



Vino, la lotta all'italian sounding e agli avvisi sanitari

Descrizione

(Adnkronos) - Un progetto per non vedenti, lotta all'italian sounding e alla contraffazione di prodotti italiani, avvisi sanitari, comunicare la qualità ed evidenze scientifiche sul rapporto fra il consumo di vino e alcune patologie. Sono i temi affrontati questa mattina alla Sala Tatarella della Camera dei Deputati durante la tavola rotonda "Comunicare il vino: pericoli, errori ed etichette inclusive", organizzata su iniziativa dell'onorevole Andrea Di Giuseppe (Fratelli d'Italia), presidente del Comitato Permanente sul Commercio Internazionale in cooperazione con l'agenzia di comunicazione Cenacoli, alla quale hanno partecipato il senatore Gian Marco Centinaio (Lega Salvini Premier), vicepresidente del Senato della Repubblica, l'onorevole Marco Cerreto (Fratelli d'Italia), Commissione Agricoltura della Camera, Livio Buffo, fondatore di oscarwine e Ceo di Cenacoli, il produttore Pietro Monti dell'Azienda Agricola Roccasanta e il professor Massimo Ciccozzi, ordinario di epidemiologia e statistica medica. L'ITALIAN SOUNDING on. Andrea di Giuseppe ha toccato due temi caldi di questo momento: la contraffazione e l'italian sounding: "Nella relazione annuale dei servizi segreti, depositata in parlamento e stilata dal Sistema di informazione per la sicurezza della Repubblica Italiana, la contraffazione delle produzioni agroalimentari Made in Italy è stata descritta come una minaccia alla sicurezza nazionale. Secondo i dati di The European House of Ambrosetti, nel 2023 i consumatori esteri hanno acquistato 63 miliardi di prodotti falsificati che non provengono dal nostro Paese. Eliminando la piaga del Food&Beverage italiano fasullo, il nostro export sarebbe più che raddoppiato. Questa cifra, senza un intervento normativo efficiente, è destinata a crescere in particolare nei campi produttivi più sensibili, quali il settore caseario, la pasta, settore dell'olio e ovviamente quello del vino: l'agroalimentare è diventato un obiettivo della criminalità per fare cassa. Ho avviato sul tema un'interlocuzione con il nostro Ministro delle Imprese e del Made in Italy, Adolfo Urso per promuovere iniziative concrete di contrasto a questa problematica. All'interno della mia circoscrizione elettorale, quella nord americana, avvierò con la nuova amministrazione statunitense dei tavoli per fare in modo di proteggere i nostri prodotti e mettere un freno a quelli che sfruttano l'italian sounding. • HEALTH WARNING IRLANDESI Tra gli allarmi del momento anche il semaforo verde dato dall'Europa all'Irlanda a inserire, in stile pacchetti di sigarette, avvisi sanitari sulle etichette di vino, birra e superalcolici come "il consumo di alcol provoca malattie del fegato" e "alcol e tumori mortali sono direttamente collegati". Un precedente pericoloso che potrebbe allargarsi a macchia d'olio, coinvolgendo altri paesi del vecchio continente. Sull'argomento è intervenuto il senatore Centinaio

che, da quando era Ministro, sta portando avanti una difesa dei prodotti italiani dagli attacchi normativi europei: «Dobbiamo sempre tenere alta la guardia rispetto alle norme che possono arrivare dall'Europa. Nei prossimi anni, il mercato del vino potrebbe essere condizionato non solo dai gusti dei consumatori ma anche da guerre commerciali con i Paesi importatori extra-Ue. Non possiamo permetterci di subire anche gli attacchi di Bruxelles e delle altre capitali europee. Il tentativo di estendere l'applicazione di etichette allarmistiche va fermato sul nascere, come tutte le altre iniziative che nulla hanno a che vedere con la tutela della salute e la corretta informazione dei consumatori, ma che rappresentano solo il tentativo di penalizzare uno dei nostri prodotti di punta, per qualità e quantità».

