

## RASSEGNA STAMPA SU VINO, BIRRA E ALTRI ALCOLICI

A cura di Roberto Argenta, Guido Dellagiacoma, Alessandro Sbarbada

GIOVANI CAMBIAMENTI.IT

### **Il loro profitto viene prima della nostra salute?**

<http://www.giovanicambiamenti.it/2015/11/27/il-loro-profitto-viene-prima-della-nostra-salute/>  
by Giulia

Ha preso il via lo scorso 23 novembre presso alcuni Istituti Scolastici Superiori di Brescia il progetto pilota dal titolo "Il Bere Consapevole – il vino fra i giovani attraverso l'istruzione e la cultura" promosso dalla Consulta Nazionale del Vino Italiano (Co.N.V.i.). Con questo progetto il Co.N.V.I prevede di entrare nei prossimi mesi negli istituti scolastici dell'intero territorio nazionale promuovendo la conoscenza enologica italiana, difendendo una "corretta" educazione al consumo di alcol e, cosa ancor più grave, fornendo ai giovanissimi gli strumenti per avvicinarci al vino in modo intelligente.

La responsabile del progetto scuole Co.N.V.I, Pia Berlucchi, ha dichiarato che "Il primo obiettivo della Co.N.V.I. si concentra sui giovani, per gettare un ponte tra la tradizione e il futuro rappresentato dai nostri figli. L'idea è raccogliere tutto il nostro patrimonio storico e ambientale per introdurre il vino e la sua conoscenza come parte della nostra identità nazionale". Mentre il Presidente di ONAV e coordinatore CoN.V.i., Vito Intini sostiene che «**La Consulta nasce per dare una risposta al crescente calo dei consumi di vino in Italia. La nostra scelta è stata partire dai giovani.** (\*) L'idea è raccogliere tutto il nostro patrimonio storico e ambientale per introdurre il vino e la sua conoscenza come parte della nostra identità nazionale. Parleremo ai ragazzi di vino e cultura, perché il vino è un elemento del nostro essere italiani, e spiegheremo loro cosa vuol dire fare un prodotto di qualità in questo paese. **Partiremo ovviamente dall'educare i giovani a bere consapevolmente, fornendo loro gli strumenti per avvicinarsi al vino in modo intelligente**».

E infine la stessa Pia Berlucchi ha dichiarato che "L'obiettivo di ONAV e di Co.N.V.I. è portare questi interventi culturali sulla storia del vino in ogni città e presentare al Ministero dell'Istruzione il programma svolto, per far sì che condivida con gli Istituti di Scuola superiore in Italia il messaggio che il vino è uno straordinario strumento e messaggero di cultura e comunicazione".

L'iniziativa, di fatto corrisponde a una logica di marketing economico che tende a contrastare il trend negativo del mercato del vino, legato al crollo dei consumi in Italia, con un evidente intento di affiliazione o di fidelizzazione dei futuri consumatori. Ciò contravviene ai principi della tutela dei minori, poiché rappresenta una operazione di disinformazione, di manipolazione culturale ed anche di rischioso condizionamento della sfera psicologica ed emotiva dei minori.

Dobbiamo infatti ricordarci che l'OMS (Organizzazione Mondiale della Sanità) ha inserito le bevande alcoliche nel gruppo 1 delle sostanze cancerogene, scrivendo nel "World Cancer Report 2014" che l'uso incongruo dell'alcol è correlato in maniera dose-dipendente con i tumori della cavità orale e faringe, della laringe, dell'esofago, del colon-retto, del seno, mentre di altri tumori si attende ancora che si possa o meno stabilire un rapporto di causalità diretto.

Infatti l'alcol rappresenta la causa diretta o indiretta del 4,2 % di tutte le morti per cancro e il 4,6 % dei giorni persi durante la vita per disabilità legata al cancro (DALY's).

Sempre l'OMS ha classificato l'alcol fra le droghe, una droga giuridicamente legale, ma è comunque una sostanza molto tossica per la cellula epatica, più di molte droghe illegali, ed è causa di una dipendenza il cui grado è superiore rispetto alle droghe più conosciute.

