

**RETERURALE
NAZIONALE
20142020**

mipaaf
ministero delle politiche
agricole alimentari e forestali



crea
Consiglio per la ricerca in agricoltura
e l'analisi dell'economia agraria

FOCUS VITICOLTURA 2° INCONTRO SULLA COMUNICAZIONE CON LA SOCIETÀ CIVILE

BOLOGNA, 9 MAGGIO 2019





Documento realizzato nell'ambito del Programma Rete Rurale Nazionale
Scheda attività CREA 25.1

Autorità di gestione: Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali
Ufficio DISR2 - Dirigente: Paolo Ammassari

CREA – Centro di Politiche e Bioeconomia

Autori: Elisa Angelini e Sofia Casarin (CREA Viticoltura ed Enologia), Mara
Lai (CREA Politiche e Bio-Economia).

Impaginazione e grafica

Francesco Ambrosini, Laura Guidarelli

Contatti

innovazione.rrn@crea.gov.it



1 Introduzione

Obiettivi dell'incontro erano: i) individuare e descrivere azioni già avviate che abbiano permesso di trovare soluzioni che favoriscano la convivenza armoniosa tra società e agricoltura; ii) identificare bisogni specifici di formazione per diverse categorie di attori coinvolti nelle azioni di comunicazione; iii) fornire un contributo concreto alla discussione avviata su questi temi nell'ambito del Piano d'Azione Nazionale per l'uso sostenibile dei prodotti fitosanitari (PAN Fitosanitari), in corso di revisione.

I principali temi di discussione durante l'incontro sono stati:

- Il tema della **vicinanza dei vigneti alle aree abitate** è particolarmente sentito nella zona di produzione del Prosecco, ma anche in altre aree vitate in Italia. Rappresenta un problema, inoltre, per altri settori agricoli, come è il caso della coltivazione delle mele in Trentino, delle aree vivaistiche intorno a Pistoia, e potrebbe diventare ben presto un problema anche in altre aree, dove vi è una tendenza alla monocoltura o comunque alla netta prevalenza di una coltura sulle altre (es. lo sviluppo dei nocioleti nell'area di Viterbo). Il problema della vicinanza con i centri urbani è tanto più sentito quanto maggiore è la percezione, reale o presunta, da parte dei cittadini della pericolosità dell'utilizzo di fitofarmaci nelle attività agricole. Le ULSS, già nel 2003 nell'area dell'Oltrepò Pavese, e poi nel 2013 nell'area di produzione del Prosecco, hanno registrato dei dati specifici sui problemi legati alla vicinanza. La popolazione rurale esposta ai fitofarmaci in Oltrepò Pavese è risultata maggiore in percentuale rispetto alla zona del Prosecco, dove è stata anche rilevata, con uno studio specifico, una forte influenza dei prodotti fitosanitari usati dai singoli nel proprio giardino o orto privato (Aprea et al. 2003; Colosio et al 2006; ULSS7, 2013). Si parla in ambedue gli studi di un 5% di popolazione esposta ai fitofarmaci, inclusa però anche la fetta di popolazione che usa i fitofarmaci per curare l'orto di casa. Poter mettere insieme questi dati aiuterebbe a gestire meglio il problema.
- Un altro tema considerato di particolare importanza quando si parla di comunicazione con la società civile è la **percezione che i cittadini hanno dell'agricoltura biologica**, considerata spesso la sola forma di agricoltura "buona", a confronto con l'agricoltura convenzionale/integrata. Sul biologico è stata fatta un'azione informativa molto efficace: infatti oggi il consumatore italiano a parità di prezzo preferisce comprare bio. Varie iniziative del MIPAAF, come per esempio incentivare la presenza di prodotti biologici nelle mense scolastiche, contribuiscono a rafforzare la convinzione che la qualità del biologico sia superiore, a discapito del convenzionale/integrato. È difficile quindi in questo momento contrastare il messaggio lanciato dal biologico come pratica colturale migliore e più sostenibile. Il cittadino comune ritiene che il biologico presupponga l'assenza totale di trattamenti fitosanitari e che consenta, di conseguenza, l'assenza di residui nei cibi. È spesso opinione comune che il metodo biologico possa utilizzarsi ovunque, mentre di fatto in alcune aree questo non è possibile o è molto difficile, e che sia l'unica pratica agricola in grado di proteggere la biodiversità. A questo proposito, uno studio di APOT sui suoli frutticoli ha messo in evidenza che non è scontato che i suoli di impianti coltivati in biologico siano più ricchi di biodiversità: il 97% dei terreni frutticoli di APOT sono condotti con il metodo



