

Mondiali, nasce la Nazionale italiana vini

Il vino italiano come ambasciatore del Made in Italy, simbolo di cultura, identità, territorio e consumo consapevole. Nasce con questo obiettivo la Nazionale vini italiana, il progetto promosso da Coldiretti in occasione dei Mondiali di Calcio per rafforzare la presenza e la percezione del vino tricolore sui mercati internazionali, a partire dagli Stati Uniti, attraverso un'azione integrata di promozione, comunicazione e presidio istituzionale. Mentre negli Usa è in corso il torneo che vede purtroppo l'Italia assente, c'è una speciale squadra azzurra composta non da calciatori, ma dalle più prestigiose denominazioni enologiche, che invece vince per qualità e varietà come raccontato in un video emozionale con protagonisti i vini e territori italiani, presentato in anteprima per il Summer Fancy Food di New York.

Un'iniziativa che punta a raccontare al mondo il valore autentico del vino italiano, troppo spesso demonizzato e messo sotto attacco da campagne ideologiche che finiscono per colpire un prodotto simbolo della Dieta Mediterranea, patrimonio dell'Unesco, e uno dei principali ambasciatori dello stile di vita italiano nel mondo.

Il vino non è soltanto un prodotto agricolo, ma un patrimonio culturale che racchiude storia, tradizioni, paesaggi, biodiversità e lavoro. Dietro ogni bottiglia ci sono territori, famiglie, imprese e comunità che contribuiscono a rendere unico il modello agricolo italiano. Per questo Coldiretti continua a battersi contro ogni tentativo di criminalizzazione del consumo moderato e consapevole, promuovendo invece un approccio fondato sull'educazione, sulla responsabilità e sulla qualità.

<https://www.youtube.com/watch?v=0qQZ5KIJJIU>

Il progetto La Nazionale vini italiana nasce proprio da questa visione e utilizza il linguaggio universale del calcio per raccontare l'Italia del vino. Dal Barolo, portiere monumentale e sicuro, al Sagrantino e al Brunello schierati in difesa, fino al Chianti Classico regista del centrocampo, al Prosecco numero dieci capace di conquistare l'America al primo sorso e all'Amarone, fuoriclasse delle grandi occasioni. Una squadra ideale, con la "panchina" lunghissima degli oltre 500 vitigni autoctoni che arricchiscono il patrimonio enologico nazionale e guardano al mondo.

Perché, come ricorda il progetto, nessun altro Paese può contare su una rosa così ampia e profonda di denominazioni, espressione di una biodiversità vitivinicola unica e irripetibile.

Gli Stati Uniti rappresentano oggi il campionato più difficile e competitivo del mondo per il vino, un mercato strategico dove non basta avere una grande storia alle spalle, ma servono identità, emozione e capacità di fare squadra.

Ed è proprio qui che il vino italiano continua a lottare per vincere ogni giorno, nei ristoranti a stelle e strisce così come sulle tavole di milioni di cittadini che scelgono l'Italia non solo per la qualità delle produzioni, ma per ciò che esse rappresentano. Uno stile di vita fondato sulla convivialità, sul legame con il territorio, sulla cultura del cibo e sul consumo consapevole.