



Lettera aperta ai Parlamentari europei italiani

Egregi Onorevoli,

gli aderenti al Patto di Spello (*Associazione Nazionale Città del Vino, Associazione Nazionale Città dell'Olio, Movimento Turismo del Vino, Movimento Turismo dell'Olio, Federazione italiana delle Strade del Vino, dell'Olio e dei Sapori, Unione Italiana Vini*), esprimono la loro forte preoccupazione per alcuni dei contenuti espressi dalla relazione Beating Cancer Plan, approvata nelle scorse settimane dalla Commissione straordinaria contro il cancro (Be.Ca) del Parlamento Europeo, in quanto non traspare con sufficiente chiarezza la netta distinzione tra consumo moderato e consapevole di alcuni prodotti quali, ad esempio il vino, rispetto all'assunto che "non esiste un livello sicuro di consumo di alcol" e che pertanto le bevande che ne contengono una qualunque quantità, sono pericolose per la salute umana.

Il piano europeo contro il cancro, iniziativa alla quale attribuiamo una forte valenza sociale e che nei suoi principi generali non può che essere condivisa, se verrà applicato così come previsto, penalizzerà fortemente, insieme al mondo del vino, anche altri prodotti tipici italiani e persino la possibilità di fare promozione enoturistica, settore questo che, sulla scorta di dati e ricerche anche recenti, sta assumendo un ruolo sempre più importante nello sviluppo – per altro di natura ampiamente sostenibile – dei territori rurali.

Tra le misure previste per la lotta all'alcol, oltre alle etichette con alert "sanitari", è previsto persino il divieto di poter fare pubblicità e di sponsorizzazione ad eventi sportivi da parte di aziende produttrici di prodotti alcolici, oltre ad un aumento della tassazione e la revisione della politica di promozione, correlata a un sistema di punteggi. In pratica, chi produce vino potrà avere meno risorse per la promozione perché nel vino c'è l'alcol. Le proposte presentate all'interno del piano vedono comparare il rischio di insorgenza di tumori dovuti al fumo con i rischi derivati dal consumo di vino, senza distinguere tra l'abuso e il bere moderato e consapevole, con

il possibile esito di colpire pesantemente un settore che solo in Italia conta su 1,3 milioni di addetti, miliardi di fatturato, e una supremazia mondiale delle esportazioni in termini di volume, oltre che una riconosciuta qualità che rappresenta la migliore immagine del nostro Paese nel mondo.

Ciò che sorprende è che non venga fatta alcuna distinzione tra l'abuso ed il consumo moderato di alcol, due approcci culturalmente ben differenti, e non si consideri - come affermato da decine di studi scientifici - che un calice di vino a pasto (tanto più se vino rosso) riduce il rischio di incorrere in malattie cardiovascolari grazie ai polifenoli e al resveratrolo.

Il vino è un settore fiore all'occhiello del Made in Italy, la cui dinamicità sta producendo ricadute positive nelle economie dei nostri territori che la presa di posizione della Commissione straordinaria rischia di compromettere in quanto capace di trasmettere un messaggio non corretto rispetto al tema del consumo di alcol, non facendo distinzione - ad esempio - tra il vino e superalcolici, tra abuso e bere moderato e consapevole.

La Commissione Ue ha pubblicato, inoltre, il documento per l'accesso ai fondi di promozione dei prodotti agricoli per un budget di oltre 176 milioni di euro, inserendo tra i criteri di accesso alle risorse l'allineamento al piano comunitario di lotta al cancro. *L'Organizzazione Mondiale della Sanità, nel piano d'azione di lotta contro l'alcol, prevede misure analoghe, con l'obiettivo di ridurre del 20% il consumo di alcol entro il 2030. A tutto questo si aggiunge il Piano di lavoro 2022 sulla promozione in agricoltura, approvato dalla Commissione Ue, e che attribuisce punteggi ai progetti in base alle indicazioni del piano anticancro. **Alla luce di queste novità, se nel frattempo non saranno apportate modifiche, i produttori di vino (ma anche di salumi, carni rosse, etc.) si vedranno decurtare il punteggio di ammissione alle graduatorie dei bandi di promozione in ambito comunitario.***

Il timore è che questo insieme di norme possa provocare un effetto negativo a valanga per il Made in Italy e per la promozione dei territori e del turismo enogastronomico.

Tenuto conto di queste riflessioni lanciamo un appello a tutti i Parlamentari europei italiani di farsi promotori delle istanze dei nostri territori affinché le politiche di prevenzione contro il cancro e per la tutela della salute dei cittadini non si trasformino in battaglie ideologiche contro le produzioni tipiche italiane.

Sono a rischio tanti posti di lavoro in un settore che vale, secondo l'Osservatorio sul Turismo del Vino, oltre 2,5 miliardi di euro di fatturato (dato pre-pandemia); se consideriamo i danni provocati dal virus al settore turistico, ecco che questi provvedimenti potrebbero penalizzare ancora di più i nostri territori dove le

produzioni tipiche non sono certo “attentati alla salute pubblica”, ma espressioni di una cultura e di una economia secolari.

Pertanto, ci auspichiamo, che vengano rivisti i criteri ed i parametri in base ai quali è stata redatta questa relazione, ricordando che da più fronti è stato chiesto che venga considerato il parere della comunità scientifica che già in precedenza aveva duramente criticato la tesi, oggetto della relazione Beca, secondo cui non esisterebbe un livello sicuro di consumo di alcol definendola la lacunosa e difettosa.

Analogo appello lo rivolgiamo al Ministro per le Politiche Agricole, affinché il Governo italiano faccia sentire la propria voce su questo argomento a difesa del Made in Italy enogastronomico, del suo valore sociale, economico, culturale che, tra l'altro, il mondo ci invidia.

ANGELO RADICA Presidente Associazione Città del Vino

MICHELE SONNESSA Presidente Associazione Città dell'Olio

NICOLA D'AURIA Presidente Movimento Turismo del Vino

DONATO TAURINO Presidente Movimento Turismo dell'Olio

PAOLO MORBIDONI Presidente Federazione Italiana delle Strade del Vino, dell'Olio e dei Sapori

SEBASTIANO DE CORATO Unione Italiana Vini