L'alcol è una sostanza tossica, potenzialmente cancerogena e capace di indurre dipendenza (alcol-dipendenza) superiore rispetto alle sostanze o droghe illegali più conosciute.

Ma soprattutto sappiamo che i giovani (al di sotto dei 16 anni), le donne e gli anziani sono in genere più vulnerabili agli effetti delle bevande alcoliche a causa di una ridotta capacità dell'organismo a metabolizzare l'alcol.

Secondo l'OMS in Europa si ha il più elevato consumo alcolico al mondo. Il consumo per abitante è il doppio rispetto alla media mondiale. L'alcol è il terzo fattore di rischio per i decessi e per le invalidità in Europa, e il principale fattore di rischio per la salute dei giovani.

Sono infatti soprattutto i giovani i soggetti più a rischio, infatti i bambini e i minori di 21 anni hanno una maggior vulnerabilità cerebrale all'alcol a causa della loro immaturità del sistema enzimatico. Infatti dai 12 ai 25 anni di età, tutto l'alcol che viene consumato non viene metabolizzato per carenza dell'attività dell'enzima alcol-deidrogenasi e circola quindi

liberamente nel sangue, raggiungendo il cervello e interferendo sul suo fisiologico processo di rimodellamento e di maturazione.

Tenendo presente tali evidenze scientifiche, l'Ordinamento Italiano è già intervenuto in materia di alcol e problemi alcol correlati con la Legge quadro 30 marzo 2001 n.125, in cui si sancisce che "è vietata la pubblicità di bevande alcoliche e superalcoliche che:

- 1.sia trasmessa all'interno dei programmi rivolti ai minori e nei quindici minuti precedenti e successivi alla trasmissione degli stessi;
- 2.attribuisca efficacia e indicazioni terapeutiche che non siano espressamente riconosciute dal Ministero della Sanità;
- 3.rappresenti minori intenti al consumo di bevande alcoliche o superalcoliche."

**E al comma 3 del medesimo articolo stabilisce che "è vietata la pubblicità diretta o indiretta delle bevande alcoliche e superalcoliche delle bevande alcoliche e superalcoliche nei luoghi frequentati prevalentemente dai minori di 18 anni di età".**

È proprio partendo da questi presupposti che l'AICAT (Associazione Italiana Club Alcolici Territoriali) ha presentato un esposto legale alla Procura della Repubblica di Brescia al fine di verificare il profilo di liceità dell'iniziativa ai sensi dell'art.13 della Legge125/01 che vieta la pubblicità di bevande alcoliche diretta ai minori.

L'Aicat ha invitato il Ministero della Salute, il Ministero dell'Istruzione, il Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali e la Commissione Europea, ciascuno per la parte di propria competenza, ad adottare gli atti e i provvedimenti opportuni al fine di rimuovere immediatamente ogni iniziativa riguardante i minori in relazione all'uso dell'alcol, in particolare ad inibire il prosieguo del progetto "Il Bere Consapevole". In subordine, a fornire una informativa corretta, che evidenzi e sottolinei i rischi e i pericoli relativi al consumo dell'alcol in generale ed escluda, con determinatezza, qualsiasi effetto benefico del vino soprattutto sui minori.

"La diffida - sottolinea Aniello Baseli, presidente dell'Aicat - è un segnale eticamente doveroso per sollecitare una mobilitazione culturale e sociale verso una chiara controffensiva della casta del vino che, da un lato intende arginare l'emorragia dei consumi attraverso la fidelizzazione di futuri consumatori tra i minori, e dall'altro mira a smantellare la Legge 125/01 nei suoi punti qualificanti con l'ausilio di un Disegno di Legge presentato da una folta schiera di parlamentari. Dobbiamo mobilitarci per difendere in ogni modo e in ogni luogo le conquiste in tema di promozione e protezione della salute e della libertà ottenute con una legge di avanguardia come la Legge 125."

