

Focus Innovazione Viticoltura

**Linea di attività - Comunicazione con la società civile sulla difesa
fitosanitaria**

COME COMUNICARE LA DIFESA FITOSANITARIA IN VITICOLTURA

Sintesi incontro Verona – 6 aprile 2018

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

Autorità di gestione: Ministero delle politiche
agricole alimentari forestali e del turismo.

Ufficio DISR 4 - Dirigente: Gualtiero Bittini

CREA – Centro Politiche e Bioeconomia

Autori: Giannantonio Armentano,
L'informatore Agrario, Elisa Angelini CREA
Viticoltura ed Enologia e Mara Lai, CREA
Politiche e Bioeconomia.

Impaginazione: Laura Guidarelli

INDICE

Premessa	4
1. Conflitto tra emozione e razionalità	4
2. Capire la criticità legate alla viticoltura	5
3. Attività già esistenti e potenzialmente utili.....	5
4. Azioni possibili	5

Premessa

La viticoltura è una delle colture che fa un maggior uso di prodotti fitosanitari. La maggior parte di essi viene utilizzata per il controllo delle patologie, mentre altri prodotti vengono utilizzati per il controllo di insetti e acari. Inoltre, in vigneto è necessario spesso usare anche erbicidi, quando altri metodi di controllo delle infestanti non risultano efficaci.

L'uso dei prodotti fitosanitari e dei fertilizzanti e il loro impatto sulla salute pubblica, sulla qualità dei cibi e sulla loro possibile contaminazione è ormai da qualche anno un tema di particolare interesse per l'opinione pubblica. Diversi sono stati i dibattiti avviati in proposito, e spesso i timori per la salute e per la contaminazione dei prodotti agricoli e viticoli, generati anche da diversi scandali alimentari scoppiati negli ultimi decenni, hanno portato a uno scontro tra cittadini e imprenditori del settore agroalimentare.

In particolare, un crescente numero di campagne informative, con contenuti spesso negativi, ha interessato la viticoltura, soprattutto in relazione all'uso dei prodotti fitosanitari. Si tratta di campagne le cui reali motivazioni non sono sempre chiare, ma che hanno un impatto notevole sui cittadini (e consumatori), contribuendo a consolidare la percezione negativa di un certo numero di pratiche agricole utilizzate in vigna.

I Focus dell'innovazione nel settore vitivinicolo attivati dalla Rete rurale nazionale sono nati proprio con l'obiettivo di studiare le criticità e le possibili soluzioni da introdurre nella comunicazione della difesa fitosanitaria viticola. Il primo incontro si è tenuto lo scorso 6 aprile presso la sede de *L'Informatore Agrario* (Verona) e ha visto la partecipazione di rappresentanti del settore produttivo, della consulenza, della ricerca e delle istituzioni. Di seguito si riportano alcuni spunti emersi durante l'incontro.

1. Conflitto tra emozione e razionalità

La percezione da parte dei cittadini del rischio derivante dall'uso dei prodotti fitosanitari spesso non corrisponde al rischio reale. L'informazione che giunge ai cittadini, infatti, nella maggioranza dei casi non mette in evidenza come l'attività dei viticoltori professionisti sia sottoposta a rigorosi controlli e come negli ultimi anni siano stati condotti numerosi miglioramenti su questo tema. Ciò ha, pertanto, favorito la diffusione di informazioni negative, spesso scorrette, e che hanno visto un forte coinvolgimento delle Organizzazioni Non Governative (ONG), soprattutto ambientaliste, in grado di investire importanti risorse finanziarie in queste campagne di comunicazione.

Tale situazione è stata acuita dal crescente utilizzo di internet e dei social media (facebook in particolare), che hanno contribuito alla diffusione di queste informazioni spesso difficili da verificare, senza l'instaurarsi di un reale contraddittorio.

In presenza di attacchi sempre più insistenti, gli operatori del settore (viticoltori, tecnici, Istituzioni, stampa di settore) hanno avviato diverse attività, con però risultati modesti. Ciò è dipeso dalla mancanza di una strategia chiara e condivisa e dalla scarsa coordinazione tra le azioni avviate dai singoli soggetti. Un esempio in tal senso è rappresentato dalla comunicazione legata ai protocolli viticoli di difesa volontari, più restrittivi di quelli in vigore, nati in alcuni areali quali Prosecco e Valpolicella con lo scopo di arginare i conflitti generati dall'utilizzo di prodotti fitosanitari. Tali protocolli, infatti, non necessariamente hanno tranquillizzato il

consumatore sul corretto utilizzo di questi prodotti, ma al contrario hanno indotto a ritenere che chi non li rispetta non agisce secondo i principi della sostenibilità. La tendenza alla giustificazione dei prodotti utilizzati pone spesso i produttori in una posizione difficile e “sulla difensiva”, atteggiamento che in alcuni casi può acuire la percezione negativa da parte di cittadini e consumatori.