• **UN'ETICHETTA INCLUSIVA, UN QR CODE NARRANTE PER NON VEDENTI** Per fare in modo che le etichette di vino diventino realmente utili e alla portata di tutti, Livio Buffo, ceo di Cenacoli e fondatore di oscarwine, ha presentato un progetto di comunicazione per non vedenti: «Abbiamo pensato di inserire sull'etichetta frontale delle bottiglie di vino un QR code, segnalato anche da una scritta in carattere braille, che attiva sugli smartphone un racconto in audio (la voce della giornalista Rossella Alimenti) sulla vinificazione del prodotto, le sue caratteristiche organolettiche e i possibili abbinamenti. Attualmente, sulle retro-etichette delle bottiglie compaiono dei QR code che rimandano a semplici informazioni testuali sugli ingredienti, nutrizionali e ambientali. L'aggiunta dell'audio è il superamento di un'ulteriore barriera, per fornire informazioni tecniche e suggerimenti al consumatore».

• **L'etichetta** ha continuato il fondatore di oscarwine: «rappresenta un Dioniso bendato; la fascia è volutamente trasparente e si intravedono gli occhi per indicare che nonostante l'impedimento è possibile vedere». Aprire la mente e favorire una vera inclusione. Su questa lunghezza d'onda lavora Pietro Monti, titolare dell'Azienda Agricola Roccasanta e produttore non vedente tra i primi a utilizzare il braille in Italia che ha sposato subito il progetto di Cenacoli: «Sulle mie etichette è il nome della cantina in braille, in modo che tutti abbiano gli strumenti per riconoscerla. Anche il QR code è importante perché con le moderne tecnologie i non vedenti come possono attingere a una serie di informazioni. Ritengo questo aspetto molto importante per l'inclusività e per facilitare le persone con disabilità. Inoltre, comunichiamo al consumatore che anche una persona cieca può essere titolare di un'azienda agricola, un enologo e fare del buon vino: non è un dettaglio da poco perché potrebbe ispirare persone non vedenti a intraprendere questa strada lavorativa».

• **LA SCIENZA COSA DICE?** Ritornando al tema degli health warning, le considerazioni scientifiche sono state lasciate al professor Massimo Ciccozzi, ordinario di epidemiologia e statistica medica che ha messo in chiaro alcuni punti sul rapporto vino/patologie/salute: «L'alcol è associato a diversi problemi di salute: una sostanza tossica, un cancerogeno gruppo uno: questo dice l'agenzia internazionale per la ricerca sul cancro. Il consumo di vino, se non fatto in maniera moderata, potrebbe aumentare il rischio di sviluppare alcune patologie ma parliamo di consumo non moderato. L'87% del vino è acqua, la parte restante è materia alcolica associata a vitamine, antiossidanti: parliamo di un consumo possibile se fatto con moderazione e intelligenza, non discutiamo di qualcosa che potrebbe generare un accumulo di grasso viscerale come nel caso di birra e superalcolici. Cosa dovrebbero fare allora gli asiatici ai quali manca un enzima importante per smaltire l'alcol? Se proprio dobbiamo mettere degli avvisi sanitari, facciamolo su certe merendine ipercaloriche, su bevande ultrazuccherate, su alcuni tipi di carne pieni di antibiotici e sui pesci che ormai sono pieni di microplastiche. Per non parlare, poi dei prodotti contraffatti, situazione che ritroviamo nel vino. I nemici della salute li conosciamo, attacchiamo quelli, non demonizziamo quando non serve».

• **CONCLUSIONI: ETICHETTE DEVONO RACCONTARE QUALITÀ?** A chiudere il lavoro, l'intervento dell'on. Marco Cerreto della Commissione Agricoltura, da anni impegnato affinché vengano tutelati i marchi italiani: «Nell'etichetta di una bottiglia di vino è racchiusa la declinazione del concetto di qualità e, rispetto a quel concetto, il vino si presenta al consumatore con tutta la sua potenzialità. Grazie a informazioni come le indicazioni geografiche e le denominazioni, una bottiglia di

vino diventa un prodotto irripetibile, autenticamente italiano che racconta non solo la storia di un imprenditore vitivinicolo, di una cantina, ma anche l'identità il concetto e l'evoluzione del territorio vocato alla produzione di quel vino. • winewebinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Wine

Tag

1. adnkronos
2. Wine

Data di creazione

Dicembre 4, 2024

Autore

andreaperocchi_pdnrf3x8

default watermark