integrato/convenzionale, ciononostante nel 2017 APOT ha ricevuto il certificato che attesta la buona qualità dell'ecosistema suolo nei loro terreni (APOT, 2017; <http://www.apot.it/wp-content/uploads/2019/05/2018.pdf>). È stata sottolineata la necessità di promuovere un maggiore equilibrio nella circolazione delle informazioni, evitando di demonizzare le pratiche agricole non biologiche e cercando di ridurre i contrasti tra imprenditori del settore. La spinta che da più parti viene alla conversione in biologico potrebbe paradossalmente generare dei problemi alla stessa agricoltura biologica, inducendo al fenomeno del biologico “di sostituzione” rispetto al metodo di produzione convenzionale. Molti imprenditori potrebbero, cioè, decidere di convertirsi in biologico, continuando a mantenere pressoché immutate le loro attività, e semplicemente sostituendo i prodotti non ammessi con quelli invece ammessi in bio. Il passaggio al biologico, invece, presuppone un'impostazione totalmente diversa delle attività dell'azienda, che non si riduce alla semplice sostituzione dei prodotti non consentiti.

- È stato sottolineato come la presenza di diversi **marchi di qualità**, molti dei quali diffusi solo a livello locale o regionale, possa generare confusione tra i consumatori. La comunicazione nei confronti dei cittadini, per essere efficace, dovrebbe invece essere chiara, utilizzare termini comprensibili e cercare di ridurre il ricorso ad acronimi. La definizione dei marchi dovrebbe essere semplificata e unificata a livello di Regioni, con la supervisione e il riconoscimento del MIPAAFT. Gli operatori della Grande Distribuzione Organizzata (GDO) usano come principali marchi di qualità quelli relativi alle denominazioni di origine (DOC e DOP) e quello relativo al biologico, influenzando le scelte del consumatore a discapito di altri marchi, come quelli relativi alla difesa integrata o certificata.
- Il ruolo dei **social media** nella comunicazione in generale, ma anche in quella legata al settore agro-alimentare, è aumentato enormemente nell'ultimo decennio. Utilizzare i social media per fare divulgazione è sicuramente complicato e molteplici sono gli esempi di come i messaggi possano essere fraintesi o estremizzati. Mentre Facebook può essere ancora considerato tra gli strumenti più usati dai viticoltori, anche se i gruppi dedicati alla viticoltura sono pochissimi, di recente è emerso sempre più il ruolo di Whatsapp. È proprio su questa applicazione che si trovano i gruppi più attivi sulla viticoltura (per esempio quelli delle associazioni di categoria), dove le notizie si diffondono in tempo reale; si tratta nella maggior parte di gruppi costituiti principalmente da viticoltori, ma ai quali partecipano anche cittadini comuni. Proprio per la facilità di diffusione delle informazioni, i social media sono considerati particolarmente utili per veicolare le informazioni, ed è necessario tenere conto del fatto che spesso è proprio in questo contesto che si “formano le notizie”, incluse quelle false. Di conseguenza, anche se molti non ritengono utile lavorare sui social, in realtà proprio per limitare la diffusione di notizie false è sempre più importante presidiare questo strumento, e, per quanto possibile, partecipare alle conversazioni, contribuendo a correggere errori o informazioni non veritiere. Un elemento importante per essere efficaci nell'uso dei social media è essere sempre presenti e tempestivi nella diffusione delle notizie; ciò che invece si rivela inefficace e spesso controproducente è rincorrere le notizie o rispondere alle accuse.
- Quando si parla di comunicazione è fondamentale, anche se non sempre possibile, **anticipare le notizie**. Per questo motivo è importante avere un piano di comunicazione chiaro che permetta di pianificare cosa comunicare, e quando farlo. È inoltre importante correggere sempre le



