



Danielle Borra
Andrea Dal Vecchio
Alessio Marco Lazzari
Stefano Massaglia
Andrea Viberti

La percezione del concetto di sostenibilità nel settore vitivinicolo

FRANCOANGELI

Agricoltura e benessere

Informazioni per il lettore

Questo file PDF è una versione gratuita di sole 20 pagine ed è leggibile con



La versione completa dell'e-book (a pagamento) è leggibile con Adobe Digital Editions. Per tutte le informazioni sulle condizioni dei nostri e-book (con quali dispositivi leggerli e quali funzioni sono consentite) consulta [cliccando qui](#) le nostre F.A.Q.



Agricoltura e benessere

La collana si propone di divulgare i risultati di studi e ricerche su tematiche di frontiera per l'agricoltura. L'intento è quello di favorire un maggiore orientamento del settore verso la sostenibilità in tutte le sue declinazioni e di offrire approfondimenti scientifici fondati su un approccio multidisciplinare a temi che spaziano dalla *food safety* alla *food quality*, dalla tutela della salute alle questioni di bioenergia, dalla multifunzionalità allo sviluppo rurale e territoriale.

In particolare, la collana si pone l'obiettivo di promuovere il dibattito scientifico sull'agricoltura moderna, valorizzando contributi alla scienza dell'economia agraria e dell'estimo che presentino caratteristiche di originalità, sia dal punto di vista metodologico e scientifico, sia come apporti all'operatore pubblico e alle imprese in termini di elaborazione delle strategie volte al miglioramento del benessere socio-economico, ambientale, territoriale e generazionale.

Tutti i volumi pubblicati in collana sono sottoposti a double blind peer review.

Coordinatori

Dario Casati, Gian Paolo Cesaretti, Augusto Marinelli

Comitato Scientifico

Enrico Giovannini, professore ordinario di Statistica Economica – Università degli Studi di Roma "Tor Vergata".

Adriano Giannola, professore ordinario di Economia bancaria – Università di Napoli "Federico II".

Rosanna Abbate, professore ordinario di Medicina Interna – Università degli Studi di Firenze.

Paolo Inglese, professore ordinario di Colture Arboree – Università degli Studi di Palermo.

Mario Morcellini, professore ordinario di Sociologia della comunicazione – Università degli Studi di Roma "La Sapienza".

Amedeo Reyneri, professore ordinario di Agronomia e coltivazioni erbacee – Università degli Studi di Torino.

I lettori che desiderano informarsi sui libri e le riviste da noi pubblicati possono consultare il nostro sito Internet: www.francoangeli.it e iscriversi nella home page al servizio “Informatemi” per ricevere via e-mail le segnalazioni delle novità.

Danielle Borra
Andrea Dal Vecchio
Alessio Marco Lazzari
Stefano Massaglia
Andrea Viberti

La percezione del concetto di sostenibilità nel settore vitivinicolo

Agricoltura e benessere

FRANCOANGELI

Copyright © 2016 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy.

L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore. L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito www.francoangeli.it.

INDICE

Introduzione , di <i>Stefano Massaglia, Danielle Borra, Andrea Dal Vecchio, Andrea Viberti e Alessio Marco Lazzari</i>	pag.	7
1. Il concetto di sostenibilità nel settore vitivinicolo: una rassegna bibliografica , di <i>Andrea Dal Vecchio</i>	»	9
2. I principali progetti di sostenibilità del vino in Italia e nel mondo , di <i>Andrea Viberti e Danielle Borra</i>	»	14
2.1. La sostenibilità nei principali paesi produttori	»	14
2.2. La sostenibilità in Italia	»	23
3. Materiali e metodi , di <i>Andrea Dal Vecchio, Stefano Massaglia e Alessio Marco Lazzari</i>	»	35
3.1. Metodologia produttori	»	35
3.1.1. Gli ambiti della sostenibilità nella produzione vitivinicola	»	36
3.2. Metodologia consumatori	»	37
4. La percezione del concetto di sostenibilità negli areali di indagine , di <i>Andrea Dal Vecchio, Stefano Massaglia e Alessio Marco Lazzari</i>	»	39
4.1. L'areale del Barolo DOCG	»	39
4.2. L'areale del Gavi DOCG	»	49
4.3. L'areale del Valle d'Aosta DOC	»	57
4.4. Confronto fra i tre areali di indagine	»	67

