

Sito: www.tigulliovino.it

Valore e valori del vino italiano

*Grande attenzione viene posta da **Bayer CropScience** alla filiera vitivinicola italiana per affermare il vino italiano nel mondo. Successo della giornata di studi tenutasi a Firenze, dal tema: 'Valore e Valori del vino italiano'*

di Mariella Belloni

L'Auditorium di Villa Vittoria, Palazzo dei Congressi di Firenze, ha ospitato il convegno sul vino organizzato e fortemente voluto da **Bayer CropScience Italia** per promuovere la conoscenza del vino italiano. **Bayer CropScience** aiuta chi produce il nostro vino, che considerato uno dei prodotti più amati, a farlo bene. Oggi l'Italia è il primo paese viticolo del mondo.

La scelta della città di Firenze è dovuta alla sua posizione centrale nell'area di produzione del vino, ma anche per una ragione molto più profonda: essere albergato in una città che ha le tradizioni storiche legate al vino. Coltura e Cultura del Vino, e nelle vigne l'amore per la vita. Una città che, come Firenze, può ritrovarsi in sintonia con un incontro che vuole riflettere sul vino.

L'affollatissima platea del convegno al Centro Congressi e la tipologia del programma, fanno indicare il successo dello stesso. E' stata l'occasione per ribadire il grande valore storico, economico e culturale di questo settore per il nostro Paese e per affrontare con i vertici delle principali associazioni e istituzioni del mondo della vite e del vino, tra le quali il Ministero delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali e l'Organizzazione internazionale della Vigna e del Vino (OIV), i temi cruciali relativi al mercato, consumi e normative in continua evoluzione.

Il vino italiano piace a tutto il mondo: per il nostro Paese esso costituisce infatti il secondo comparto agroalimentare in ordine di fatturato (10,7 miliardi di Euro nel 2006 - Fonte Federalimentare) ed è al primo posto nell'esportazione a livello mondiale. "E anche la tecnologia enologica italiana ha imposto il proprio primato nel mondo: dovunque vado, dove si fa il vino - ha spiegato Federico Castellucci, che dirige a Parigi l'Organisation Internationale del la Vigne e du Vin -, io ho trovato macchinari e tecnologie italiane". " Uno sviluppo molto interessante - ha aggiunto il direttore generale dell'OIV (ossia l'ONU dei paesi produttori di vino)- è l'espansione dei consumi di vino nei paesi non produttori, o bassissimi produttori: in questi paesi si beve sempre più vino durante i pasti , con riduzione delle bevande alcoliche che si bevono a digiuno, e quindi con riduzione dei problemi provocati dall'ubriachezza. Inoltre si stanno reimpiantando vigneti anche in paesi che avevano traslasciato la viticoltura, come nel nord-Africa": E' particolarmente interessante, secondo Castellucci, il fatto che la crescita dei consumi si rivolge prevalentemente a prodotti di buona qualità, anche nei paesi relativamente nuovi al mercato del vino, come nell'Europa orientale. Educare il pubblico a consumare prodotti di qualità e comunicare bene la filiera produttiva del vino sono azioni importanti.

La globalizzazione è una realtà consolidata, in enologia: in tutto il mondo, oggi una bottiglia di vino su tre viene bevuta fuori dei confini del paese in cui è stata prodotta, e la tendenza registrata dalle statistiche indica un ulteriore crescita di questo export universale generalizzato. "E il vino italiano, in questo panorama globale, ha il ruolo del protagonista", come ha sottolineato Castellucci, nel suo intervento al convegno.

E' questo uno fra i tanti dati emersi al convegno nazionale "Valori e valore del vino italiano - la parola alla filiera".

Il buon andamento delle esportazioni del vino italiano negli ultimi anni si spiega con la notorietà e la credibilità di cui gode il made in Italy nel mondo, che punta non tanto sull'offerta di un vino, ma piuttosto di un contesto culturale, fatto di storia, territorio, vitigni autoctoni, che non può essere imitato.

L'Italia rappresenta quindi, per il vino italiano, una garanzia implicita di qualità su cui puntare per affermarsi sui mercati: se da una parte infatti, l'analisi dei numeri a livello globale mostra un trend positivo della produzione e del consumo di vino fuori dai confini europei, dall'altra si sta assistendo in Italia, come in altri Paesi dell'Unione, ad una forte contrazione del mercato interno, mentre la concorrenza dei 'nuovi produttori'

di vino quali California, Australia, Sudafrica e Cile, è sempre più presente.

"**Bayer CropScience** pone grande attenzione alla filiera vitivinicola italiana", ha commentato Frank Terhorst - amministratore delegato di **Bayer CropScience** in Italia, "sviluppando nuove soluzioni tecniche e finalizzando incontri con gli attori della filiera per concertare insieme una risposta concreta alle esigenze di mercato e di consumo".

Bayer CropScience, una consociata di Bayer AG, è una delle società leader per volume d'affari e per innovazione nelle tecnologie applicate all'agricoltura ed è presente in più di 120 Paesi con un organico di circa 19.000 dipendenti. **Bayer CropScience** nel nostro Paese include le aree della protezione delle colture (Crop Protection) e delle scienze ambientali (Environmental Science).