informazioni errate che vengono diffuse, soprattutto nei dibattiti pubblici. Senza alcun contraddittorio le informazioni scorrette si diffondono più facilmente e diventa sempre più complicato smentirle. Per favorire la comunicazione è fondamentale creare momenti di condivisione fra viticoltori e cittadini; una soluzione potrebbe essere la creazione di tavoli di comunicazione locali, che coinvolgano tutti gli attori, inclusi i comitati salutisti. Un esempio di coinvolgimento dei cittadini a fini comunicativi è l'evento informativo annuale organizzato da APOT e rivolto proprio ai cittadini con lo scopo di favorirne la partecipazione e di portarli a visitare i meleti. Spesso l'evento è organizzato in combinazione con altre iniziative, come per esempio l'allestimento di una mostra d'arte nei meleti. L'APOT è anche molto attiva a livello locale e i suoi rappresentanti partecipano ai vari comitati della salute cittadina, proprio allo scopo di favorire il dialogo. I Consorzi della zona del Prosecco, mentre si sono impegnati ad eliminare o limitare l'uso di alcuni prodotti particolarmente contestati dai cittadini, quali il glifosate e il clorpirifos, sono invece piuttosto restii al dialogo con la società. I viticoltori non vogliono, in genere, coinvolgere i cittadini nelle manifestazioni viticole, e loro stessi non partecipano volentieri ai dibattiti pubblici, contribuendo a creare una barriera tra le loro attività e la percezione che di esse hanno i cittadini. Il problema dello scarso dialogo tra la società e gli imprenditori agricoli non si verifica solo nella zona del Prosecco ma è piuttosto diffuso. La stessa difficoltà si registra anche tra il mondo della ricerca e i cittadini. A questo proposito, l'Università di Bologna ha avviato l'iniziativa "Parliamone ora", con lo scopo di avvicinare i risultati della ricerca alla società e di migliorarne la divulgazione, coinvolgendo i docenti in incontri con i cittadini su vari temi, inclusi quelli della sostenibilità delle attività agricole. In particolare, sull'agricoltura è stato creato uno specifico sottogruppo "bio/non bio", con l'obiettivo di divulgare informazioni corrette sulle pratiche agricole biologiche e integrate.

- Un altro elemento riconosciuto come fondamentale durante la discussione è l'importanza della **comunicazione istituzionale**. Una comunicazione efficace tra istituzioni, in particolare tra il MIPAAFT e le regioni, dovrebbe essere la base sulla quale organizzare la comunicazione tra istituzioni locali e cittadini. In realtà sui temi dell'agricoltura, e in particolare dell'agricoltura sostenibile, la comunicazione tra istituzioni nazionali e regionali non sembra essere molto efficace. La divulgazione di informazioni ai cittadini da parte del MIPAAFT su questi argomenti risulta essere altrettanto poco efficace. Il sito web del Ministero non riporta per esempio alcun riferimento recente al PAN, riferimento che invece compare nel sito del Ministero dell'ambiente. Nei siti delle amministrazioni regionali la situazione non è tanto diversa: in pochi siti si trovano articoli recenti sul PAN e sul suo processo di modifica, mentre nella maggior parte vi sono informazioni datate o nessuna informazione. Occasionalmente sono pubblicati articoli sull'attuazione dei PSR o sul PAN nella stampa generalista, sia a livello nazionale sia regionale, ma spesso questi stessi articoli contengono informazioni errate e comunque la loro impostazione è sempre estremamente negativa. Invece, specialmente da parte delle istituzioni centrali e locali, i progetti, gli sforzi, le novità, andrebbero comunicati con continuità, anche nell'ottica di "anticipare". Molti progetti di ricerca, volti a migliorare la sostenibilità in viticoltura e ad affrontare problemi pratici, quali la deriva dei prodotti fitosanitari, sono stati avviati e conclusi, spesso con ottimi risultati, come per esempio il progetto "DERIVA" nella zona del Prosecco, finanziato dalla misura 124 del PSR Veneto 2007-2013, ora confluito nel Gruppo Operativo del PEI AGRI ITACA, finanziato dal PSR Veneto 2014-2020. I risultati di questo e altri progetti simili non



sono però comunicati in maniera efficace, e questo anche perché gli stessi consorzi vitivinicoli non hanno in genere un piano di comunicazione dettagliato nel quale siano pianificate attività specifiche di informazione e divulgazione.