5. Il consumatore e il concetto di sostenibilità , di <i>Andrea Viberti e Danielle Borra</i>	pag.	71
5.1. La sostenibilità per il consumatore di vino: una rassegna bibliografica	»	71
5.2. Il consumatore italiano e la sostenibilità	»	75
6. Conclusioni , di <i>Andrea Dal Vecchio e Andrea Viberti</i>	»	84
Bibliografia	»	87
Allegati	»	89
8.1. Questionario produttori	»	89
8.2. Questionario consumatori	»	94

INTRODUZIONE

di *Stefano Massaglia, Danielle Borra, Andrea Dal Vecchio,
Andrea Viberti e Alessio Marco Lazzari*

Oggetto del presente volume è l'analisi del concetto di sostenibilità nella filiera vitivinicola, per mezzo di un'indagine sperimentale condotta in tre areali produttivi del Nord-Ovest italiano, al fine di valutare la percezione del suddetto concetto da parte dei diretti interessati nella filiera produttiva del prodotto enologico: i produttori e i consumatori finali.

Il volume si articola in diverse parti, ciascuna delle quali prende in considerazione un aspetto della ricerca, in modo tale da fornire al lettore una visione il più possibile completa e definita del ruolo che la sostenibilità riveste nella buona conduzione di un'azienda vitivinicola. A questa breve introduzione segue un primo capitolo volto a delineare le linee di principio che riguardano la sostenibilità nell'industria vitivinicola, andandone ad analizzare le differenti posizioni che in bibliografia si possono reperire a riguardo. Segue una panoramica generale sullo scenario internazionale e nazionale delle iniziative per lo sviluppo sostenibile nel settore del vino. Il terzo capitolo entra nello specifico dell'attività sperimentale che è stata condotta, descrivendone i materiali e i metodi. Di questa attività, nel quarto capitolo vengono esposti i risultati in funzione dell'ambito territoriale oggetto di indagine. Infine, il testo si conclude con un'ultima parte dedicata a definire il comportamento di acquisto del consumatore di vino e ad analizzare gli attributi di scelta che influenzano le sue decisioni in merito. Seguono le conclusioni.

Lo studio sui produttori è stato condotto rilevando le risposte ottenute dopo aver sottoposto ad un campione di aziende vitivinicole un questionario di valutazione creato appositamente. Gli areali di indagine hanno interessato due zone di produzione viticola d'eccellenza nel panorama enologico piemontese, cui ne è stata aggiunta una terza corrispondente alla regione Valle d'Aosta. Per tanto, si è scelto di circoscrivere l'indagine alla zona di produzione del Barolo DOCG, a quella del Gavi DOCG e all'unica denominazione

d'origine presente sul territorio valdostano, la DOC "Valle d'Aosta". La ricerca sui consumatori, è stata anch'essa sviluppata attraverso la somministrazione di un questionario di valutazione ad un campione di consumatori.

1. IL CONCETTO DI SOSTENIBILITÀ NEL SETTORE VITIVINICOLO: UNA RASSEGNA BIBLIOGRAFICA

di *Andrea Dal Vecchio*

Il tema della sostenibilità in vitivinicoltura costituisce da qualche anno a questa parte argomento di accesa e approfondita discussione, tanto in ambito accademico, quanto tra gli operatori della filiera e l'opinione pubblica.

Non molte altre sono le problematiche connesse con il mondo agricolo che hanno interessato il parere dei consumatori, quanto l'attenzione che essi rivolgono all'importante ruolo svolto dagli agricoltori nel mettere in campo buone pratiche agricole volte a rendere il più sostenibile possibile le loro produzioni.

Come spesso accade, tutto questo interessamento si rivolge però a un concetto che non sempre è di così facile e immediata interpretazione. Il concetto di "sostenibilità", infatti, rientra in quel vasto insieme di termini di cui non esiste una definizione univoca e universalmente riconosciuta; anzi, la vastità e la complessità del concetto stesso la rendono oggetto di diverse interpretazioni, anche piuttosto distanti tra di loro a seconda del punto di vista da cui lo si esamina.

