



Comunicare la sostenibilità del vino: tempo di chiarezza

**Equalitas, Legambiente e FederBio a Vinitaly
insieme per promuovere pratiche comunicative sempre più trasparenti,
in regola con la normativa UE e contro il greenwashing**

In una fase cruciale per il futuro del settore vitivinicolo, la sostenibilità si sposta inevitabilmente dal piano della narrazione sempre più verso quello della responsabilità verificabile.

Questo il messaggio al centro del dibattito “Comunicare la sostenibilità del vino: tempo di chiarezza” promosso da **Equalitas** insieme a **Legambiente** e **FederBio**, in programma a Vinitaly, nella giornata di ieri **13 aprile** presso la Hall C - Vinitaly Bio di Veronafiere. **L'incontro nasce dall'esigenza di fornire alle imprese vitivinicole strumenti concreti per comunicare al meglio i green claim in etichetta, alla luce delle nuove norme europee.**

Un momento di riflessione sinergico che ha proposto le esperienze delle tre organizzazioni promotrici ed è stato arricchito dalle testimonianze di importanti attori della comunicazione assieme ad alcune cantine italiane certificate biologiche e sostenibili.

Guardando al panorama globale, oggi si contano oltre 80 standard di sostenibilità del vino (dal California Sustainable Winegrowing al Napa Green, da Terra Vitis all'Integrated Production of Wine sudafricano fino alle decine di marchi nazionali e regionali) tuttavia la maggior parte di questi copre solo parzialmente gli impatti ambientali, sociali ed economici; **solo alcuni dispongono di un marchio di qualità registrato e raramente prevedono sistemi strutturati e puntuali di verifica.** In questo contesto, dove il rischio di comunicazioni fuorvianti, se non apertamente ingannevoli, è sempre più elevato e per questo **Equalitas, FederBio e Legambiente hanno posto al centro dei loro protocolli di intesa di promuovere le migliori politiche di comunicazione volte a contrastare attivamente diverse criticità, non ultima il fenomeno del greenwashing.**

A rafforzare questo scenario interviene inoltre la Direttiva UE 2024/85, già in vigore, che vieta l'utilizzo di claim ambientali generici da parte delle cantine se non supportati da evidenze verificabili, comprendendo sia i più gettonati “naturale”, “green” o “eco-friendly” fino a tutti i testi, le immagini e i simboli che rimandano alla sostenibilità. Un cambio di paradigma netto che nasce da un'indagine della Commissione Europea che ha rivelato come oltre il 53% dei claim ambientali esaminati sul mercato fossero vaghi e il 40% privi di riscontro verificabile, posizionando il settore dell'agroalimentare al secondo posto per numero di episodi di greenwashing a livello globale.



Da un lato c'è quindi la pressione del mercato che spinge le aziende a dichiarare la propria attività ambientale ed etica, dall'altro il quadro normativo europeo sempre più stringente mentre, parallelamente, cresce la richiesta di garanzie e affidabilità da parte dei consumatori.

Il biologico rappresenta il primo sistema di sostenibilità certificato in campo agricolo e alimentare, normato a livello europeo ormai da 35 anni. Al fine di arricchire le buone pratiche del sistema metodo biologico, alimentando una cultura agroecologica, il modello di gestione della sostenibilità d'impresa proposto da Equalitas e condiviso da FederBio e Legambiente, si propone quindi come riferimento per il settore vitivinicolo, garantendo un marchio riconosciuto a livello europeo, un sistema integrato su tutti e tre i pilastri della sostenibilità, un'affidabile qualifica degli ispettori, nonché schemi di certificazione periodici e puntuali con obiettivi misurabili da terze parti indipendenti. Si tratta di un approccio fondato su coerenza tra azione, controllo e comunicazione che risulta essere la strategia più funzionale per la crescita sostenibile delle singole realtà e, di conseguenza, dell'intero comparto.

Nel corso dell'incontro esperti, rappresentanti istituzionali e operatori del settore si sono confrontati su rischi e opportunità legate al nuovo contesto europeo con l'obiettivo di fornire strumenti concreti alle imprese. Tra i relatori, il presidente **Riccardo Ricci Curbastro**, **Maria Grazia Mammuccini** - presidente FederBio, **Angelo Gentili** - responsabile nazionale Agricoltura Legambiente, **Loredana Sottile** - giornalista Gambero Rosso, **Maddalena Schiavone** - coordinatrice Slow Wine Coalition, in un dialogo corale moderato da **Michele Manelli** - vicepresidente Equalitas. Spazio anche alle testimonianze aziendali di **Casa Vinicola Aldo Rainoldi**, **Cantina Valdaso e Citra**, esempi di sostenibilità applicata e comunicazione responsabile in diverse zone del nostro Paese.