E conclude dicendo che "E se in gioco è il futuro della nostra comunità cioè i nostri figli che sono i più precoci a bere alcolici nel mondo, chi ha responsabilità politiche sanitarie ed educative non può tacere o stare fermo. Ma soprattutto deve scegliere da che parte stare."

Speriamo in una pronta e risolutiva risposta all'esposto presentato, ma **sono i giovani stessi che dovrebbero mobilitarsi per difendere la loro salute e uscire da queste logiche di mercato** che tengono conto solo dei profitti e non della loro salute. Non sarebbe meglio promuovere all'interno delle scuole programmi tesi a migliorare le life skills dei giovani, così come suggerito dall'OMS? Aumentare l'intelligenza emotiva dei ragazzi, la loro capacità di relazionarsi con se stessi e con il mondo esterno dovrebbe essere un investimento necessario da attuare all'interno di ogni istituto scolastico e non solo. Non sarebbe meglio se la scuola, accanto alla sua funzione culturale, si preoccupasse di fornire ai giovani gli strumenti per sviluppare capacità relazionali, affrontare meglio i problemi della loro vita scolastica e familiare, siano più capaci di capire se stessi e le proprie interazioni con gli altri, al fine di prevenire il disadattamento di alcuni e promuovere il benessere psicofisico di tutti?

(\*) Nota: più chiaro di così...

---

LECCONLINE

**Anche a Lecco arriva il "Pub Crawl", il tour alcolico per bere tanto ma spendere poco**

E' una moda che arriva dal Nord Europa che da qualche anno si sta diffondendo anche in Italia: stiamo parlando del cosiddetto "Pub Crawl", un tour alcolico tra diversi locali per bere in abbondanza e spendere poco. Birre, cocktail e superalcolici low cost per una serata all'insegna dello sballo.

Una pratica che si è diffusa prima nelle grandi città come Roma e Firenze, pensata soprattutto

per studenti stranieri (negli Usa non si può bere sotto i 21 anni e per i neodiciottenni l'Italia è come il paese dei balocchi), ma che pian piano sta prendendo piede in tutte le altre città dello stivale. Lecco compresa.

Già perché **il prossimo sabato sera la maratona alcolica prenderà il via anche in città.**

Si chiamerà "light the night": con soli 20 euro i partecipanti potranno bere una birra, un cocktail, uno shot di super-acolico, un bicchiere di spumante e un quinto drink a scelta.

E la quota comprende anche l'ingresso in una discoteca del territorio ad un prezzo, complessivo, assolutamente conveniente.

L'appuntamento è alle 21.30 in piazza "Cappuccini" (ma di caffè non se ne berrà): dopo la prima birra per dare il via al "Pub Crawl", i ragazzi raggiungeranno- tra una tappa alcolica e l'altra - piazza Cermenati dove, bevuto un ulteriore bicchiere, si ripartirà in pullman per la pista da ballo.

*"Berlino, Parigi, Praga, Barcellona... In tutta Europa questo è uno degli eventi più attesi dell'anno, qualcosa di unico. Ed a Lecco? Qua ci pensiamo noi! Siete pronti a dimenticare tutto per una sera ed affrontare un percorso estremo? Ecco, allora questo è quello che fa per voi! Accendiamo insieme la notte lecchese! Ma di cosa si tratta? Semplicemente stiamo parlando di un tour alcolico attraverso i migliori bar/pub della città con destinazione finale la discoteca! **Un percorso estremo per dimenticare tutto per una sera**"* così gli organizzatori descrivono sui social l'evento, che ha già catturato l'attenzione di centinaia di giovani lecchesi.

Una moda pericolosa, ma che continua a fare proseliti tra i ragazzi alla ricerca dello sballo. (\*)

(\*) Nota: confidiamo nell'intervento delle forze dell'ordine per bloccare sul nascere l'iniziativa, senza dovere aspettare i morti (come a Roma). Questa la pagina facebook dell'evento: <https://www.facebook.com/events/545684495587482/>

---

LECCEPRIMA

### **Contro un albero sotto effetto di alcol e cocaina: ferito lievemente, muore l'amico 32enne**

Un ragazzo perde la vita in un tragico incidente, avvenuto questa notte sulla strada che collega Squinzano a Cellino San Marco, nelle campagne della cittadina. Alessandro Spedicati, 32enne nato a Mesagne, ma residente a Cellino San Marco, è deceduto sul colpo ed è l'ennesima, giovane vita che si spegne sull'asfalto.