Sottolineato il fatto che non esiste un'uniformità di posizione sul tema della sostenibilità in ambito vitivinicolo, si possono in ogni caso, dal punto di vista accademico, delineare dei filoni di ricerca sui quali si concentra il dibattito accademico. Sono stati così delineati una serie di principi fondamentali e ampiamente condivisi che accomunano le diverse definizioni proposte:

- l'attenzione rivolta alle tematiche ambientali come risposta ai mutamenti climatici e ai rischi sempre maggiori cui sta andando incontro l'ambiente;
- la consapevolezza di dover preservare il valore delle risorse per poterle tramandare alle generazioni future;
- il proposito di sfruttare il più equamente possibile le risorse naturali da parte delle generazioni attuali.

Volendo ricercare una definizione che rispecchi quanto più oggettivamente possibile i principi ispiratori sopra elencati, può essere utile riportare quella data dall'Organizzazione Internazionale del Vino (OIV) nella Risoluzione CST 1/2004:

Approccio globale commisurato ai sistemi di produzione e 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 all'ambiente, alla sicurezza dei prodotti, alla salute dei consumatori e la valorizzazione degli aspetti patrimoniali, storici, culturali, ecologici ed estetici (OIV, 2004).

Gli obiettivi che, per tanto si prefigge il testo della definizione sono:

- produrre uve e vini che rispondano alla domanda del consumatore;
- proteggere la salute e assicurare la sicurezza dello stesso;
- proteggere la salute e la sicurezza del produttore e del personale coinvolto nella produzione;
- privilegiare i processi di regolazione naturale;
- limitare gli impatti ambientali della viticoltura e dei processi di trasformazione;
- privilegiare una viticoltura sostenibile dal punto di vista ambientale, ecologico ed economico;
- mantenere la biodiversità degli ecosistemi viticoli e associati;
- limitare l'uso degli input e dell'energia;
- gestire i fiuti e i reflui;
- preservare e valorizzare i paesaggi viticoli.

Se si vuole analizzare la definizione del concetto di sostenibilità dal punto di storico, trattandosi di un aspetto di cui la comunità scientifica si è interessata in tempi relativamente recenti, una prima definizione la troviamo nel rapporto Brundtland del 1987 dove si descrive lo sviluppo sostenibile come «la capacità di uno stato o di un processo di mantenere un certo livello in modo indefinito».

In realtà, la presa di coscienza che fosse diventato necessario porre dei vincoli allo sviluppo della società umana, essendo questo diventato per l'appunto “insostenibile” nei confronti dell'ambiente circostante, alla fine degli anni Sessanta del secolo scorso portò la biologa, Rachel Carson, alla pubblicazione del libro *Silent Spring*, che pose in luce il problema riscuotendo un forte partecipazione tra la popolazione.

Il testo affronta il tema del rapporto tra uomo e natura e viene considerato un caposaldo della nascita dell'ambientalismo internazionale (Pomarici *et al.*, 2014).

Una volta messa in luce la necessità di definire a livello internazionale delle regole comuni che fossero in grado di gestire lo sviluppo industriale rendendolo compatibile con le esigenze ambientali, alla Conferenza di Rio (UN Earth Summit) del 1992 si posero le basi per un processo che sarebbe giunto a piena maturità con l'incontro di Johannesburg (UN World Summit on Sustainable Development) nel 2002.

Nell'arco dei dieci anni trascorsi tra le due conferenze, il concetto di sviluppo sostenibile assunse una sempre maggiore strutturazione e partendo dall'attenzione alla salvaguardia dell'ambiente giunse a legare in modo indissolubile la conservazione e il miglioramento delle risorse naturali con l'economicità e riproducibilità dei processi produttivi e il rispetto dei diritti, della dignità e della salute di tutti gli individui (Pomarici *et al.*, 2014).

Partendo dal presupposto che il concetto di sostenibilità affonda le sue origini in ambito ecologico, identificandosi come la capacità degli ecosistemi di conservarsi nel tempo, diventa chiaro come l'elemento temporale sia uno strumento indispensabile per valutare la sostenibilità di un sistema, qualunque esso sia.

Ciò significa che solo nella visione dello scorrere dell'arco temporale possono essere valutate le scelte tecniche alla luce della sostenibilità (Penner *et al.*, 2014).