*“Grazie anche a questa normativa non si tratterà più di scegliere se comunicare la sostenibilità ma piuttosto come farlo correttamente - sottolinea **Riccardo Ricci Curbastro**, **Presidente di Equalitas** - ridefinendo i linguaggi da utilizzare, i contenuti da evidenziare e le verifiche necessarie per supportare l'impegno green delle aziende. Dichiararsi sostenibili senza né gestire né dimostrare l'intera catena degli impatti da oggi non è più possibile: si tratterebbe, come spesso è stato finora, di ecologismo di facciata e come tale perseguibile, con i produttori che ne risponderanno sia con sanzioni economiche che con conseguenze dal punto di vista reputazionale. Il modello di Equalitas, insieme all'attività di FederBio e Legambiente, risponde proprio a queste esigenze, anticipando le richieste normative, accompagnando le imprese verso un percorso di certificazione conforme alla legislazione europea, per sancire concretamente la differenza tra certificazione che tutela realmente il consumatore e le autodichiarazioni prive di riscontro.”*

*“Chiarezza e trasparenza nella comunicazione della sostenibilità sono oggi condizioni essenziali per valorizzare e tutelare la viticoltura agroecologica – commenta **Maria Grazia Mammuccini**, **Presidente di FederBio** - È in questa direzione che si sviluppa la sinergia con Equalitas e Legambiente. L'integrazione tra la certificazione biologica, che garantisce pratiche agronomiche rispettose dell'ambiente, della biodiversità e della fertilità dei suoli, e lo standard Equalitas, che attesta la sostenibilità dell'intera filiera, valutando la carbon footprint e le buone pratiche sociali, che costituiscono sempre di più un valore irrinunciabile per le*



filiere bio, rappresenta uno strumento completo e credibile. In una fase delicata per l'intero settore, i vini biologici e biodinamici italiani si distinguono perché uniscono l'identità territoriale delle denominazioni d'origine e il valore della sostenibilità valorizzando il ruolo delle aziende vitivinicole biologiche come modelli di resilienza e adattamento alla crisi climatica, fondamentali per la tutela dei servizi ecosistemici. Oggi la sostenibilità non può più essere ridotta ad una "narrazione" ma deve essere sostenuta da norme di riferimento e da un sistema di certificazione in grado di offrire garanzie e trasparenza ai cittadini. Per questo la normativa UE sul greenwashing rappresenta secondo noi un'innovazione fondamentale a cui fare riferimento per una corretta comunicazione della sostenibilità.

*«Nel settore vitivinicolo la sostenibilità non può più essere soltanto una promessa o uno slogan: - conclude **Angelo Gentili**, responsabile Agricoltura nazionale di Legambiente - deve diventare un impegno misurabile, verificabile e trasparente. Il rischio di greenwashing è reale e rischia di compromettere il lavoro serio di tante aziende che stanno investendo davvero nella transizione ecologica. Per questo è fondamentale costruire strumenti di certificazione credibili e una comunicazione chiara, capace di restituire valore a chi opera nel rispetto dell'ambiente, del territorio e delle comunità. Il percorso avviato insieme a Equalitas e FederBio va proprio in questa direzione: rafforzare una cultura agroecologica nel mondo del vino, dove la qualità del prodotto sia inseparabile dalla tutela della biodiversità, dalla riduzione degli impatti e dalla responsabilità sociale delle imprese».*

*“Dal punto di vista della comunicazione e del giornalismo, - sottolinea **Loredana Sottile**, giornalista Gambero Rosso - ci siamo sempre chiesti come affrontare il tema della sostenibilità, un termine spesso scivoloso. Per anni abbiamo cercato di distinguere dove ci sia reale sostanza e dove, invece, no. Questa nuova direttiva, a mio avviso, è rivoluzionaria. Se ne è parlato ancora poco, ma già dal nome mette al centro il consumatore e la sua tutela. Per le aziende diventa quindi fondamentale prestare molta attenzione: sono previste sanzioni fino al 4% del fatturato per informazioni non corrette, non solo in etichetta ma anche nei materiali informativi aziendali. Per chi fa giornalismo e comunicazione, questa direttiva rappresenta un aiuto concreto per capire dove esista un vero percorso e dove, invece, ci siano solo messaggi costruiti per impressionare. Alle aziende chiediamo quindi grande attenzione, anche perché il tempo per adeguarsi alla nuova direttiva è poco-”*

*“La nostra realtà è variegata anche dal punto di vista geografico, riferendosi a produttori di diverse aree. Al tempo stesso anche il concetto di sostenibilità risulta essere variegato e richiede un approccio culturale. - conclude **Maddalena Schiavone** coordinatrice Slow Wine Coalition - Sicuramente è necessario continuare il percorso sulla parte agronomica ma ora più che mai bisogna non dimenticare anche gli altri pilastri che sono essenzialmente quello economico e quello sociale. È evidente che da parte dei diversi player del settore si debba pensare a un cambio di passo che consenta un'adeguata messa in atto della nuova normativa.”*

[Approfondimenti e immagini](#)