



1986 - 2006
IL RINASCIMENTO DEL VINO ITALIANO
dalla crisi del metanolo
una metafora per l'economia del futuro

Lo scandalo del Metanolo, marzo 1986, è stato un colpo durissimo per il vino italiano. In soli 12 mesi le esportazioni crollarono del 37%. Ed è stato un colpo durissimo per l'Italia intera: ci furono delle vittime, e una perdita di prestigio incalcolabile.

Oggi, venti anni dopo, siamo il primo esportatore di vino al mondo, è nostro un quarto del fatturato globale del mercato, e le etichette italiane sono tra le più quotate e apprezzate ai quattro angoli del pianeta.

Cos'è accaduto in questi venti anni? Da quel 1986 il vino italiano ha imboccato la via della qualità: ridurre le quantità per aumentare il pregio e il valore, riallacciare i legami coi territori, enfatizzare i talenti unici legati al clima, ai terreni, ai vitigni, ai saperi, e insieme avere il coraggio di tornare ad innovare, a sperimentare. Seguendo la bussola dell'eccellenza.

Questo è il Rinascimento del vino italiano. La storia, ancora in cammino, della grande e coraggiosa riconversione di un settore produttivo. Ma anche una potente metafora di come potrebbe essere, e di come vorremmo che fosse, l'Italia del futuro. Un'Italia che crede in sé stessa, nelle sue radici e nella sua identità. Che si impone sui mercati mondiali e che si difende dalla concorrenza con l'arma che le è più congeniale: la qualità. La parabola del vino italiano dall'abisso del metanolo alle vette delle classifiche internazionali è, insomma, anche una preziosa indicazione per il mondo dell'imprenditoria, delle istituzioni locali, della politica.

Il metanolo è stato la punta di un iceberg. Il vino italiano era già in declino: da quando aveva scelto di puntare sulle grandi quantità a scapito della qualità, di privilegiare le tonnellate e sacrificare le differenze, le tipicità, i legami col territorio, i saperi tradizionali. Il metanolo è stato l'apice drammatico e criminale di questa corsa al ribasso.

Se oggi, nonostante i competitori siano più numerosi e agguerriti, siamo una superpotenza del vino è perché quella convinzione e quella scelta sono state rinnegate. Perché il vino italiano ha scelto di puntare all'eccellenza. Grazie anche al maggior rigore dei controlli e al rispetto delle regole. Oggi produciamo molto meno (il

37,4% rispetto all'86), ma il vino vale molto di più: il fatturato del settore è più che triplicato (+260%), come il valore dell'export (+250%). Le produzioni con denominazioni di origine – condizione non necessaria ma sufficiente della qualità – sono cresciute da un decimo della produzione, nel 1986, a quasi il 60% del totale, tra Doc, Docg e Igt, dell'anno scorso. E il loro numero è più che raddoppiato. A segnare ulteriormente il nuovo rapporto col territorio e l'ambiente, la diminuzione dell'uso di acqua e il taglio nell'impiego di agrofarmaci: ridotto, quest'ultimo, ad un terzo rispetto all'anno del metanolo.

Oggi il vino è anche uno dei più autorevoli ambasciatori dell'Italia nel mondo: si incrocia già, ma ancor più potrà farlo in futuro, col turismo e la valorizzazione del territorio, altre attività d'eccellenza. E catalizza nuovi investimenti. E' un modello di quella soft economy di cui l'Italia può essere il campione.

Restano questioni ancora aperte: legate alle definizioni delle regole, alla tutela delle indicazioni geografiche e dei marchi, alla determinazione di un giusto rapporto qualità prezzo per tutte le fasce di prodotto. C'è la necessità di promuovere su scala internazionale le nostre produzioni in modo meno frammentario ed episodico: che restituisca anche il rapporto simbiotico coi territori, le comunità, gli altri prodotti del made in Italy. Ma il solco è tracciato. Il settore vitivinicolo, a giudicare dai risultati indicati, ha ben chiare le direttrici del suo sviluppo, e su queste deve perseverare.

Si aprono anche nuove frontiere da conquistare: come la riscoperta e la valorizzazione dei numerosissimi vitigni autoctoni che una civiltà millenaria ha disseminato nel nostro paese.

E l'Italia? L'Italia deve saper leggere le preziose indicazioni che vengono dal successo dei viticoltori e dei vini italiani. Senza pregiudizi. Non dobbiamo commettere l'errore di credere che questa avventura culturale e produttiva sia un caso irripetibile, un'eccellenza inarrivabile e comunque marginale nell'economia complessiva del paese. Non dobbiamo pensarla come l'eccezione che conferma la regola. La qualità può essere la regola. L'Italia ne è capace.

E' proprio questa la nostra via alla competitività. Le grandi quantità e i bassi costi non saranno mai la nostra forza: c'è chi produce di più e a prezzi inferiori. Ma se scommettiamo sulla vocazione del Paese alla qualità, sui nostri talenti migliori, sulle doti che il mondo intero ci invidia, allora saremo imbattibili. E' la soft economy, che tiene insieme innovazione e tradizione – il recupero dei vitigni autoctoni con l'ausilio della genetica, per restare al vino – la ricerca e i saperi tradizionali, i territori, le comunità, il patrimonio storico artistico, la creatività e il saper fare, la qualità della vita e la coesione sociale.

Oggi che l'Italia si trova di fronte ad un necessario ripensamento del suo ruolo nell'economia mondiale, quella del vino è una storia da cui trarre indicazioni preziose.