Da un lato, infatti ogni singola attività svolta, nel caso specifico dal viticoltore, deve tenere conto delle sue conseguenze sotto due diversi fronti: da un lato il consumo di risorse e la loro eventuale capacità di riformarsi e dall'altro la conseguente produzione di scarti e rifiuti, valutandone la rispettiva quantità e qualità, tali da consentire all'ambiente di poterli assorbire.

Le molteplici interazioni che la sostenibilità ha con il mondo esterno, permettono di definirne i quattro grandi ambiti di riferimento:

- ambientale;
- economico;
- sociale;
- istituzionale.

La complementarità di ciascun ambito con gli altri fa sì che si realizzi una condizione di piena e totale sostenibilità nel momento in cui nessuno prevale sull'altro e tutti sono soddisfatti contemporaneamente.

Possiamo, quindi, riferirci alla sostenibilità come a un concetto ispirato da principi che includono, in maniera sistematica, l'ambiente e i sistemi so-

cio-culturali. L'adozione di una prospettiva sostenibile ispira principi in ambito economico (la massimizzazione del benessere e il potenziamento dell'efficienza), ecologico (la capacità di carico e la conservazione delle risorse), sociale (le relazioni tra i soggetti) e istituzionale (Munashinghe, 1996; de Bruyn e van Drunen, 1999).

Rimanendo ancora per un momento ad un livello generalista del concetto di sostenibilità all'interno di un qualunque impresa, il dibattito accademico che insiste attorno ad essa può essere ricondotto a diversi filoni di indagine, ciascuno caratterizzato da punti di vista differenti.

Un primo filone è quello che si concentra sull'*atteggiamento* e sull'*orientamento* dell'impresa nei confronti della sostenibilità.

È utile, a tal fine, chiarire che cosa si intenda per atteggiamento e cosa per orientamento. Gli atteggiamenti (*attitudes*) delle persone che operano all'interno dell'impresa possono tradursi in un orientamento (*orientation*) della stessa nei confronti di determinati temi (Casini *et al.*, 2010).

Da un'analisi della letteratura, si possono rilevare diverse definizioni di atteggiamento e orientamento; a titolo di esempio, dagli studi di Lumpkin e Dess (2001), emerge che l'orientamento può essere definito come quel grado di apertura nei confronti di determinate tematiche che deriva da atteggiamenti presenti all'interno dell'impresa e che si traduce in azioni e scelte; gli orientamenti variano a seconda della presenza di caratteristiche che lo definiscono e della reattività dell'impresa nei confronti di input provenienti dall'ambiente esterno. Gli atteggiamenti, invece, si riferiscono ad una sfera più soggettiva che, estendendosi all'impresa, può influire sul clima aziendale.

Un secondo filone di ricerca va ad analizzare i principi e le pratiche in tema di sostenibilità. Tipici esempi in tal senso sono riconducibili agli studi di D'Souza *et al.*, 1993; Saltier *et al.*, 1994; Drost *et al.*, 1996; Barrow, 1999; Rigby *et al.*, 2001; Meyer-Aurich, 2005 e Wall e Smit, 2005.

Il terzo ambito di ricerca si concentra sulle relazioni esistenti tra la sostenibilità e l'attività di pianificazione strategica dell'impresa. Oggetto di questo campo di indagine è la valutazione di come le pratiche sostenibili influenzino la pianificazione aziendale, sia nello specifico delle funzioni aziendali in cui l'attività dell'impresa è organizzata (produzione, marketing, finanza), sia nella definizione della mission e nella gestione dell'immagine aziendale (Casini *et al.*, 2010).

Esempi in letteratura si trovano negli studi sulle relazioni tra principi di sostenibilità e responsabilità sociale dell'impresa, condotti da Maloni e Brown nel 2006.

Il tema del *green marketing* rientra proprio all'interno di questo filone di ricerca. Il green marketing sottolinea tutti gli aspetti di un prodotto, connessi

in maniera positiva con l'ambiente (Charter e Polonski, 1999), come ad esempio la biodegradabilità del packaging o la possibilità che il prodotto sia certificato in virtù delle sue proprietà eco-sostenibili. Nella visione di Peattie e Charter (2003), il green marketing enfatizza la sostenibilità fisica dei processi di marketing e il loro livello di accettabilità da parte della società; ha una visione olistica e interdipendente dalle relazioni tra società economica e ambiente; ha una prospettiva *open-ended*; considera l'ambiente come qualcosa che ha un valore intrinseco e si concentra su problemi globali.

