



## Un settore da innovare per mercati più esigenti

Nel panorama agricolo nazionale si sta assistendo ad un risveglio lusinghiero e insospettato della viticoltura, che si traduce nella moltiplicazione intelligente di nuovi vigneti, nel fervente e significativo ritorno ad una delle più importanti tradizioni dell'agricoltura mediterranea.

La situazione favorevole deve far riflettere sulle scelte da compiere, che devono essere ben ponderate ed adeguatamente suffragate da esperienze produttive o sperimentali per favorire la crescita di un settore il cui futuro, forse più di altri comparti, è legato alla qualità, concetto spesso abusato ma che da solo è capace di esprimere la nuova domanda di mercati sempre più esigenti, allargati e competitivi.

### Alcuni dati statistici

Ogni anno nel mondo si producono mediamente 262 milioni di ettolitri di vino (media 1995-97, dati Oiv), di cui 163 milioni (media 1995-97, dati Ue) provenienti dai Paesi dell'Unione europea, che rappresentano il 62% del vino prodotto in tutto il mondo.

La produzione italiana incide per il 21% su quella mondiale e per il 33% su quella comunitaria.

L'Emilia-Romagna, con un settore vitivinicolo che rappresenta circa il 6% della produzione lorda vendibile agricola regionale, è la quarta regione produttrice italiana, a pari merito con Abruzzo e Piemonte.

Da questo contesto emerge che i prodotti vitivinicoli assumono un notevole rilievo nel-

l'ambito dell'Unione europea, sia sotto il profilo della loro incidenza sulla Plv agricola, che supera il 6%, sia sotto quello dei rapporti commerciali: il commercio extra-Ue di vino presenta infatti un saldo attivo tra i più elevati.

Al di là delle normali fluttuazioni annue è da rilevare, tuttavia, che il consumo di vino è sensibilmente diminuito nel corso degli ultimi anni, principalmente nei Paesi tradizionalmente consumatori, mentre è moderatamente aumentato in quelli di nuova colonizzazione. Ma a fronte di una riduzione della quantità globale di vino pro capite si è avuto un aumento della schiera degli intenditori, di coloro che amano il gusto del bere ed apprezzano il prodotto

raffinato; in pratica si è ridotto il consumo di massa ed è aumentato quello di élite.

Alla luce di queste tendenze, l'accordo sulla Ocm (organizzazione comune di mercato) del vino, recentemente raggiunto a Bruxelles, rappresenta un notevole passo in avanti per la tutela delle produzioni comunitarie e nazionali. Il divieto di vinificare mosti extracomunitari, l'acquisizione di quasi 13 mila ettari di nuovi impianti, la possibilità di regolarizzare impianti abusivi, il rafforzamento delle misure strutturali per la conversione e il rinnovo dei vigneti, l'abolizione della distillazione obbligatoria, che viene sostituita da una distillazione di crisi congiunturale e

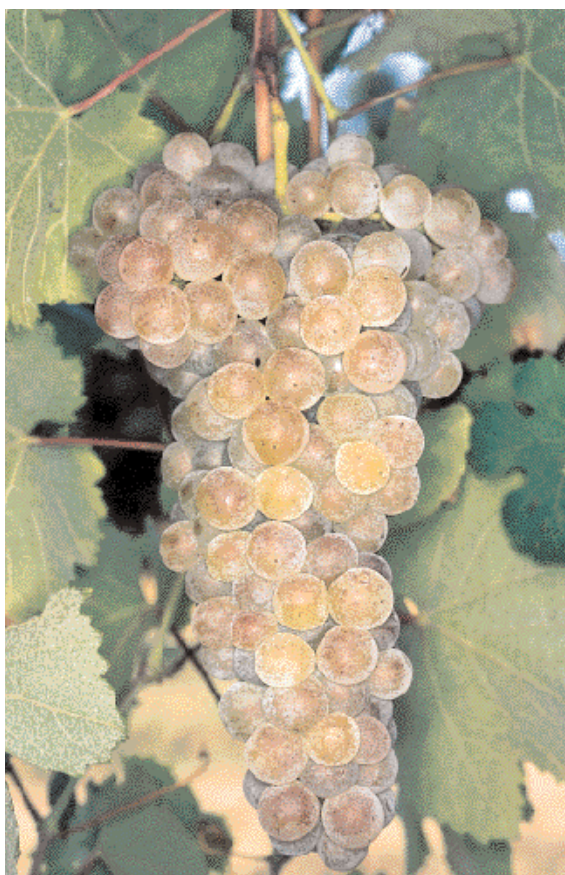
facoltativa, rappresentano conquiste importanti per consentire alle imprese di puntare sulla qualità come fattore strategico, per potersi misurare efficacemente su un mercato destinato a diventare sempre più competitivo.