Alcuni concetti guida dell'attività di BCS sottolineano che senza spirito creativo non c'è innovazione e senza conoscenza o condivisione l'innovazione non si diffonde.

Alla base di questi principi stanno le numerose e diversificate attività che da anni **Bayer CropScience** porta avanti per contribuire alla crescita professionale degli operatori del settore agricolo.

Questo impegno si realizza attraverso significativi investimenti nella ricerca e sviluppo di nuove sostanze attive efficaci, sicure e grazie alla collaborazione con i diversi esponenti pubblici e privati della filiera nazionale.

Con oltre 100 agronomi sul territorio, è inoltre il produttore di agrofarmaci più radicato nel territorio italiano, in grado di aiutare gli agricoltori a risolvere i loro problemi.

L'ascolto delle esigenze espresse dal mondo della vite e del vino italiano, determinante per orientare lo sviluppo delle nuove soluzioni in linea con quanto richiesto dal mercato, si realizza nell'attività quotidiana dei propri collaboratori sul territorio, ma anche attraverso incontri dedicati con rappresentanti selezionati della filiera, chiamati i "dialoghi di **Bayer CropScience**".

E' proprio attraverso questi momenti di confronto che è emersa fortemente l'esigenza di far conoscere al consumatore che cosa c'è dietro ciò che mangiamo e beviamo, per promuovere i valori unici e inimitabili dei prodotti italiani. Tanto più che sono proprio i consumatori italiani, come è emerso da una recente indagine di GfK-Eurisko, realizzata in collaborazione con **Bayer CropScience**, a dire che del cibo che mangiano non sanno quasi nulla, e che vorrebbero saperne.

"Il vino sta all'uva così come lo yogurt sta al latte" - ha spiegato Carlo Cannella, Professore ordinario di Scienza dell'Alimentazione nella Facoltà di Medicina e Chirurgia dell'Università "La Sapienza" di Roma - "Il vino è buono e quando lo beviamo, manteniamo le nostre radici mediterranee". - "Il vino è quello strumento che ci fa stare bene a tavola, ci aiuta a percepire meglio i sapori perché contiene tutte le componenti attive". - "Con il vino, prosegue Cannella, siamo riusciti a conquistare il mondo, e dobbiamo mantenere questa tradizione ed essere ambasciatori nel mondo del mangiare bene per apprezzare i sapori mediterranei".

Al convegno è stato presentato il nuovo volume della collana editoriale "Coltura e Cultura", curato da **Bayer CropScience**: "La Vite e il Vino", scritto coralmemente da un gruppo di ricercatori e accademici italiani di prestigio internazionale (ben 39 autori).

"Il volume è destinato sia agli operatori del settore sia al modo della ricerca e dell'istruzione e si propone, inoltre, come uno strumento utile per aiutare il lettore a operare scelte consapevoli - ha dichiarato Renzo Angelini, direttore marketing **Bayer CropScience**, nonché ideatore e curatore di questa collana -. E' infatti sempre più sentita dai consumatori la necessità di rassicurazione sulla naturalità e la genuinità dell'intero processo produttivo del vino, di cui oggi è spesso difficile seguire le tracce".

Gli argomenti sono raggruppati in sezioni a specifici capitoli, attinenti alla produzione e alla trasformazione dell'uva, nonché alla commercializzazione dei prodotti derivati dalla vite. Storia, cultura, paesaggio si intersecano nella trattazione di temi scientifici e di argomenti tecnici, che coinvolgono il lettore grazie alla forma di presentazione dei testi, arricchiti da immagini e da quadri sinottici che rendono l'opera facilmente consultabile per quanti intendono immergersi nel fascino che la storia passata e presente ha donato alla cultura della vite e del vino.

"Siamo orgogliosi di annunciare la nascita di questo terzo volume della collana" - ha dichiarato Massimo Manieri, Amministratore Delegato di ART - "Coltura & Cultura" è un'opera originale, capace di guidare il lettore attraverso le più antiche tradizioni fino alle tecniche più recenti e innovative, con particolare attenzione alla qualità e sicurezza delle produzioni e alla tutela dell'ambiente. Una collana resa possibile grazie alla combinazione delle competenze scientifiche di **Bayer CropScience** e quelle editoriali di ART". L'auspicio di **Bayer CropScience** è che "Coltura & Cultura" possa contribuire a far conoscere i valori di qualità e sicurezza quali elementi distintivi e caratterizzanti la produzione agroalimentare italiana.

"La Vite e il Vino" è per **Bayer CropScience** un atto di fiducia nella vitivinicoltura italiana, perché è un

investimento nel futuro, esattamente come piantare un albero che produrrà per i nostri figli e i nostri nipoti. "La Vite e Il Vino" è pubblicato con il marchio Script del gruppo ART e sarà presto disponibile nelle migliori librerie (610 pagine - 39 Euro). Per la medesima collana sono già stati realizzati i volumi sul grano e sul pero ed è già in lavorazione la quarta uscita, dedicata al mais. **Bayer CropScience** non trae alcun compenso dalla vendita di queste pubblicazioni.