Il quarto e ultimo filone di ricerca, analizza gli atteggiamenti e le percezioni dei soggetti portatori di interesse nei confronti dell'adozioni di pratiche sostenibili. In parole più semplici, gli studi si concentrano sull'analisi del comportamento di acquisto del consumatore, valutandone la disponibilità a pagare di più per un prodotto ambientalmente sostenibile. (Krystallis e Chrysohoidis, 2005; Yiridoe *et al.*, 2005; Onyango *et al.*, 2007).

Come si evince da questa breve panoramica sulle molteplici vie di interpretazione e ricerca del concetto di sostenibilità, si intuisce come la stessa ricerca sia ancora ben lungi dall'essere giunta ad un punto fermo e sia, per tanto, ancora in piena evoluzione.

La sostenibilità è un tema estremamente complesso, di difficile interpretazione e nel quale è fin troppo facile cadere in semplificazioni e banalizzazioni per le quali un'operazione culturale o un metodo di produzione è sostenibile ed il resto non lo è per nulla. Vanno quindi individuati degli obiettivi chiari da perseguire, cercando di mantenere una visione aperta a tutti gli aspetti della produzione: dalle prime fasi in campagna fino alla collocazione delle produzioni nelle mani del consumatore finale (Penner *et al.*, 2014).

2. I PRINCIPALI PROGETTI DI SOSTENIBILITÀ DEL VINO IN ITALIA E NEL MONDO

di *Andrea Viberti e Danielle Borra*

Il concetto di sostenibilità si è inserito nel comparto vitivinicolo da qualche anno a questa parte sotto la spinta della *green economy* e del sempre maggiore interesse dei consumatori verso prodotti sempre più naturali, con un minore impatto sull'ambiente e maggiore attenzione anche verso gli aspetti socio-economici. Tale esigenza, è stata in prevalenza declinata dai “nuovi mondi” con la realizzazione di progetti più o meno dettagliati. Nelle pagine seguenti, verrà riportata una breve panoramica sui principali progetti di sostenibilità a livello internazionale, per poi passare ad analizzarne alcuni in ambito nazionale.

2.1. La sostenibilità nei principali paesi produttori

Ogni paese produttore ha declinato a proprio modo il concetto di sostenibilità. Grazie ad una breve panoramica delle principali iniziative, è possibile apprezzarne i punti di contatto e le differenze.

Nuova Zelanda

La Nuova Zelanda ha vissuto un 2014 decisamente buono per l'industria vitivinicola del paese. Le esportazioni sono cresciute notevolmente e il vino è entrato nella top-5 delle esportazioni del paese. La produzione per l'anno 2014 si è attestata in crescita a 3.2 milioni di ettolitri. Per sostenere tali livelli di crescita il paese sta investendo molto in reputazione e sostenibilità. I prodotti certificati sostenibili e organici (BIO) hanno raggiunto circa il 10% della produzione nazionale.

La Nuova Zelanda è uno dei primi paesi ad aver investito sulla sostenibilità nel settore vitivinicolo lanciando nel lontano 1994, grazie all'interessamento dei produttori vitivinicoli, il progetto *Sustainable Winegrowing New*

Zeland-SWNZ. I primi prodotti e il relativo marchio commerciale hanno fatto il loro debutto sul mercato vinicolo nazionale 3 anni dopo, nel 1997 avviando una progressiva diffusione del progetto in tutte le aree produttive del paese. Successivamente, nell'anno 2002 sono state introdotte nuove norme di cantina che hanno rappresentato un significativo sviluppo del progetto. Gli obiettivi principali del progetto sono molteplici e hanno come scopo principale quello di fornire alle aziende un modello di viticoltura e produzione del vino che sia rispettoso dell'ambiente e economicamente sostenibile e al consumatore prodotti di elevata qualità e spiccata salubrità. I prodotti che superano i controlli realizzati da un ente certificatore secondo parametri definiti dall'organizzazione, possono fregiarsi di un marchio in etichetta molto apprezzato all'interno del paese e conosciuto a livello internazionale (Fig. 2.1). L'interesse verso queste produzioni e verso il biologico in Nuova Zelanda ha fatto registrare forti crescite nell'ultimo periodo. È inoltre presente un sito internet nazionale dedicato al vino che diffonde le informazioni relative ad ogni regione produttiva, ad ogni tipologia di prodotto nonché informazioni circa la sostenibilità e i vini Bio sul progetto.