### L'utilizzo della ricerca

Lo scenario appena delineato comporta per il viticoltore scelte precise, ben ponderate, saggiamente calcolate: per compierle egli deve essere necessariamente guidato e incentivato, ma soprattutto informato dell'evoluzione del quadro politico, della situazione dei mercati, delle nuove conoscenze acquisite attraverso la ricerca e la sperimentazione

*Trebbiano Romagnolo: il vitigno attualmente più diffuso in Emilia-Romagna.*

(Foto Riccioni)



per quanto attiene le tecniche di produzione.

Uno dei problemi più stringenti dell'attuale sistema agricolo – quindi anche del comparto vitivinicolo – consiste nelle difficoltà che si incontrano nel trasformare i risultati della ricerca e le competenze tecnologiche acquisite in vantaggi competitivi per il sistema produttivo. Le ragioni di questo scollamento sono molteplici e da ricercarsi nella pluralità dei soggetti in gioco, nella difficoltà ad individuare temi di interesse comune, nella difficoltà di accesso alle informazioni ed infine nel linguaggio non sempre appropriato e comprensibile con il quale vengono proposti gli aggiornamenti tecnici.

In questa situazione è evidente che un miglioramento dello stato delle cose richiede un impegno sinergico a vari livelli: sul piano dell'innovazione, individuando temi di ricerca più vicini alle esigenze della produzione; su quello del trasferimento dell'innovazione, attraverso l'impiego di strumenti di comunicazione efficaci e accessibili con tempestività; su quello della valorizzazione del prodotto, che però investe scelte politiche strategiche, per la formulazione delle quali è necessario conoscere adeguatamente la situazione produttiva del comparto di riferimento.

## Un progetto per l'Emilia-Romagna

Per venire incontro all'esigenza di migliorare il grado di penetrazione dell'informazione di tipo tecnico-scientifico nel tessuto produttivo emiliano-romagnolo, l'assessorato regionale all'Agricoltura ha attivato un progetto specifico sulla diffusione dell'innovazione in vitivinicoltura nell'ambito del "Programma di individuazione e trasferimento delle innovazioni in agricoltura", affidandone il coordinamento al Crpv di Cesena. Obiettivo del progetto è la

predisposizione di un piano di comunicazione efficace e puntuale, in grado di garantire il trasferimento dell'innovazione alle aziende vitivinicole attraverso l'individuazione degli strumenti informativi più idonei.

In pratica si vuole mettere a punto un modello di comunicazione che, prendendo spunto da un'approfondita analisi dell'esistente, in termini di informazioni disponibili e di utenti interessati, preveda la messa a punto di un insieme di strumenti informativi che, in modo complementare tra loro, siano in



*“Remuage”: nuova tecnologia applicata al trattamento dei vini spumanti.*

(Foto Arch. Crpv)

grado di trasferire l'informazione tecnica.

Il progetto si sviluppa attraverso tre fasi: conoscitiva, operativa, di verifica e monitoraggio. L'indagine conoscitiva sul comparto, realizzata nel 1999 con il coinvolgimento del Centro di documentazione per il settore agroalimentare (Dia) di Reggio Emilia, l'Ageoform di Bologna e il Centro studi aziendali (Csa) di Bologna, ha avuto come obiettivi:

- \* la ricognizione delle attività di ricerca e sperimentazione realizzate negli ultimi 5 anni a livello nazionale e internazionale;
- \* l'individuazione delle esigenze di

informazione e formazione dei giovani imprenditori, al fine di definire gli strumenti di comunicazione ritenuti più adatti;

\* la definizione delle strutture e del modello organizzativo delle aziende viticole ed enologiche esistenti sul territorio regionale.

La fase operativa, prevista per il 2000, si svilupperà con numerosi interventi di informazione, che vedranno nella comunicazione tecnica diretta

(visite guidate, incontri tecnici e convegni) o indiretta (pubblicazioni su riviste specializzate, programmi televisivi e mezzi telematici) gli strumenti attraverso i quali raggiungere gli utenti. Questi ultimi corrispondono ad un panorama produttivo regionale molto eterogeneo – caratterizzato dalla presenza di grosse realtà cooperative di trasformazione accanto a piccoli

produttori che vinificano in proprio – che richiede l'individuazione di strumenti differenziati a seconda del tipo di interlocutore perché siano più efficaci ed incisivi.

La verifica finale avverrà a conclusione degli interventi informativi previsti ed avrà lo scopo di verificare se gli aggiornamenti tecnici proposti sono stati recepiti e conseguentemente applicati.

Il progetto, ponendosi l'obiettivo di realizzare un complesso di attività informative in grado di supportare l'attività di tecnici e imprenditori agricoli del comparto vitivinicolo con indicazioni aggiornate e tecnicamente corrette, ha finalità in linea con le politiche della Regione Emilia-Romagna che, nell'ottica di una qualificazione delle produzioni emiliano-romagnole, attribuisce all'attività di informazione e documentazione un'importanza strategica pari, se non superiore, ad altri settori della produzione. □