15 febbraio 2006

Produzione e valore dei vini italiani

	1986	2004	2005	Andamento 1986 - 2005
Produzione di vini in Italia (mln hl)	76,8	53,3	48,1	-37,4%
Fatturato (prod. lorda vendibile, mld € val. corrente)	2,5	8	9	+260%
Valore export (mln €)	800	2700	2800	+250%

Impiego di agrofarmaci su vite

	1986	2004	2005	Andamento 1986 - 2005
Impiego di agrofarmaci su vite (tonnellate)	44.681	14.298		-68%*

Consumi

	1986	2004	2005	Andamento 1986 - 2005
Consumi (in litri pro-capite)	68	51	48,8	-28,2%

* 1986 - 2004

Produzione certificata

	1986		2004		2005		Andamento 1986 - 2005
	min hl	% su tot	min hl	% su tot	min hl	% su tot	
Produzione Doc, Docg	7,8	10,15%	16,6	31,1%	15	31,2%	
Produzioni Igt			13,8	25,9%	12,9	26,8%	
Produzione e certificata Doc, Docg e Igt		10,15%		57%		58%	

	1986	2004	2005	Andamento 1986 - 2005
Numero vini Doc	224	304	311	
Numero vini Docg	4	31	32	
Numero vini Igt		115	117	
Totale vini pro- duzione certifi- cata (Doc, Docg, Igt)	228	450	460	+102%

Il vino italiano nel mondo

L'Italia detiene il primato mondiale di Paese esportatore*

Quota di mercato italiana nel mondo 25%

Quota di mercato francese nel mondo 23%

Quota di mercato spagnolo nel mondo 16%

* in valore

Export	Quantità (hl)			Valore (mln €)		
	2001	2004	Variazione	2001	2004	Variazione
USA	1.784.513	2.088.333	+17,0%	611,2	739,3	+21,0%
Regno Unito	1.206.390	1.505.921	+24,8%	243,8	310,7	+27,4%
Canada	404.165	488.597	+20,9%	113,1	140,4	+24,1%
Danimarca	191.781	235.433	+22,8%	47,7	70,7	+48,2%
Spagna	89.717	146.683	+63,5%	12,9	29,1	+125,6%
Russia	22.902	54.828	+139,4%	7,6	21,1	+177,6%
Australia	43.341	40.182	-7,3%	10,6	11,3	+6,6%
Nuova Zelanda	44.167	14.330	-67,6%	3,5	4,1	+17,1%
Cina	6.720*	13.293	+97,8%	1,3*	2,8	+115,4%

* dati riferiti al 2003

Elaborazione dati: Coldiretti, Città del Vino, Symbola

Fonti: dati Istat, Banca d'Italia, Inea, Ministero delle Politiche Agricole e Forestali, Eurispes, Assoenologi e Unione Italiana Vini



L'**Associazione Nazionale Città del Vino** è una rete di Comuni, Province, Parchi e Comunità Montane a vocazione vitivinicola, depositari di almeno una Doc o Docg, impegnati nella promozione dei prodotti agroalimentari di qualità e custodi di una documentata tradizione enologica. Un sindacato per le identità enogastronomiche e le economie locali. Le Città del Vino sono un circuito di oltre 550 enti locali che rappresentano un ideale itinerario turistico nell'Italia dei borghi storici, delle città d'arte, di mare o di montagna, di ogni singola Città con una storia enogastronomica da raccontare e sperimentare.

La **Coldiretti** è una forza sociale fortemente radicata nel Paese, costituita da 18 Federazioni regionali, 98 Federazioni provinciali, 800 Uffici di zona e 9.812 sezioni e recapiti periferici. La consolidata rappresentatività fa della Coldiretti la principale Organizzazione agricola a livello nazionale ed europeo con quasi 600.000 imprese agricole, la maggioranza assoluta di quelle iscritte alle Camere di Commercio, e oltre 1,5 milioni di soci. Il suo obiettivo: garantire alle imprese agricole opportunità di sviluppo in un quadro di piena integrazione dell'agricoltura con gli interessi economici e sociali del Paese. La sua strategia: scegliere il sistema della concertazione e del dialogo sociale in tutte le sedi di confronto politico-istituzionale. La sua forza: centinaia di migliaia di imprese agricole che credono in tutto questo.

Symbola Fondazione per le qualità italiane nasce con la missione di 'mettere insieme' (questo in greco il significato del nome) esperienze diverse accomunate dalla scommessa sulla qualità. Guidata da Ermete Realacci, presidente, Alessandro Profumo, che ne presiede il Forum delle imprese e Domenico De Masi, alla testa del comitato scientifico, con Fabio Renzi come segretario generale e Roberto di Vincenzo come amministratore, promuove il modello di sviluppo della soft economy, che sposa radicamento territoriale e mercati globali, coesione sociale e competitività, ambiente e innovazione. Al progetto di Symbola hanno aderito in tanti: Carlo De Benedetti, Anna Maria Artoni, Diego Della Valle, Pasquale Pistorio Walter Veltroni, Guido Bertolaso, Aldo Bonomi, Salvatore Settis, Carlo Petrini, Pasquale Pistorio, Josè Rallo di Donnafugata, Lucio Marcotullio di Brioni, Gianni Masciarelli, Marco Caprai, Carlo Puri Negri, Pierantonio Nebuloni e tanti ancora.