Fig. 2.1 – Logo SWNZ



Sud Africa

Il Sud Africa è caratterizzato da una elevata biodiversità. Il progetto Sustainable Wine South Africa nasce dalla collaborazione tra il Wine and Spirit Board (WSB), The Integrated Production of Wine (IPW) scheme, The Biodiversity & Wine Initiative (BWI) e Wines of South Africa (WOSA) allo scopo di guidare i produttori del Sud Africa verso l'utilizzo di tecniche sostenibili e rispettose dell'ambiente. Il comitato vanta la partecipazione al suo interno anche del WWF e la sua struttura è organizzata in comitati tecnici formati da personale competente che ha il compito di fornire le istruzioni da seguire nella produzione vitivinicola. Tali specifiche sono in continua revisione e aggiornamento in modo tale da fornire una performance ambientale

sempre migliore alle aziende. È inoltre presente un costante monitoraggio circa l'applicazione dei piani redatti, la verifica dei trattamenti e le segnalazioni di eventuali difformità affidati a enti di certificazione esterni all'organizzazione.

Solo le aziende che superano i controlli possono fregiarsi del marchio. Le prime linee guida legate alla sostenibilità sono state pubblicate nel 1998. Il Board che se ne occupa afferma che ad oggi circa il 95% delle aziende rispetta le norme di sostenibilità che sono state implementate. A tal proposito è stata realizzata un'apposita etichetta che contraddistingue i prodotti sostenibili in modo da garantire una corretta informazione anche ai consumatori. Dal 2015 l'etichetta di sostenibilità rilasciata a quelle aziende che hanno rispettato il disciplinare, è stata integrata a quella della denominazione di origine in vigore dal 1978 in modo tale da fornire le informazioni circa la qualità dei prodotti in maniera univoca e organizzata (Fig. 2.2).

Fig. 2.2 – Logo SWSA



Australia

Anche l'Australia ha messo a punto un proprio progetto di sostenibilità nel settore vitivinicolo a partire dagli anni 2000 su iniziativa della McLaren Vale Grape Wine and Tourism Association. Con il passare degli anni, sono stati implementati e rilasciati diversi disciplinari riguardanti i vari argomenti sino a ricomprendere tutti i processi legati alla produzione vitivinicola. L'associazione inoltre promuove anche workshop e seminari al fine di accrescere le conoscenze e le competenze dei produttori nel campo della gestione sostenibile dell'azienda. Oltre a informazioni di natura tecnica, l'associazione ha anche preso in analisi le attività economico-finanziarie delle aziende.

I principali obiettivi perseguiti dall'associazione sono:

- accrescere la sostenibilità dell'industria vitivinicola australiana;
- incrementare il livello qualitativo del vino;

- promuovere lo sviluppo sociale delle regioni vitivinicole;
- favorire il mantenimento dei territori;
- ottimizzare gli input;
- ridurre al minimo gli impatti della viticoltura sull'ambiente;
- incontrare le esigenze delle aziende.

A tal proposito, sono stati identificati 7 diversi passaggi chiave su cui concentrare le attenzioni:

- il mantenimento dei suoli e la loro fertilizzazione;
- la gestione e l'utilizzo dei fitofarmaci;
- il mantenimento della biodiversità;
- management dell'acqua;
- management dei rifiuti;
- sostenibilità sociale e relazioni tra aziende, lavoratori e comunità;
- sostenibilità economica.

Il programma è gestito tramite una piattaforma on line sulla quale vengono registrate tutte le informazioni necessarie come ad esempio i trattamenti, addirittura attraverso la geo-localizzazione GPS.

Le performance di sostenibilità di ogni azienda sono misurate su quattro diversi livelli identificabili attraverso diversi colori, il blu, il verde, il giallo e il rosso. Il blu rappresenta il miglior livello di performance ambientali, mentre il rosso rappresenta il gradino più basso.

Attualmente all'interno della McLaren Vale, il 40% delle aziende aderisce al progetto di sostenibilità con forte interesse anche da parte delle aziende che ancora non ne sono entrate a far parte (Fig. 2.3).