Intorno alle 3,30, si trovava sul posto passeggeri dell'auto condotta da un suo amico. L.C., 23enne nato a San Pietro Vernotico e residente a Cellino San Marco. Il ragazzo ha perso il controllo della Fiat Panda all'improvviso, ed è uscito fuori strada. La sua corsa è finita contro un albero di olivo. Nessun'altra vettura stava transitando lungo quella via in quel momento. Sul posto sono stati fatti giungere i soccorsi. I primi a operare sono stati i vigili del fuoco del distaccamento di Veglie, per estrarre i corpi dei due passeggeri. Intanto sono giunti gli operatori del 118, i quali non hanno potuto fare nulla per salvare il 32enne: al loro arrivo era già spirato, a seguito delle gravi lesioni riportate durante il violento impatto. Ai sanitari non è rimasto che constatare il decesso, alla presenza del medico.

La salma è stata trasportata presso la salma del "Vito Fazzi" di Lecce, dove sarà sottoposta all'autopsia quando la Procura della Repubblica di Lecce conferirà l'incarico al consulente. Il conducente, accompagnato presso l'ospedale leccese, ha riportato alcune lesioni, reputate lievi e giudicate guaribili in circa una settimana. Il giovane, però, è finito nei guai. Al termine delle visite mediche, è stato sottoposto al test alcolemico e a quello per verificare l'eventuale consumo di sostanza stupefacente prima di mettersi alla guida. Oltre ad essere risultato positivo al primo esame, con un tasso di quasi tre volte rispetto a quello consentito dalla legge (\*), è stato anche trovato con tracce di cocaina nel sangue.

I rilievi del sinistro sono stati eseguiti dai carabinieri della stazione di Squinzano, in collaborazione con i colleghi del Nucleo operativo e radiomobile della compagnia di Campi Salentina. I militari dell'Arma hanno anche ascoltato il ragazzo che era alla guida della Panda, che nelle prossime ore sarà deferito per la guida alterata sotto effetto di alcol e droga. Il mezzo, intanto, è stato posto sotto sequestro e resta a disposizione dell'autorità giudiziaria, per i successivi accertamenti.

(\*) Nota: "un tasso di quasi tre volte", ma... dopo quante ore?

Prendiamo per buono quanto scritto nell'articolo.

Il tempo perché arrivino i soccorsi, perché venga estratto dall'auto, perché venga condotto fino all'Ospedale, perché venga sottoposto a tutte le visite mediche, e **solo al termine di queste ultime**, ecco il test alcolemico.

Certamente il tasso alcolemico al momento dello schianto era molto più elevato di quello riscontrato.

Non è questione di poco conto, perché se è stato rilevato di poco inferiore a 1,5 dopo parecchie ore, questo ragazzo avrà una pena molto inferiore a quanto - molto probabilmente - gli sarebbe spettata se le rilevazioni fossero state tempestive.

---

APPE.PD.IT

### **Presentato a Padova il progetto pilota #Beremeglio per la formazione degli addetti al servizio delle bevande alcoliche**

<http://www.appe.pd.it/notizie-eventi/7338-presentato-a-padova-il-progetto-pilota-beremeglio-per-la-formazione-degli-addetti-al-servizio-delle-bevande-alcoliche>

**Federvini, Fipe e Appe** presentano un'iniziativa congiunta per promuovere consumi responsabili e di qualità all'interno dei pubblici esercizi italiani

- In programma venti corsi che coinvolgeranno complessivamente 600 addetti
- Conclusa la prima fase sperimentale di sei mesi **il progetto verrà presentato al Ministero della Salute con l'obiettivo di essere proposto su scala nazionale**

Un consumo di bevande alcoliche di qualità significa prima di tutto consumo responsabile. E dove nasce una "civiltà del bere"? Al bancone del bar o al tavolo del ristorante. Questa la sfida raccolta da **Federvini e Federazione Italiana Pubblici Esercizi (FIPE)**, che hanno presentato venerdì mattina 27 novembre in Comune a Padova (che ha dato il patrocinio) la fase pilota del nuovo progetto #Beremeglio.

