



LE BEST PRACTICE ITALIANE SECONDO LA NUOVA EDIZIONE DEL PREMIO



COME COMUNICARE (BENE) LA SOSTENIBILITÀ NEL VINO

La comunicazione dell'impegno sostenibile di un'impresa è diventato ormai un asset strategico delle attività aziendali il cui valore ha superato l'ambito esclusivamente informativo-promozionale per diventare elemento soggetto a certificazione e validazione da parte delle istituzioni. E il mondo del vino italiano non si sottrae alla sfida di una comunicazione che riesca a evitare i pericoli del greenwashing, forte di un impegno economico, organizzativo e gestionale da parte delle imprese verso pratiche e condotte sostenibili, ormai diffuse non solo in tutte le aree viticole del Paese ma anche in aziende di tutte le dimensioni e ruoli di filiera. Questo il quadro che è emerso dalla IX edizione del Premio Gavi La Buona Italia 2023, organizzata dal Consorzio tutela del Gavi con il supporto dell'agenzia di comunicazione The Round Table - e il nostro giornale come media-partner - che ha avuto come tema "La comunicazione del vino sostenibile". Tema sentito dalle imprese vitivinicole, come è emerso dall'indagine presentata nel corso del Premio e condotta da Walden Lab, Advisory & Research for a Sustainable future & The Round Table per il Consorzio del Gavi, che hanno una visione avanzata della sostenibilità, non vissuta come una leva di marketing, ma come "elemento di sostanza", in grado di valorizzare la produzione vinicola con ricadute dirette sulla qualità del prodotto, sulle sue performance e sull'immagine dell'azienda.

Sostenibilità che nelle sue accezioni - ambientale, economica, sociale, ma anche culturale, intesa come rispetto di regole consolidate, di storia e tradizione - diventa un impegno imprenditoriale, una scelta a cui nessun produttore si può più sottrarre, sia per le spinte normative dettate dall'Agenda 2030 dell'Unione europea, sia in risposta alle fasce più consapevoli di consumatori. Comunicare la sostenibilità, invece, si rivela un processo lungo, spesso legato ai valori fondativi originari dell'azienda stessa, che può diventare uno strumento di differenziazione, di identità, che rafforza la reputazione del marchio, la stima e la fiducia nello stesso. Proprio perché di stima e di fiducia si parla, c'è sempre più consapevolezza che il greenwashing appartenga al passato e che serietà, coerenza, trasparenza e concretezza debbano essere i valori-guida della comunicazione del vino sostenibile. E se il consumatore italiano in media è meno attento ai temi della sostenibilità rispetto a uno del Nord Europa, Germania, Stati Uniti, Canada è doveroso creare iniziative di comunicazione finalizzate a informare, sensibilizzare ed educare al valore della sostenibilità, attraverso l'utilizzo di strumenti sia tradizionali, sia digitali, sia specificatamente dedicati ai temi della sostenibilità come il Bilancio o le certificazioni.



La premiazione della Ruffino con, da sinistra, il presidente del Gavi, Maurizio Montobbio, la moderatrice Lisa Casali e Sandro Sartor. Sotto, un momento del dibattito con l'intervento del direttore del nostro giornale, Giulio Somma

Arrivato alla IX edizione, il Premio Gavi ha avuto come tema "La comunicazione del vino sostenibile". Come vivono le imprese del vino italiano la sostenibilità, nella ricerca presentata in occasione delle premiazioni. Ruffino si aggiudica il Premio, mentre le Menzioni speciali vanno a Gruppo Mezzacorona, La Cantina Pizzolato e Azienda agricola Ricci Curbastro

"Ancora una volta lo scenario indicato dal Premio e l'analisi condotta sono un esempio da seguire - ha commentato il presidente del Consorzio del Gavi, **Maurizio Montobbio** -. Abbiamo dimostrato come gli imprenditori del vino in Italia comunicano la sostenibilità non tanto perché sia obbligatorio, ma perché credono sia la strada giusta. È un modello a cui ispirarsi e ci porta a una riflessione: ci aspetta un futuro complesso in cui la responsabilità delle nostre azioni sarà totalmente sulle spalle dei produttori. Fare bene le cose e dirlo dopo averle fatte dimostrerà la credibilità di un intero settore e la sua capacità di rinnovarsi".



LE CANTINE PREMIATE

La cantina che si è aggiudicata la IX edizione del premio Gavi è stata la Ruffino, premiata per la capacità di comunicare il proprio "cuore verde" avendo messo al primo posto, in modo chiaro con la giusta enfasi, la tutela ambientale, il consumo responsabile, le iniziative di "giving back", la responsabilità e il welfare aziendale e la lotta per la disparità di genere, silando nero su bianco i valori che sottendono alla produzione Ruffino e sottoscrivendo un patto di credibilità con il consumatore, che l'azienda rinnova ogni giorno, attraverso i contenuti web e social. "Siamo orgogliosi e felici di aver ricevuto questo premio. Bello vedere che è stata colta l'essenza del nostro impegno così come la sua concretezza e la trasversalità", ha commentato **Sandro Sartor**, presidente e amministratore delegato Ruffino. Premati, poi, con le Menzioni speciali, Gruppo Mezzacorona, La Cantina Pizzolato e Azienda agricola Ricci Curbastro per la particolare attenzione con la quale hanno comunicato i propri progetti di sostenibilità e responsabilità sociale in ambito vinicolo.

Da sinistra, Maurizio Bassetti per Gruppo Mezzacorona, Riccardo Ricci Curbastro per Azienda agricola Ricci Curbastro, Sandro Sartor per Ruffino e Settimo Pizzolato per La Cantina Pizzolato