

Il Prosecco e la campagna Equalitas La parola d'ordine è sostenibilità

La bellezza dei colli, la pace della campagna, l'armonia dei vigneti che disegnano i profili della Marca: il Prosecco non vuole essere solo economia e business, ma sceglie la strada della sostenibilità. Il Consorzio di tutela del Prosecco Doc ieri ha lanciato una campagna per l'adesione dei suoi membri ad Equalitas, la società dei produttori vitivinicoli italiani che certifica l'equilibrio nella convivenza fra il frutto della vite, la società e l'ambiente, riducendo il più possibile l'uso di fitofarmaci nelle coltivazioni e nel trattamento della vite. A farsene portavoce il presidente del Consorzio Stefano Zanette: «Vogliamo essere propositivi e dimostrare che le nostre aziende possono crescere e



svilupparsi nel rispetto del territorio, dando certezze ai nostri consumatori. È l'inizio di un percorso per noi importantissimo». Lasciando ai colleghi una suggestione: che tale standard diventi obbligatorio, che la sostenibilità sia la condizione necessaria per dare alle bollicine il marchio Prosecco - così celebre, così prezioso.

Equalitas è una certificazione volontaria per i produttori, nata dalla rete fra Federdoc, Unione Italiana Vini, Csqa Val d'Aosta, 3A Vino e Gambero Rosso. I pilastri per ottenere lo standard sono tre (sociale, ambientale ed economico) e valutano aspetti come biodiversità, consumi, impronta carbonica, gestione fitosanitaria, interazione con le comunità locali. Il Prosecco vuole scrollarsi di dosso le polemiche sull'uso di agenti dannosi per l'uomo e l'ambiente: i fitofarmaci sono quindi vietati nei vigneti certificati, con esclusione di quelli a bassa classe di pericolosità che vengono tollerati.

S. Ma.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