Le due associazioni siglano un patto per la qualità nel consumo fuoricasa di bevande alcoliche **con l'obiettivo di dare vita ad un progetto nazionale con l'avallo del Ministero della Salute**. Un impegno che parte da una nuova filosofia che fa dell'esercente di bar e ristoranti il promotore di una cultura di qualità, di responsabilità e di moderazione nei confronti dei propri clienti, grazie ad un'approfondita preparazione professionale, ad un programma di corsi di formazione sul territorio e ad una guida articolata in diversi punti.

La prima importante fase del progetto parte da Padova con il patrocinio del Comune e l'impegno dell'Associazione Provinciale Pubblici Esercizi (APPE) di Padova, ed è stata illustrata questa mattina presso Palazzo Moroni alla presenza del vicesindaco Eleonora Mosco e dei vertici delle tre associazioni promotrici dell'iniziativa.

«I consumi di bevande alcoliche in Italia risultano in contrazione da 20 anni, e secondo l'Organizzazione Mondiale della Sanità il consumo pro-capite (6/10 litri all'anno) è tra i più bassi nell'Unione Europea - dichiara Sandro Boscaini, Presidente di Federvini.

Il consumatore italiano si è distinto per primo per un bere moderato, orientato alla qualità del prodotto (\*). Possiamo quindi affermare che la qualità del bere italiano si esplica sia nei nostri prodotti di eccellenza che nelle modalità di consumo, all'insegna della convivialità e della moderazione proprie dello stile mediterraneo che ci contraddistinguono.

Non dobbiamo comunque dimenticare l'importanza di **una cultura di responsabilità con particolare riferimento ai giovani**, una delle categorie più sensibili al consumo delle bevande alcoliche fuori casa.

Ed è proprio con queste premesse che nasce il progetto #Beremeglio per supportare i gestori di bar, locali e ristoranti nel rapportarsi in modo corretto nei confronti di queste tipologie di clienti, puntando su un'offerta di qualità. Bere meglio significa, infatti, puntare sulla qualità piuttosto che sulla quantità del bere ed apprendere l'arte della convivialità e dello stile mediterraneo».

«In base agli ultimi dati del Rapporto Ristorazione che la nostra Federazione ha recentemente presentato - dichiara il presidente di FIPE Enrico Lino Stoppani - 12 milioni di italiani pranzano abitualmente fuori casa, mentre un italiano su due è solito frequentare bar e ristoranti, per un mercato del valore complessivo di 76 miliardi di euro, al terzo posto in Europa. A questi numeri vanno aggiunti altri dati importanti, come evidenziato dall'Istat nella sua rilevazione "L'uso e

l'abuso di alcol in Italia": il 63% della popolazione al di sopra degli 11 anni almeno una volta nel corso del 2014 ha consumato sostanze alcoliche, percentuale che si attesta sul 43,4% a 16 anni di età (\*\*\*) e al 62,5% nella fascia 18-19. Tenendo conto del fatto che la maggior parte dei consumi di bevande alcoliche avviene fuori casa diventa fondamentale creare una cultura improntata sempre più alla "civiltà del bere", cultura che non può che partire dai gestori. Come FIFE siamo da anni impegnati nell'affiancare gli operatori in un solido percorso di preparazione professionale: l'asse con Federvini e la messa a punto di una guida congiunta a disposizione degli esercenti non potrà che aiutarci nel garantire un servizio sempre più puntuale ed efficiente a beneficio di tutti».

