto tranquillo, il vino aggiunto con l'esecuzione di tale tradizionale pratica correttiva dovra', comunque, sempre sostituire un'eguale aliquota di vino di cui all'art. 1, che potra' essere preso in carico come vino da tavola. 4. Resa uva/vino e vino/ettaro.

La resa massima di uva in vino non deve essere superiore al 70% per tutte le tipologie. Qualora la resa uva/vino superi il limite di cui sopra, ma non il 75%, l'eccedenza non ha diritto alla denominazione d'origine. Oltre detto limite decade il diritto alla denominazione d'origine per tutta la partita.

Art. 6. Caratteristiche al consumo

1. I vini «Conegliano Valdobbiadene - Prosecco» di cui all'art. 1 all'atto dell'immissione al consumo devono rispondere alle seguenti caratteristiche:

«Conegliano Valdobbiadene - Prosecco»: colore: giallo paglierino piu' o meno intenso; odore: vinoso, caratteristico con profumo leggero di fruttato; sapore: gradevolmente amarognolo e giustamente sapido; titolo alcolometrico volumico totale minimo: 10,50% vol; acidita' totale minima: 5,0 g/l; estratto non riduttore minimo: 14,0 g/l;

«Conegliano Valdobbiadene - Prosecco» frizzante: colore: giallo paglierino piu' o meno intenso, brillante, con

evidente sviluppo di bollicine. odore: gradevole e caratteristico di fruttato; sapore: fresco, armonico, piacevolmente frizzante, fruttato; titolo alcolometrico volumico totale minimo: 10,50% vol; acidita' totale minima: 5,0 g/l; estratto non riduttore minimo: 14,0 g/l.

Nella tipologia prodotta tradizionalmente per fermentazione in bottiglia, e' possibile la presenza di una velatura. In tal caso e' obbligatorio riportare in etichetta la dicitura «rifermentazione in bottiglia». Le caratteristiche dell'odore e del sapore per detto vino e l'acidita' totale minima sono le seguenti:

odore: gradevole e caratteristico di fruttato con possibili sentori di crosta di pane e lievito;

sapore: fresco, armonico, piacevolmente frizzante, fruttato con possibili sentori di crosta di pane e lievito;

acidita' totale minima: 4,0 g/l; «Conegliano Valdobbiadene - Prosecco» spumante superiore:

colore: giallo paglierino piu' o meno intenso brillante con spuma persistente;
odore: gradevole e caratteristico di fruttato;
sapore: fresco, armonico, gradevolmente fruttato, caratteristico;
titolo alcolometrico volumico totale minimo: 11,00% vol; acidita' totale minima: 5,0 g/l; estratto non riduttore minimo: 14,0 g/l;

«Conegliano Valdobbiadene» Superiore di Cartizze o «Valdobbiadene» Superiore di Cartizze:

colore: giallo paglierino piu' o meno intenso, brillante, con spuma persistente;
odore: gradevole e caratteristico di fruttato;
sapore: fresco, armonico, gradevolmente fruttato, caratteristico;
titolo alcolometrico volumico totale minimo: 11,50% vol; acidita' totale minima: 5,0 g/l; estratto non riduttore minimo: 14,0 g/l.

E' in facolta' del Ministero delle politiche agricole, alimentari e forestali modificare, con proprio decreto, i limiti dell'acidita' totale minima e dell'estratto non riduttore minimo.

Art. 7. Etichettatura

1. Nell'etichettatura della sola tipologia spumante DOCG «Conegliano Valdobbiadene - Prosecco» puo' essere omesso il riferimento alla denominazione «Prosecco» ed alla menzione «superiore».

2. La designazione e presentazione del vino spumante ottenuto nella sottozona delimitata all'art. 3 deve riportare in etichetta la dizione: «Conegliano Valdobbiadene» Superiore di Cartizze o piu' semplicemente «Valdobbiadene» Superiore di Cartizze.

3. Nella designazione e presentazione dei vini di cui all'art. 1 e' vietata l'aggiunta di qualsiasi qualificazione diversa da quelle previste nel presente disciplinare, ivi compresi gli aggettivi «extra», «fine», «scelto», «selezionato» e simili.

