

APPROFONDIMENTI

Tra biologico e dealcolato, i prodotti che nascono dalle tendenze “salutiste” dei consumatori

Il caso bollino nero ha mostrato ancora una volta la presenza di una tendenza verso forme di consumo più attente alla salute. In questo contesto, un ruolo importante è giocato da nuovi prodotti che si pongono come alternative ai più diffusi, anche nel mercato enologico. Prodotti che vanno dal vino biologico a bevande dealcolate: si passa così da lavorazioni essenziali a processi molto complessi per azzerare le gradazioni



Il caso **bollino nero** ha messo in luce una **chiara tendenza** nel mondo del vino, e più in generale del settore food: la ricerca sempre più attenta di **prodotti salutari**, e lo sviluppo di un consumo più consapevole. Un bisogno che ha portato alla nascita e alla diffusione di diversi **prodotti alternativi ai vini più diffusi**, e che ha segnato la nascita di **un mercato abbastanza diversificato**.

Il vino biologico nasce nel 2012, quando l'Unione Europea ne dà una definizione ufficiale, un'etichetta e pone una serie di limitazioni nelle modalità di vinificazione che differenziano un vino "bio" da un vino comune. In Italia però, la coltivazione di uve biologiche era un fenomeno già più che affermato e anzi, a ben guardare, **parte dei vini italiani proviene spontaneamente da coltivazioni biologiche, grazie a un clima particolarmente favorevole** che solleva dalla necessità di trattare le vigne con eccessive quantità di sostanze chimiche. Anche la vinificazione secondo principi biologici potrebbe essere più frequente di quanto appaia da dati ufficiali, perché **diversi produttori operano seguendo i criteri bio ma hanno rinunciato a inseguire la certificazione** che, tra costi e burocrazia, è spesso considerata più una seccatura che un vantaggio.

Ottenere la certificazione e sottostare agli stretti parametri di coltivazione e produzione, affrontando le sfide che ogni annata può portare a un'uva naturale e fragile, **ha però il grande vantaggio di posizionarsi in un mercato che sta ottenendo sempre maggiore visibilità**. Se slancio etico e passione sono ciò che porta alla scelta di dedicare il proprio business alla qualità di un prodotto naturale e biologico, senza dubbio questa iniziativa deve poi trovare supporto nel mercato. Così è accaduto e sta accadendo nel settore del vino biologico, che ha acquisito un ruolo di **status symbol nel panorama enologico, diventando sempre più richiesto e sempre più prodotto**.

Tale successo costituisce poi **una vera e propria opportunità per piccoli produttori** che non avrebbero le dimensioni per vendere alla Grande Distribuzione Organizzata. È questo il caso **dell'Azienda Agricola Vignale di Cecilia**, piccola realtà dei Colli Euganei con una produzione di 60.000 bottiglie l'anno, condotta in prima persona dal proprietario Paolo Brunello e con un focus particolare sulla **progettazione e realizzazione**, soprattutto in vigna, di vini **innovativi nel gusto e tradizionali nella tecnica**.

Il proprietario spiega che **la scelta di dedicarsi al vino "artigianale" è stata una decisione in parte dettata dalle contingenze**, perché se avesse voluto fare un vino "tecnico" si sarebbe andato a scontrare con fasce di mercato di livello differente, schiantandosi quindi contro dei colossi. **"L'unico modo per dare valore aggiunto a un brand è penetrare in certi filoni di mercato in cui questo può sopravvivere"** spiega **Paolo Brunello**. Requisito fondamentale è però avere i vigneti su giaciture che permettano di inseguire la qualità, sottolinea Brunello: "Nei miei vigneti, dove non si può puntare sulla quantità, ovvero non si riesce a far fare tanta uva alle viti perché i terreni sono aridi, calcarei, severi, **l'unica possibilità è sfruttare l'unicità**".