«L'organizzazione Mondiale della Sanità pone l'accento su come il cambiamento degli stili di vita comporti un cambiamento anche negli stili alimentari delle persone e su quanto le "cattive" abitudini, come il consumo non responsabile di sostanze alcoliche, rappresentino un fattore di rischio per la cittadinanza incidendo su salute e sostenibilità – evidenzia il vicesindaco e assessore al commercio del Comune di Padova Eleonora Mosco – Parte da qui la sfida lanciata dal progetto #Beremeglio che punta su qualità, professionalità e su un percorso partecipato di educazione al consumo. Ringrazio pertanto i promotori di questo piano di lavoro, condiviso e sostenuto dall'Amministrazione Comunale, che vede Padova città pilota di una campagna nazionale sul bere responsabile e di qualità».

In vista di un ampliamento su scala nazionale del progetto la fase pilota di #Beremeglio vede protagonista la città di Padova, nel cuore di quel Nord-Est italiano in cui, secondo gli ultimi dati Istat, il consumo di bevande alcoliche si attesta complessivamente al 78,3%. In particolare a Padova e provincia poco più di 380.000 residenti maggiorenni (il 48,6%) consuma un aperitivo fuori casa, più o meno abitualmente nel corso dell'anno; il 16,7% (130.600 persone) beve almeno una o due volte a settimana, mentre altre 15.000 tutti i giorni. Guardando infine ai consumi serali, i consumer maggiorenni nel territorio provinciale sono 310.000, il 39,7%.

A guidare operativamente la fase pilota dell'asse congiunto Federvini - FIFE si pone APPE, come spiega il presidente Erminio Alajmo: «Il territorio di Padova e provincia presenta numeri che lo rendono ideale per implementare e monitorare gli effetti di una campagna di promozione per una cultura del bere responsabile: la nostra provincia conta infatti nel complesso 4.332 pubblici esercizi attivi nel 2014 per un volume d'affari di 655 milioni di euro (a fronte di un fatturato di 3,8 miliardi di euro nella regione Veneto nel suo complesso), dei quali 143,5 milioni di euro derivano dalla vendita e somministrazione di bevande alcoliche (840,9 milioni di euro nel Veneto). A fronte di un sostrato imprenditoriale dai numeri importanti siamo orgogliosi che la nostra città sia stata scelta come apripista di un progetto di alto valore culturale e sociale. Progetto che potrebbe inaugurare un nuovo modo di vedere il mondo del fuori casa all'insegna di uno stile più sano e di una migliore qualità della vita».

Il progetto pilota, della durata di sei mesi a partire da dicembre 2015, rappresenta una sostanziale novità nel panorama formativo nel settore dei pubblici esercizi e sarà articolato in un programma di 20 corsi rivolti nel complesso a 600 esercenti, organizzati con lo scopo di promuovere un nuovo concetto di qualità, non solo delle bevande alcoliche offerte al consumo quanto delle caratteristiche e modalità del servizio di somministrazione. Un percorso articolato in diversi punti che riguardano in particolare l'approfondita conoscenza delle bevande alcoliche offerte ai clienti, delle loro caratteristiche, nonché di tutte le regole di riferimento; la consapevolezza degli effetti dell'alcol e dei vari stadi di ebbrezza per capire fin da subito le condizioni di un cliente potenzialmente problematico; la gestione di situazioni "a rischio" come ad esempio nel caso di litigi o gruppi numerosi di persone con nozioni che non trascurano elementi di psicologia, prossemica e speaking per adottare il comportamento più adatto a seconda dei diversi scenari; consigli utili per rendere il proprio locale più confortevole e atto ad accogliere un'offerta di prodotti improntata alla qualità, della merce e del servizio; piccoli "trucchi" per accompagnare la clientela alla fine della serata in prossimità dell'orario di chiusura evitando possibili incidenti di percorso.

Al termine del progetto pilota, l'obiettivo di Fife e Federvini è di ampliare #Beremeglio su scala nazionale con l'avallo delle principali istituzioni nazionali. (\*\*\*)

(\*) Nota: i vini più consumati in Italia sono quelli "in cartone".

