

Vitivinicoltura romagnola: unire le forze per il futuro

Il forte il richiamo all'unità e alla visione di lungo respiro emerso dalla tavola rotonda di Cia Romagna organizzata nell'ambito della presentazione dell'Annata agraria 2025

Storia e innovazione; mercati in evoluzione; consumi che cambiano e un territorio chiamato a rafforzare identità e competitività: sono questi i temi approfonditi dalla tavola rotonda **"Vino tra storia, tradizione e futuro. Territorio, mercati e consumi: le nuove sfide per la vitivinicoltura romagnola"**, organizzata da Cia Romagna, in occasione della presentazione dell'**Annata Agraria 2025**. Il confronto, moderato dal giornalista **Riccardo Isola**, è stato tra **Carlo Dal Monte**, Presidente Gruppo Caviro Soc. Coop Agricola; **Gianmarco Berti**, Responsabile Commerciale del canale HoReCa Italia di **Terre Cevico**; **Nicolò Bianchini**, Coordinatore **Rimini D.O.C. e V.P. Strada dei Vini e dei Sapori dei Colli di Rimini**; **Stefano Francia**, Presidente **Cia-Agricoltori Italiani Emilia-Romagna**; **Alessio Mammi**, **Assessore all'agricoltura e agroalimentare**, caccia e pesca Regione Emilia-Romagna.

La Romagna, con le province di Ravenna, Forlì-Cesena e Rimini, rappresenta complessivamente oltre il 45% della superficie regionale coltivata a vite: nel 2025 sono circa 24mila gli ettari coltivati, di cui quasi 22.674 in produzione, per oltre 4 milioni di quintali di uva raccolta e oltre 3 milioni di ettolitri di vino prodotti.

Gli ospiti hanno messo in evidenza come la **vitivinicoltura romagnola** si trovi di fronte a una fase di profonda **trasformazione**: il **clima** che cambia; il **taglio delle molecole** che, senza alternative, mette a repentaglio la sopravvivenza delle produzioni; **consumi** che si modificano: per quantità (con un calo stimato di circa il 4%, mentre il consumo di alcol nel mondo cresce), per modalità (calano i consumi ai pasti quotidiani, ci si concede il piacere del vino nel fine settimana) e gusti (si pensi ad esempio ai Ready to drink, ai no e low alcohol); le crisi dei **mercati**, i **dazi** Usa e i costi di produzione in aumento.

Dal confronto è emersa la necessità di **rafforzare l'identità produttiva del territorio**. Al centro, il valore della **storia vitivinicola romagnola**, patrimonio da cui ripartire per costruire modelli produttivi capaci di dialogare con le esigenze contemporanee; la necessità di investire nella promozione dei vini della Romagna, nella costruzione di messaggi chiari e riconoscibili, raccontare chi è davvero la vitivinicoltura del territorio, far emergere unicità e qualità delle produzioni anche con strumenti nuovi di commercializzazione e comunicazione.

Il messaggio, forte, sottolineato più volte è stato quello della necessità di **agire uniti**, non fare andare in contrasto le diverse produzioni e i diversi produttori che il territorio esprime, in un dialogo costruttivo che partendo dalla realtà e dalle trasformazioni in atto individui strategie realistiche per guardare al futuro, concretamente, per le aziende e per il lavoro. **Agire uniti e con una visione di lungo respiro**, valorizzando i **punti di forza che il comparto esprime**, consapevoli che si tratta del **futuro del territorio**: di pianura, e soprattutto, di collina e montagna, dove vivere e fare impresa è più complicato. Dove l'agricoltura è fattore economico e sociale e dove c'è bisogno di semplificare, non di ostacolare.

Per **Cia Romagna**, l'obiettivo è sostenere le imprese in questa fase di trasformazioni, facilitando il dialogo con le istituzioni, rafforzando le reti territoriali e contribuendo a un percorso comune in cui il vino della Romagna possa presentarsi sui mercati, italiani ed esteri, con un'identità forte, chiara e competitiva per un futuro all'altezza del patrimonio agricolo e culturale di questa terra.

Cia - Agricoltori Italiani, con oltre 900mila iscritti è una delle maggiori organizzazioni agricole professionali europee. Ha una presenza capillare sul territorio nazionale con sedi regionali, provinciali e zonali. Cia Romagna associa oltre 10mila iscritti: di questi oltre 5mila sono imprese. 34 le sedi distribuite nelle zone del forlivese-cesenate, del ravennate e del riminese.