



Donne e vino, il 94% usa l'identità del territorio: l'indagine

Descrizione

(Adnkronos) Sono donne, producono vino e lo fanno per lo più preservando l'identità del territorio di competenza. Questo è quanto è emerso dall'indagine "Donna, vino e salvaguardia dell'identità culturale dei territori del vino", condotta da Marta Galli, direttrice dell'Osservatorio sustainable wine business and enogastronomic tourism, presentata a Firenze in occasione del 35esimo anniversario dell'associazione nazionale delle Donne del vino. Il 94% si avvale del territorio e della sua identità per la filiera produttiva di una delle bevande più apprezzate dagli italiani, vino al prodotto, imbottigliato e servito a tavola. Si tratta di un traguardo che prova a superare le difficoltà relative ad alluvioni e maltempo che hanno colpito diverse zone italiane nell'ultimo anno, causando danni ingenti oltre che il divario di genere nei settori lavorativi più noti, compreso appunto quello enogastronomico.

Resistenza, ripartenza e caparbietà hanno dimostrato quanto le "Donne del vino", così come l'intera produzione messa in standby a causa proprio dei disagi dovuti al maltempo, abbiano fatto fronte comune per la salvaguardia del patrimonio vitivinicolo italiano. L'osservatorio ha condotto la ricerca attraverso un'analisi qualitativa. Si è trattato, infatti, di un questionario inviato a oltre 230 socie tra produttrici, ristoratrici, commercianti, consulenti e sommelier di tutta Italia. I risultati del rapporto, ha commentato la presidente nazionale delle Donne del vino Daniela Mastroberardino sono "un segno di speranza in un Paese dove le alluvioni vengono amplificate da un eccessivo sfruttamento del suolo e i 'non luoghi' sono sempre più diffusi". "L'indagine ha portato alla luce un aspetto ancora inesplorato dell'attività di chi produce, vende o fa consumare il vino: ha evidenziato Donatella Cinelli Colombini, delegata delle Donne del vino toscane -: l'attitudine a conservare l'identità e la cultura locale per usarla nello storytelling delle bottiglie". Circa la metà (il 44,7%) delle donne che hanno un'impresa in tale mondo ha ripristinato edifici preesistenti e per farlo ha usato soprattutto imprese del posto (56,1%). Il dato di maggior valore è sicuramente quello relativo alla quasi totalità delle partecipanti all'indagine che ha sottolineato la necessità di restaurare le costruzioni antiche piuttosto che costruirne nuove. La storia locale, in altre parole, ripaga e lo fa con un prodotto che in tutto il mondo ci viene invidiato. A questo punto i numeri del vino: a riassumere i dati Istat sulla produzione dello scorso anno. In sintesi, è emerso un quadro generalmente positivo, nonostante il calo del 3% sul 2021, ma sopra al 4% degli ultimi 10 anni. A subire un forte incremento sono stati proprio gli IGT rossi con un +12% della produzione. IGT, infatti, sta a significare Indicazione Geografica Tipica, ed è una delle cinque denominazioni presenti in Italia (DOP, DOC, DOCG, IGP) utilizzate per indicare i migliori

vini da tavola sul mercato comunitario: zona e tecniche di produzioni sono alla base di tali criteri. Il vino esportato, invece, Ã pari a 5 miliardi di euro nei primi otto mesi del 2023, un andamento considerevole, ma in tendenza negativa, simile agli altri paesi. Un dato che non scoraggia se si pensa al riconoscimento ricevuto dalla rivista americana Wine Spectator, secondo cui il miglior vino del mondo 2023 Ã un Brunello di Montalcino. Nonostante le donne siano custodi dell'identitÃ del territorio e della produzione enogastronomica che ne consegue, i dati Istat riportano che le imprese italiane del vino condotte da donne sono circa un terzo del totale e nella maggior parte dei casi si tratta di piccole o medie imprese, la cui produzione agricola utilizzata per scopo vitivinicolo Ã il 21% del totale complessivo nazionale. L'interesse per questo settore, da parte delle donne, Ã in aumento e rappresentano circa il 30% dei sommelier nazionali. A sostegno di una maggior adesione delle donne alla catena vitivinicola nazionale c'Ã appunto l'Associazione Nazionale le Donne del vino che promuove il ruolo delle donne nella societÃ e nel lavoro di settore; le collega tramite rete sociale a iniziative condivise, formazione e viaggi istruttivi e propone la voce e la visione femminile alle istituzioni e organizzazioni del vino italiane ed estere. Obiettivi che guardano alla sfera sociale dei tre pilastri della sostenibilitÃ , che insieme a quello economico e a quello ambientale, necessitano ancora di grande lavoro nel nostro territorio. La sostenibilitÃ come valore etico nella filiera Ã un valore etico che, non ancora abbastanza, Ã stato riconosciuto come propulsore di innovazioni in tal senso. â?economiaswebinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Wine

Tag

1. adnkronos
2. Wine

Data di creazione

Novembre 23, 2023

Autore

andreaperocchi_pdnrf3x8