- È stata sottolineata l'importanza della **formazione** come elemento fondamentale per comunicare in modo efficace i temi legati alla sostenibilità dell'agricoltura. La proposta attuale del PAN, infatti, prevede l'organizzazione di corsi di formazione rivolti all'ordine dei giornalisti, alle scuole enologiche e ai dipartimenti di agraria dell'Università. È infatti importante insegnare la comunicazione e la divulgazione agricola nelle scuole e anche nelle università, nonché migliorare la capacità dei giornalisti generalisti di comunicare le notizie sul settore agro-alimentare. A questo proposito è stata citata l'esperienza de L'Informatore Agrario, coinvolto di recente nella preparazione di un corso di formazione ai giornalisti della stampa generalista della Regione Veneto proprio su questi temi. Fare i giornalisti generalisti non è semplice, ci sono tante inesattezze ed errori che vengono ripetuti e riproposti: il problema sta nel selezionare le fonti corrette di informazione, che nel caso dell'agricoltura devono essere esperti, università e centri di ricerca. Inoltre, sarebbe utile aumentare o introdurre anche la formazione rivolta ai viticoltori, per migliorare le loro capacità comunicative. Un esempio interessante è quello del Comitato Viticolo della Borgogna (BIVB), un'organizzazione professionale francese costituita da viticoltori e tecnici, che ha preparato e diffuso un manuale per i propri soci, con il fine di insegnare loro a comunicare meglio la viticoltura al pubblico e quindi migliorare i rapporti fra agricoltori e cittadini (https://www.vins-bourgogne.fr/gallery_files/site/44640/44641.pdf). Un altro esempio interessante è la Scuola Enologica Cerletti di Conegliano, che sensibilizza i ragazzi sulla sostenibilità tramite collaborazioni con enti locali, con aziende viticole, con Consorzi professionali di difesa, con la Rete Rurale Nazionale. Grazie all'aiuto ed alla buona volontà di un gruppo di professori, i ragazzi non solo imparano i concetti di sostenibilità ed economia circolare in viticoltura, ma anche organizzano eventi, riunioni, tavole rotonde, in cui essi stessi comunicano tali concetti alle altre scuole e alla cittadinanza. I ragazzi stanno inoltre partecipando attivamente alla realizzazione di interviste utilizzate nelle attività del Focus innovazione stesso, grazie alle quali hanno l'occasione di confrontarsi con i cittadini e sensibilizzarli sulla tematica degli agrofarmaci. Il Ministero dovrebbe sostenere tali iniziative ed espanderle anche alle altre scuole. Queste attività sono infatti utili sia per formare i futuri viticoltori, sia per farli diventare buoni comunicatori.

2 Sintesi di possibili azioni da intraprendere

Riconosciuta l'importanza di avere una **strategia ed una regia comune per la comunicazione**, perché le iniziative locali sono ottime e utili ma non hanno impatto a livello più ampio, è stata sottolineata la necessità che essa identifichi:

- i) temi specifici sui quali comunicare, preferibilmente legati alla sostenibilità, concetto spesso non appieno compreso dai cittadini;
- ii) il pubblico target a cui riferire le azioni adottate;
- iii) gli strumenti di comunicazione, adatti al target selezionato.



Inoltre, alcune azioni da intraprendere per migliorare la comunicazione fra viticoltura e cittadini potrebbero essere:

- utilizzare una comunicazione semplice ed univoca, con termini adeguati;
- fare comunicazione tramite esperti e professionisti, soprattutto da parte delle istituzioni;
- formare i viticoltori, anche fin dalla scuola, al fine di renderli consapevoli e capaci di una comunicazione efficace;
- coinvolgere la GDO nella comunicazione, data la sua indubbia capacità di influire sulle scelte dei consumatori;
- agire sulla stampa locale tramite una comunicazione continua sui progetti e le iniziative sostenibili, in modo da poter anticipare le notizie di una certa rilevanza;
- adoperarsi per la formazione dei giornalisti generalisti e formare i futuri comunicatori;
- dialogare con gli attivisti ed essere presenti agli eventi pubblici;
- non ribattere punto per punto sui social, ma anche in questo caso cercare di “giocare d’anticipo”.

3 Riferimenti utili

APOT, 2017. Bilancio di sostenibilità 2016.

http://trentinofruttilocolosostenibile.it/document/Bilancio_Tfs_bozza_ok.pdf

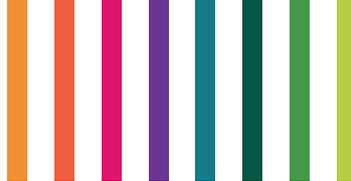
Aprea C, Catenacci G, 2003. Giornale Italiano di Medicina del Lavoro ed Ergonomia, 25: 37-60

Colosio C, Visentin S, Birindelli S, Campo L, Fustinoni S, Mariani F, Tiramani M, Tommasini M, Brambilla G, Maroni M, 2006. Reference values for ethylenethiourea in urine in Northern Italy: results of a pilot study. Toxicology Letters, 162: 153-157.

<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0378427405002924>.

ULSS7, 2013. Studio pilota di biomonitoraggio: Livelli e fattori predittivi di esposizione ai ditiocarbammati negli abitanti delle zone viticole dell’ULSS7.

<https://www.ulss7.it/documents/10181/90936/Livelli%2be%2bfattori%2bpredittivi%2bdi%2besposizione%2bai%2bditiocarbammati%2bnegli%2babitanti%2bdelle%2bzone%2bviticole%2bdell%2527Azienda%2bUlss%2b7.pdf/c63fae91-48b0-4af9-83c4-c95490b33a67>.



Rete Rurale Nazionale
Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali
Via XX Settembre, 20 Roma

f    RETERURALE.IT

Pubblicazione realizzata con il contributo FEASR (Fondo europeo per l'agricoltura e lo sviluppo rurale)
nell'ambito del Programma Rete Rurale Nazionale 2014-2020