(\*\*) Nota: va sempre ricordato che la legge proibisce vendita e somministrazione a giovani di questa età

(\*\*\*) Nota: a fronte del continuo, importante aumento della popolazione dei non bevitori di bevande alcoliche in Italia, oramai già più di un terzo degli adulti, e dato il divieto di vendita e somministrazione ai minori di 18 anni, che pure frequentano i locali, un'iniziativa come questa dovrebbe dedicare molta cura alla soddisfazione del cliente che ha scelto la sobrietà, o vi è costretto dal documento di identità.

Ad esempio curando l'offerta di bevande analcoliche.

Ma se a organizzare è FEDERVINI...

---

WINENEWS

**DOMENICO ZONIN (UIV): "PER IL VINO ITALIANO CI SONO 680 MILIONI DI EURO IN PIÙ, LA DOTAZIONE FINANZIARIA AGGIUNTIVA PER IL BIENNIO 2019-2020", DOPO LA PROROGA, DAL 2018 AL 2020, DELLA SCADENZA DEL "PIANO NAZIONALE DI SOSTEGNO AL SETTORE VITIVINICOLO"**

Per il vino italiano ci sono 680 milioni di buone notizie, o meglio di euro, ovvero la dotazione finanziaria aggiuntiva per il biennio 2019-2020, su cui il comparto potrà contare dopo la proroga, dal 2018 al 2020, della scadenza del "Piano Nazionale di Sostegno al Settore Vitivinicolo", strumento "essenziale per il rafforzamento della competitività delle nostre aziende", ha detto nell'annunciare la notizia Domenico Zonin, alla guida di Unione Italiana Vini. Un risultato importante, spiega una nota, "ottenuto per il settore vitivinicolo italiano nell'incontro istituzionale in Commissione Europea, nel Gabinetto del Commissario all'Agricoltura Phil Hogan, che ha assicurato che la disponibilità delle risorse del Piano Nazionale di Sostegno sarà garantita fino al 2020, in linea con il quadro finanziario della Pac".

"Tra il 2009 e il 2013 la dotazione annuale del programma - spiega Zonin - è aumentata del 41%. Il Piano Nazionale di Sostegno, attraverso la misura "Ristrutturazione e riconversione varietale" ha stimolato le aziende a produrre per il mercato adeguando la produzione alla domanda e incoraggiato l'innovazione e lo sviluppo di pratiche moderne in vigna come in cantina. Con la misura "Promozione", invece, ha favorito gli investimenti per la valorizzazione e diffusione nei Paesi terzi dei brand e dei territori (Iq), particolarmente apprezzati in tempi di crisi".

"Oggi raccogliamo i frutti di questo impegno - aggiunge Zonin - l'Italia è il primo produttore di vino al mondo con circa 47.7 milioni di ettolitri di vino stimati nel 2015 e registra un export 2014 di 20,4 milioni di ettolitri (+1%) (\*), pari a 5,1 miliardi di euro. Siamo riusciti a migliorare la competitività delle aziende e la propensione all'export diversificando i mercati di sbocco, **per far fronte al calo strutturale dei consumi nel mercato interno** (italiano e Ue) e rispondere all'aumento del consumo di vino nel resto del mondo (240 milioni di ettolitri nel 2013 contro 226 nel 2000). In particolare, dal 2009 al 2014 sono stati ristrutturati circa 75.000 ettari, pari a circa l'11% della superficie vitata totale italiana. L'export dal 2008 al 2014 è passato da 3,7 a 5,1 miliardi di euro e tende dritto a 5,5 miliardi di euro nel 2015".