E' tuttavia consentito l'uso di indicazioni che facciano riferimento a nomi, ragioni sociali, marchi privati, non aventi significato laudativo e non idonei a trarre in inganno l'acquirente.

4. Sono consentite le menzioni facoltative previste dalle norme comunitarie, oltre alle menzioni tradizionali purché pertinenti ai vini di cui all'art. 1.

5. Nella designazione del vino spumante e' consentito riportare il termine millesimato, purché il prodotto sia ottenuto con almeno l'85% del vino dell'annata di riferimento, che va indicata in etichetta.

6. Nella designazione e presentazione del vino spumante e' consentito fare riferimento a comuni o frazioni di cui all'allegato elenco A, a condizione che il nome del comune o frazione in cui sono state ottenute le uve sia accompagnato dalla menzione «Rive» e che detti riferimenti siano riportati nell'albo vigneti. In etichettatura e' obbligatorio indicare l'anno di produzione delle uve.

7. Nell'etichettatura la denominazione «Prosecco» deve seguire il nome della denominazione «Conegliano Valdobbiadene» o «Conegliano» o «Valdobbiadene» ed avere caratteri di dimensioni uguali o inferiori alla stessa.

La menzione «Rive», seguita dal nome del comune o frazione, e «superiore» nonche' i riferimenti al «millesimo», dovranno figurare in caratteri con dimensioni massime pari a due terzi del nome della denominazione «Conegliano Valdobbiadene» o «Conegliano» o «Valdobbiadene».

8. La denominazione di origine controllata e garantita «Conegliano Valdobbiadene - Prosecco» e' contraddistinta in via esclusiva ed obbligatoria da un marchio collettivo di dimensioni e colori stabiliti nel manuale d'uso, di cui all'allegato B del presente disciplinare.

Tale marchio e' sempre inserito nella fascetta sostitutiva del contrassegno di Stato.

Tutti gli elaboratori iscritti all'albo degli imbottiglieri, hanno inoltre facolta' di apporre separatamente il marchio, distribuito esclusivamente dal Consorzio di tutela, sulle bottiglie.

L'utilizzo del marchio e' curato direttamente dal Consorzio di tutela, che deve distribuirlo a tutti gli imbottiglieri/confezionatori che ne fanno richiesta, alle medesime condizioni economiche e di utilizzo riservate ai propri associati.

Art. 8. Confezionamento

1. I vini a Denominazione di origine controllata e garantita «ConeglianoValdobbiadene - Prosecco» devono essere immessi al consumo come previsto dalle norme nazionali e comunitarie, nei recipienti in vetro tradizionali per la zona.

2. Volumi nominali, forma e colore. I vini a Denominazione di origine controllata e garantita «ConeglianoValdobbiadene - Prosecco» possono essere presentati al consumo in recipienti di vetro di qualunque capienza prevista per legge.

Fino a 5 litri sono ammesse solo le bottiglie in vetro, per colore e forma, tradizionalmente usate nella zona, la cui gamma colorimetrica puo' variare dalle tonalita' del bianco, al giallo, al verde, al marrone, al grigio-nero di varia intensita'. Inoltre, su richiesta degli operatori interessati o del Consorzio di tutela, puo' essere consentito con apposita autorizzazione del Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali l'utilizzo di contenitori tradizionali della capacita' di litri 6, 9 e superiori, in occasione di eventi espositivi e promozionali.

3. Chiusure. Per i vini tranquilli sono consentite le chiusure con tappo raso bocca in sughero. Per i frizzanti e' consentito l'uso delle chiusure sopra menzionate o del tappo a fungo in sughero, inoltre e' consentito che il tappo cilindrico di sughero sia trattenuto dalla tradizionale chiusura in spago.

Per la tipologia spumante i recipienti devono essere chiusi con il tappo a fungo di sughero marchiato con il nome della denominazione, per i recipienti di capacita' non superiore a 0,200 litri e' consentito l'uso del tappo a vite con sovrattappo a fungo in plastica.