2. Capire la criticità legate alla viticoltura

Per arrivare a una corretta comunicazione soprattutto nelle aree viticole fortemente vocate occorre pertanto identificare e prendere atto delle criticità esistenti per cercare soluzioni idonee a ridurre gli effetti, tenendo però presente che l'agricoltura è principalmente un'attività economica e in quanto tale deve essere sostenibile anche dal punto di vista economico.

Tra le criticità si segnala prima di tutto il costante “avvicinamento” delle attività agricole ai centri urbani che ha contribuito a rendere più complicata la convivenza tra cittadini e imprenditori agricoli, sia in termini di utilizzo di certe pratiche agricole, come l'uso di prodotti fitosanitari, sia per le conseguenze che le attività antropiche possono avere sulle coltivazioni, per esempio la circolazione delle automobili.

La tendenza della vite a divenire una monocoltura in alcune aree, come per esempio nella zona di produzione del Prosecco, ha inoltre favorito un progressivo impoverimento della biodiversità, elemento fondamentale di sostenibilità in viticoltura.

C'è poi la difficoltà di coinvolgere i cosiddetti viticoltori “amatoriali” (spesso soci di cooperative o consorzi) che, in quanto meno informati, potrebbero non rispettare pienamente le regole, soprattutto in materia di trattamenti fitosanitari.

3. Attività già esistenti e potenzialmente utili

Un aiuto in questo difficile percorso può arrivare da altri comparti agricoli (e non solo) che sono riusciti a attraverso percorsi virtuosi a migliorare i rapporti tra agricoltura e società civile. È il caso ad esempio della melicoltura in Trentino, che dal 2016 ha intrapreso un percorso di comunicazione volto a spiegare le attività che negli anni sono state adottate per il rispetto dell'ambiente.

Il tema della sostenibilità, inoltre, è stato fatto proprio dalla Scuola Enologica “G.B. Cerletti” di Conegliano, tanto che è stata attivata una serie di iniziative con lo scopo di sensibilizzare sul tema gli studenti, che diventano portavoce per raggiungere un maggior numero possibile di soggetti.

Da poco è stato infine istituito presso la Regione Veneto un tavolo di discussione sulla sostenibilità, nato proprio in risposta alle criticità delle aree viticole del Veneto.

4. Azioni possibili

Alla luce di quanto sopra esposto, per migliorare il rapporto tra viticoltori e società civile è innanzitutto fondamentale promuovere una strategia comune tra i diversi soggetti operanti a vari livelli della filiera

vitivinicola. La definizione di una strategia di comunicazione comune risulta fondamentale ancor prima della definizione dei mezzi e degli strumenti da utilizzare per realizzarla, e ciò può avvenire solamente grazie al supporto di professionisti del settore.

Un ruolo fondamentale in tal senso dovrà, inoltre, essere svolto dalle istituzioni che dovranno riacquisire l'autorevolezza persa nell'ultimo decennio sia a causa dei messaggi discordanti che spesso comunicano sia per la tendenza da parte dei consumatori/cittadini a reperire informazioni la cui veridicità non è confermata. È importante, infatti, che le istituzioni locali, regionali e nazionali assumano un ruolo più decisivo nella comunicazione di certi concetti alla società civile, dando un contributo alla diffusione di informazioni che siano *super partes*, autorevoli e scientificamente corrette e che possano favorire il dialogo.

Tuttavia, il solo impegno delle istituzioni non è sufficiente: anche le aziende vitivinicole dovranno impegnarsi attivamente nel tentativo di migliorare il dialogo con la società civile. Migliorare la competenza tecnica degli imprenditori e convincerli a cambiare il loro atteggiamento nei confronti dei cittadini, anche aprendo le loro aziende per mostrare le attività in essere per la sostenibilità, potrebbe portare a risultati positivi in termini di interazione con il territorio