

Vino, il mercato inglese chiede bottiglie più leggere contro l'inquinamento

Bere vino da una bottiglia di vetro, quel vetro spesso dal colore scuro al quale siamo abituati, potrebbe diventare un lusso da pagare caro. A porsi il problema dell'impatto ecologico delle bottiglie che accompagnano i nostri pasti sono state l'inglese Wine and Spirit Trade Association (Wsta) insieme al Waste & Resources Action Programme (Wrap), istituzione paragonata britannica per la riduzione di scarti e rifiuti anche nel settore alimentare.

Non si tratta solo di un problema di costi, ma anche di meccanismi di mercato. Il vetro verde scuro, ad esempio, ha uno scarso valore, tanto che è quasi del tutto antieconomico portare a termine il riciclo, almeno in Gran Bretagna: non c'è domanda. Al di là di questo fatto, va crescendo la consapevolezza dell'inquinamento generato dal trasporto delle merci in giro per il mondo; merci che, naturalmente, più peso hanno e più – è proprio il caso di dirlo – pesano sull'ambiente. La pensano così anche oltreoceano, dove la Coca-Cola ha deciso di produrre bottiglie più leggere del 20 per cento. E anche le imprese italiane che esportano i propri vini all'estero dovranno, prima o poi, porsi il problema se vogliono mantenere le posizioni acquisite su quei mercati che stanno diventando sensibili a tali questioni.

Secondo il Wrap la soluzione alternativa per il Regno Unito è addirittura l'importazione in container del prodotto ancora da confezionare, in modo che l'intero ciclo degli imballaggi venga gestito sul territorio nazionale; la diminuzione di CO_2 in questo caso è stimata attorno al 30-40 per cento.

Ma se l'ambiente ci guadagna, sarà così anche per gli esportatori che vendendo, magari alla grande distribuzione (che gestisce l'80 per cento del mercato), vedranno sparire i loro marchi in favore di quelli dei supermercati inglesi? Dove, tra l'altro, è già stata messa sugli scaffali una merce che farebbe rabbrivire un italiano: il vino imbottigliato in Pet.

Più ragionevole sarebbe, per le imprese, e in particolar modo per quelle nostrane, iniziare a pensare a bottiglie di vetro più leggere, così da continuare a garantire la medesima qualità senza rinunciare a un'immagine consolidata che ha dato tanti primati al vino made in Italy.

Il tema rimane sul tappeto, anche perché negli ultimi anni il vino sta diventando sempre più popolare nel mercato anglosassone, tradizionalmente legato alla birra e incapace di rispondere alla crescita della domanda con una produzione interna: + 31 per cento dal 1999 al 2004.