ELENCO DEI COMUNI E DELLE FRAZIONI CHE ACCOMPAGNANO LA MENZIONE «RIVE»

Allegato A

=====
Comuni: | Elenco Frazioni: Elenco

- =====
1. CISON DI VALMARINO 2. COLLE UMBERTO 3. FARRA DI SOLIGO 4. FOLLINA
5. MIANE 6. PIEVE DI SOLIGO 7. REFRONTOLO 8. SAN PIETRO DI FELETTO 9. SAN VENDEMIANO
10. SUSEGANA 11. TARZO 12. VIDOR
| 1. Arfanta | 2. Bagnolo | 3. Barbisano | 4. Bigolino | 5. Campea
| 6. Carpesica | 7. Col San Martino | 8. Colbertaldo | 9. Colfosco |10. Collalto |11. Combai |12.
Corbanese |13. Cozzuolo |14. Farro' |15. Formeniga |16. Guia |17. Manzana |18. Ogliano |19.
Premaor |20. Resera |21. Rolle |22. Rua |23. San Giovanni |24. San Michele |25. San Pietro di
Barbozza |26. San Vito |27. Santa Maria |28. Santo Stefano |29. Scomigo |30. Solighetto |31.
Soligo

ALLEGATO 3 – INTERVISTA A IVO NARDI DELL’AZIENDA VINICOLA “PERLAGE SRL” DI FARRA DI SOLIGO (TV) DA PARTE DI VENETOAGRICOLTURA. FONTE: DOCUMENTO FORNITO PERSONALMENTE DALL’AZIENDA.

L’azienda Perlage dei fratelli Nardi, dedita dal 1981 alla produzione di vini biologici, vende i propri prodotti in venti paesi. Con l’amministratore Ivo Nardi abbiamo parlato delle strategie aziendali e della situazione del vino biologico nei mercati internazionali.

1 – Come è nata la scelta di convertire al biologico la vostra azienda?

2 – Quali difficoltà avete incontrato nella conversione?

3 – Qual è la situazione del vino biologico sui mercati internazionali?

4 – Quali impegni vi siete assunti per vendere alla GDO inglese?

5 – Come è stato lavorare con enologi dei paesi del Nuovo Mondo?

6 – La crisi economica internazionale ha avuto effetti negativi anche sui vini biologici?

7 – Come avete superato i limiti della dimensione aziendale per disporre di una massa critica sufficiente a vendere all’estero?

8 – Quale ruolo gioca la qualità nella vendita dei vini biologici?

9 – Ritieni utili le certificazioni?

10 – Quali strategie di comunicazione realizzate?

11 – Partecipate anche voi al variopinto mondo di internet?

12 – Infine, cosa pensa della nuova DOC Prosecco?

RINGRAZIAMENTI

Al termine di questo lavoro conclusivo della mia carriera universitaria voglio ringraziare quanti mi hanno sostenuto in questi anni di studio.

Desidero dire grazie al Professor Carlo Giupponi per la disponibilità ad aiutarmi nella stesura di quest'elaborato, per la sua pazienza e cortesia e per gli importanti suggerimenti dati in questi mesi, affinché potessi sempre mettere in gioco le mie migliori capacità.

Un grosso ringraziamento va rivolto anche al Presidente di Perlage Ivo Nardi e alla sua collaboratrice Jessica Zanette, per la disponibilità nel rispondere all'intervista da me proposta e per avermi fornito preziose informazioni, utili ad articolare adeguatamente il mio lavoro.

Voglio ricordare poi i miei "pochi" compagni di corso, con i quali ho condiviso momenti di studio in gruppo e momenti di relax tra un lezione e l'altra. Vi ringrazio per aver accolto le mie fragilità e per avermi incoraggiato nello studio.

Ringrazio Tutti i miei Amici, in particolare Chiara, per avermi fatto vivere in questi anni, oltre allo studio, delle esperienze uniche di festa e divertimento. Vi ringrazio per volermi bene ed essere sempre presenti nei momenti di difficoltà.

Un pensiero particolare va ai Miei Nonni Irma e Luigi, poiché la loro passione per la vite e il vino a suscitato in me l'idea di scegliere questo argomento a sostegno della mia tesi. Grazie poi a mia Nonna Rosetta, che pur se oggi non è più cui con me, mi ha cresciuto e sarebbe sicuramente orgogliosa di me come lo era.

Dedico infine questo lavoro alla mia Famiglia, a mia Mamma Roberta, a mio Papà Piero e a mio Fratello Matteo per non avere mai ostacolato le mie scelte, sostenendomi lungo questo percorso di crescita personale e culturale.

MARCO