In sintesi, spiega Unione Italiana Vini, il piano nazionale di sostegno vale circa 340 milioni di euro l'anno di cui circa 100 milioni sono assegnati alla promozione e circa 130 milioni alla misura ristrutturazione e riconversione del vigneto (i restanti 110 milioni sono spalmati su altre misure). L'estensione del Pns (Piano Nazionale di Sostegno) al 2020 significa che il settore vitivinicolo italiano potrà beneficiare di circa 680 milioni di euro in due anni (2019 e 2020). Le aziende italiane avranno, perciò, maggiori risorse per incrementare la propria competitività, in particolare sui mercati terzi grazie alla misura promozione: 200 milioni di euro in 2 anni, a cui va aggiunto il cofinanziamento in quota alle aziende di altri 200 milioni di euro. Fino a 400 milioni di euro, quindi, che il vino italiano spenderà in due anni per promuovere i propri brand e i propri territori. "Sicuramente - conclude Zonin - questa apertura ci consentirà di proseguire sulla strada del rinnovamento intrapresa nel 2009, che molto fino ad ora ha prodotto sia in termini di qualità, sia in termini di percezione positiva verso l'esterno del nostro sistema, in Italia e all'estero. Questi sforzi, però, da soli non bastano. Ci sono ancora questioni prioritarie in stand by che se non verranno risolte in tempi stretti li renderanno vani. Una tra tutte, ad esempio, la necessità di una politica commerciale comunitaria per il vino, condivisa ed efficace, che dia la possibilità al vino italiano ed europeo di muoversi liberamente e in sicurezza nel mondo, nel rispetto della passione e degli investimenti che da generazioni vengono messi in campo da ogni azienda".

(\*) Nota: prima di vantarsi perché siamo i maggiori produttori al mondo, occorrerebbe completare questi dati, spiegando quanti di questi milioni di ettolitri di vino prodotto rimarranno invenduti, e – conseguentemente - quanto denaro sarà necessario spendere per la loro distruzione.

---

IL GAZZETTINO – BLOG

## **Alla vostra salute**

*di Daniela Boresi*

### **Giovani a rischio: spinelli e alcol rovinano il sesso**

Ragazzi attenti alla marijuana. Oltre ad essere illegale crea non pochi ed irreversibili danni. Danni che vengono del tutto sottovalutati. L'accento su questa nuova emergenza lo pone il professor Carlo Foresta, ordinario di Endocrinologia Università degli Studi di Padova, presidente Fondazione Foresta Onlus: il regolare uso di marijuana, in particolar modo durante l'adolescenza determina effetti negativi, ben documentati al livello intellettuale, motorio e comportamentale.

«Storie aneddotiche sull'uso dei cannabinoidi sulle prestazioni sessuali riportano un miglioramento delle prestazioni sessuali con miglioramento della sensibilità e della durata della prestazione stessa - spiega il professore - In realtà le ricerche sperimentali hanno ampiamente dimostrato che i recettori per i cannabinoidi sono fortemente espressi sia nel sistema nervoso centrale che nei corpi cavernosi del pene e che la stimolazione di questi recettori inibisce la risposta erettiva».

Le ricadute dell'utilizzo della marijuana sono state valutate dai risultati del progetto andrologico permanente, che il gruppo di lavoro del professor Carlo Foresta ha svolto su 893 soggetti diciottenni.

Dai risultati di questo studio emerge che il 48% degli intervistati dichiara di aver avuto esperienze con la marijuana con frequenza sporadica il 40%, almeno una volta al mese il 20%, almeno una volta a settimana il 25%, e una volta al giorno il 12%.

«L'identikit dei giovani che consumano marijuana almeno settimanalmente è caratterizzato da giovani che nel 100% dei casi sono medi e forti fumatori di sigarette, medi - forti consumatori di alcolici - sottolinea Foresta - Dal punto di vista andrologico questo gruppo di soggetti, presenta alterazioni della sessualità, caratterizzate soprattutto da disfunzione erettile (5,7% contro 1,8% dei non consumatori), eiaculazione ritardata, 4% contro lo 0,6% dei non consumatori. Le caratteristiche seminologiche dei consumatori di marijuana mettevano in evidenza una significativa riduzione del numero degli spermatozoi e della loro motilità e morfologia.

I risultati dello studio devono mettere in allarme i giovani: **lo stile di vita dei consumatori abituali di marijuana (alcol, fumo ecc) li porta già a diciotto anni ad avere alterazioni del sistema endocrino, riproduttivo e sessuale.**