Secondo i dati diffusi nel **2021 dal report La filiera vitivinicola biologica**, quaderno tematico promosso dal Ministero delle Politiche agricole alimentari e forestali e realizzato da Ismea nell'ambito delle attività del Sistema d'informazione nazionale sull'agricoltura biologica (SINAB), dei 7 milioni di ettari di superficie viticola complessivamente censita a livello mondiale, una quota pari al **6,7% è coltivata secondo i metodi di produzione dell'agricoltura biologica**, per un'estensione che nel 2019 ha raggiunto una soglia vicina ai **500 mila ettari**. L'incremento di vigneti bio è stato tumultuoso: **+600% negli ultimi 20 anni** e +114% negli ultimi 10, e vede l'**Europa** (con Italia, Francia e Spagna in testa) quasi senza rivali, con una superficie che **arriva a coprire l'85% del totale**.

E se **il vino biologico risponde a una domanda di prodotti salutari** attraverso lo sviluppo di processi il più possibile naturali e **che lascino compiere al vino la sua trasformazione, al polo opposto delle nuove tendenze sta il poco conosciuto "vino" dealcolato**. Si tratta di una bevanda ottenuta da processi di dealcolizzazione del vino e al centro di numerose polemiche a causa della proposta dell'Unione Europea di regolarizzarne la produzione all'interno della Pac. Un prodotto che vino non è,

ma che con ben diversa ambizione **si propone di portare il frutto della terra e della vigna a un pubblico di non bevitori**, a chi non assume alcol per necessità o per scelta ma vuole poter abbinare a una cena di pesce qualcosa di più adatto di una Coca Cola.

Princess è una società trentina nata proprio con questo obiettivo: studiare, creare e mettere in commercio prodotti alternativi a quelli disponibili sul mercato italiano, per **soddisfare la domanda in aumento di bevande a bassa gradazione alcolica**. Dall'esperienza in cantina e dei processi di fermentazione del **fondatore Michele Tait** proviene l'idea di uno studio volto ad abbassare la gradazione alcolica dei vini presenti in quel momento sul mercato, studio realizzato nel 2012 e che ha fatto nascere la prima linea di Princess: "alternativa® analcolica".

Nel 2020 la società aveva una produzione di circa 90 mila bottiglie, diventate 150 mila nel corso dell'anno passato, e **le previsioni per il 2022 sono di 250-300 mila unità prodotte**. Spiega **Luca Sonn**, titolare dello spin-off commerciale Myalcolzero: "Vendiamo ad Arabia Saudita e paesi di religione islamica dove serve la certificazione Halal, ma non è l'unico mercato ricettivo. Anzi, **gli Stati Uniti sono molto più ricettivi di paesi arabi dove si immaginerebbe un grande flusso**. È un'innovazione che attrae tutti: abbiamo vendite in Giappone, Corea, Australia, Olanda. Poi negli ultimi due anni c'è stato un vero e proprio boom delle richieste".

Dagli anni '80 in poi tutti i premi sono stati vinti da vini maturi e alcolici e il mercato si è adattato a produrli, prima a causa del cosiddetto "effetto Robert Parker", l'enologo che ha plasmato l'intero settore dal 1975 al 2012, poi inevitabilmente per il riscaldamento globale, che rende l'uva più zuccherina e alza di anno in anno la gradazione alcolica dei vini. Le nuove mode, comunque, nella loro diversità e molteplicità, aprono anche a nuove sperimentazioni, che, se non ancora del tutto affermate o comprese, iniziano a farsi strada e trovare il loro mercato. Anche grazie alla presenza di un consumatore sempre più attento alla salute e al benessere, così come interessato alla novità.

SALUTE

VINO

BIOLOGICO

DEALCOLATO

VENEZIEPOST – RACCONTIAMO IL FUTURO DELLE VENEZIE

VeneziePost è una testata giornalistica registrata presso il Tribunale di Padova n. 2253

Direttore Responsabile: **Filiberto Zovico**

VeneziePost è edito da **Post Editori Srl - Community Corporation**

Sede legale: Viale Codalunga 4L, 35138 Padova

info (at) italypost.it

Ufficio del Registro delle Imprese di Padova, Numero di iscrizione PD 350106; Partita Iva: 03948890284

Audio by websitevoice.com