

Vino

Un piano di comunicazione istituzionale per il vino italiano Per trasmettere valori e cultura

Nei giorni scorsi si è tenuta presso il MASAF una riunione presieduta dal Ministro Francesco Lollobrigida con i rappresentanti di tutte le organizzazioni del settore vitivinicolo, nel corso della quale è stato annunciato il lancio di un piano di comunicazione dedicato al vino, il cui claim sarà **“Il vino è il nostro tempo”**.

Il Ministero ha realizzato uno spot istituzionale, mostrato in anteprima durante l'incontro, che sarà trasmesso sulle reti televisive pubbliche dal 15 febbraio al 15 marzo e dal 22 marzo al 22 aprile ed a cui si affiancherà una campagna sulla stampa sulle videopiattaforme social, con proiezioni anche presso le principali fiere e nei maggiori hub di trasporto.

Confagricoltura ha partecipato alla riunione con il vicepresidente Giordano Emo Capodilista ed ha espresso una valutazione positiva sull'avvio del piano di comunicazione. Si tratta infatti di una iniziativa che risponde a una richiesta avanzata dalla Confederazione.

Il piano di comunicazione ha l'obiettivo di trasmettere e rafforzare la percezione dei valori positivi del vino e del comparto vitivinicolo, sostenendo gli operatori del settore in una fase in cui il prodotto è oggetto delle riflessioni in corso a livello europeo ed internazionale nell'ambito delle politiche-antialcol; misure che potrebbero incidere sull'andamento dei consumi già in calo. In risposta alle istanze di sostegno rappresentate dalla filiera nel corso dei tavoli vitivinicoli, il Ministero ha quindi deciso di finanziare una campagna informativa.

Oltre allo spot, è previsto il lancio di un ulteriore spot sui canali social, rivolto a un target di giovani tra i 18 e i 45 anni, con l'obiettivo di stimolare l'interesse delle nuove generazioni verso il vino attraverso linguaggi, temi e contesti più vicini alla loro sensibilità. Sarà usato un linguaggio moderno ed inclusivo e si racconterà il vino come esperienza conviviale da vivere con responsabilità.

Confagricoltura e tutte le organizzazioni presenti hanno valutato positivamente anche questa proposta. Nel corso dell'incontro, il Ministro Lollobrigida ha inoltre informato le organizzazioni dell'intenzione di presentare entro aprile il nuovo bando per l'accesso ai fondi OCM Promozione, che conterrà alcune semplificazioni per l'adesione alla misura. È stato infine evidenziato, grazie anche alla presenza del Presidente di ICE Matteo Zoppas, che nell'ambito della legge di bilancio 2026, il Governo ha destinato all'ICE ulteriori 100 milioni di euro per la promozione all'estero del Made in Italy. Un ruolo prioritario sarà riservato al vino e alle imprese del settore vitivinicolo, riconosciute come tra le più rappresentative del sistema produttivo nazionale e tra quelle maggiormente capaci di cogliere le opportunità offerte dalle attività di internazionalizzazione promosse da ICE.