Fig. 2.3 – Logo McLaren Vale



Cile

Anche il Cile seguendo la tendenza dei “nuovi mondi” ha messo a punto un proprio programma di sostenibilità nella viticoltura con tre pilasti principali:

- verde, per tutti gli aspetti riguardanti il vigneto;
- rosso, per tutti gli aspetti riguardanti i processi produttivi;

- arancione, per tutti ciò che riguarda la sfera sociale.

L'obiettivo principale da cui ha avuto origine il progetto è rappresentato dalla volontà di promuovere tra i produttori i benefici che una produzione sostenibile apporta all'ambiente, alla società e alla salute dei consumatori. Per poter aderire al progetto le aziende devono avere un programma di gestione sociale e dell'ambiente. Il disciplinare richiede una visione a lungo termine della gestione sostenibile dell'azienda e della produzione. Aderendo al progetto, l'azienda accetta di sottoporsi a controlli e verifiche da parte di un ente esterno che in caso di parere favorevole rilascia la certificazione di sostenibilità. Il progetto vuole inoltre aiutare le aziende a sviluppare i seguenti punti:

- pianificare, implementare e mantenere aggiornato il sistema di management dei prodotti sostenibili;
- aiutare a introdurre cambiamenti nel modus operandi dei produttori al fine di incentivare una migliore relazione con la comunità;
- favorire la comunicazione con i clienti in merito alle proprie strategie produttive;
- migliorare continuamente la gestione aziendale al fine di mantenere la certificazione.

Al momento della stesura del testo le aziende certificate presenti sul sito ufficiale del progetto erano 51.

Una volta ottenuta la certificazione, le aziende possono apporre il marchio di sostenibilità direttamente sulle bottiglie nonché utilizzarlo nelle comunicazioni (Fig. 2.4).

Fig. 2.4 – Logo Chile Sustainable Wine



U.S.A.

Negli Stati Uniti sono presenti alcuni progetti legati al concetto di sostenibilità che sono stati sviluppati nelle diverse aree più vocate nella viticoltura e produzione di vini. Di seguito ne illustreremo alcuni.

California

Anche la California ha messo in atto un sistema di produzione sostenibile del settore vitivinicolo. In questo caso il termine sostenibilità abbraccia non solo le tematiche di tipo ambientale, ma anche quelle sociali ed economiche. Gli obiettivi che stanno alla base del progetto, possono schematicamente essere riassunti in:

- creare un sistema volontario di pratiche sostenibili da seguire da parte di tutte le aziende che fanno parte della comunità vitivinicola;
- favorire la trasmissione da produttore a produttore dei valori e dell'importanza della sostenibilità e accrescere il valore del prodotto;
- favorire il lavoro e la condivisione tra le diverse aziende per mantenere un dialogo aperto, rispettoso e collaborativo a tutti i livelli.

L'idea di un progetto di sostenibilità nasce nell'anno 2002 quando l'associazione dei produttori di vino della California inizia a lavorare per mettere insieme delle realtà capaci di sviluppare un programma. Nel 2003, grazie alla collaborazione con il National Wine Institute nasce il Sustainable Wine Programme (SWP) basato su un continuo miglioramento del sistema, in modo da recepire in ogni momento le richieste dei mercati e fare costanti passi in avanti verso il rispetto dell'ambiente. Per garantire un controllo imparziale, anche in questo caso si è scelto di affidarsi ad enti esterni ai quali viene demandato il compito di verifica del disciplinare. Una volta superata la certificazione sarà possibile apporre il marchio di sostenibilità ottenuto in licenza (Fig. 2.5).

Il progetto è assai condiviso in California e vede una copertura pari a circa il 70% degli ettari con produzioni certificate. Annualmente, inoltre, viene rilasciato un rapporto complessivo circa i risultati ottenuti.

Analoghi progetti sono nati in altre zone degli Stati Uniti come ad esempio in Oregon. L'associazione, precisa che non esiste una vera e propria categoria commerciale dei vini sostenibili come ad esempio per i vini BIO, ma si tratta solo di una certificazione esterna circa il rispetto di parametri fissati e ritenuti favorevoli al mantenimento dell'ambiente, della biodiversità e dei buoni rapporti sociali senza comprometterne l'aspetto economico.