



[VINITALY] Più che la crisi, a preoccupare i produttori è l'aumento dell'euroburocrazia

Italia leader nella sfida dei mercati Ma ora l'ocm rimescola le carte

[DI LORENZO TOSI]

Russia, Corea del Sud, Gran Bretagna. I mercati dove le nostre produzioni realizzano le migliori performance



Weekend di tempo variabile a Verona. Le nubi della crisi economica e del ridotto potere d'acquisto dei consumatori non offuscano (ancora) il mercato del vino. Tanto che continua a crescere l'export e si indirizza verso le Doc di qualità la domanda presso la gdo italiana, secondo i dati presentati da Iri-Infoscan durante l'ultimo Vinitaly. Tempo decisamente più perturbato per l'olio: bassa la notorietà delle Dop e bassa soprattutto la differenza di prezzo (1,16 euro in media) tra un extravergine di qualità senza denominazione e un olio d'oliva rettificato, secondo i dati presentati da Fedagri al Sol.

Il paradosso è che dal prossimo agosto Bruxelles imporrà

[**Luigi Castelletti.** All'ultimo mandato come presidente di Veronafiere. Nei suoi 6 anni di gestione il fatturato è passato da 40 a 90 milioni di euro.



il modello delle Dop anche al vino. Le preoccupazioni dei produttori vinicoli non sono così collegate tanto alla situazione di mercato, quanto all'avvio di un'ocm che, intempestivamente, è troppo sbilanciata sul mercato. «La riforma delle regole comunitarie – afferma **Lamberto Vallarino Gancia**, presidente di Federvini – nasce dal confronto con altre enologie mondiali, finora poco prese in considerazione dalla "vecchia" Europa, e va a

[**Addio Tocai.** A Vinitaly il ministro **Luca Zaia** ha tenuto a battesimo la definitiva nascita del Friulano Doc.

toccare punti sensibili come le pratiche enologiche e la presentazione dei prodotti».

«Nel passaggio da Doc-Igt a Dop-Igp – stigmatizza **Emilio Pedron**, amministratore delegato di Giv, prima azienda vinicola italiana per produzione e fatturato – non cambia solo una letterina. Si abbandona

[Nuovi limiti di sicurezza per l'alcol. Oggi per chi guida è di due bicchieri, la commissione trasporti vuole imporre lo zero assoluto. A Verona **Paolo Bruni**, presidente di Fedagri ha chiesto al sottosegretario con delega alla Salute **Francesca Martini** di verificare se la causa dell'insicurezza stradale sia da imputare al vino o piuttosto ai superalcolici, il cui consumo è in crescita presso i più giovani.



un sistema collaudato per imboccare una strada che, tra eccessi di burocrazia e di controlli, rischia di penalizzare la valvola di sfogo delle Igt». E non può essere una valida alternativa, secondo Pedron, la possibilità di indicare vitigno e origine sui vini da tavola. «La nostra specificità – dice – è la territorialità, la denominazione d'origine: sui mercati esteri generici Pinot Grigio Italia o Chardonnay Italia rischiano di avere lo stesso appeal di analoghi prodotti australiani o sudamericani».

Export che è diventato un obbligo assoluto per il nostro settore vitivinicolo. Mentre è partita l'era degli incentivi agli estirpi, l'Italia ha infatti brindato al superamento sulla Francia in occasione dell'ultima vendemmia. Il consumo interno però è in calo: l'aumento degli acquisti di vino doc sopra i 5 €/bottiglia (+16,4%) presso le catene della Gdo rilevato da Iri-Infoscan non nasconde infatti una spia d'allarme (nonostante la crescita in valore del 3,6%, per la prima volta il volume commercializzato in questo canale cala del 2,5%). Aumento dei vini top-class che può poi essere messo in relazione al parallelo calo dei consumi presso la ristorazione. Oltre alla congiuntura economica, in questo settore iniziano infatti a pesare

le misure anti-abuso d'alcol. Secondo un'indagine di Unicab-Axiter per conto di VeronaFiere il 47% dei locali ha registrato una contrazione delle vendite dal 20 al 40% (ancor di più nei winebar). Il ministro **Luca Zaia** si è affrettato a testimoniare, durante l'inaugurazione del Vinitaly che «non si può considerare in stato di ebbrezza chi ha bevuto solo due bicchieri di vino». Intanto, per sicurezza, i consumatori top,

quel vino lo consumano a casa.

Non si potranno invece più “consumare in casa” le eccedenze di produzione: le distillazioni, come le altre misure strutturali dell'ocm, sono destinate ad estinguersi entro il 2013.

Non rimane che battere in tutti i modi la strada delle esportazioni: di fronte alla flessione dei mercati tradizionali (Europa continentale e

[Consumo più “rosa”. In Gran Bretagna la chiamano “**generazione Bridget Jones**”: donne over 35, benestanti che stanno sostenendo la crescita del consumo di vini rosè.

Usa- dove abbiamo però confermato la quota di mercato del 30%) i nostri produttori si sono dimostrati abili a trovare nuove promettenti destinazioni. In Corea del Sud, nuova tappa del Vinitaly world tour, il prossimo 23 novembre, le esportazioni italiane sono cresciute di ben il 48%, rubando quote di mercato ai più consolidati fornitori australiani. Crescita a due cifre anche a Hong Kong (+29%), grazie all'abolizione dei dazi all'import e Singapore (+17%). In Russia (+38% nel 2008) l'export italiano è trainato soprattutto dai rossi super-premium (Amarone, Barolo e Brunello). In Gran Bretagna volano invece i bianchi (con una quota del 65,8%, +4% in un anno) e, soprattutto, i rosè (quota 8,9%, +8%). Oltre Manica si è registrato nel 2008 un incremento del 12% in valore delle esportazioni italiane (514 milioni di euro) e il maggiore incremento di flusso dei volumi (+4%). Un trend positivo che potrebbe far diventare questo il primo mercato per il vino italiano entro il 2012 (superando Germania e Stati Uni-



150mila

I visitatori

45mila (+4%)

gli operatori stranieri

4200

gli espositori (da 30 paesi)

ti). «Si tratta di un Paese – spiega **Paolo Bruni**, presidente di Fedagri-Confcooperative – in cui il vino passa in gran parte per la grande distribuzione, canale in cui le nostre cooperative sono leader perchè il loro modello imprenditoriale ha prezzo, qualità e volumi, per poter essere partner ideale della gdo». Oggi, tra i 423 soci Fedagri, una cooperativa su tre esporta vino nel mercato britannico. L'accesso alle grandi catene della distribuzione è però riservato prevalentemente alle cooperative di dimensioni superiori ai 5 milioni di fatturato.

Con una sola nota critica: la quota maggiore di vino italiano (36,5% nel 2008) rifornisce le private label delle catene inglesi, mentre i concorrenti australiani sono riusciti ad imporre due marchi nazionali (Hardys e Jacobs Creek).

Fuori dai supermercati, soffre anche in Inghilterra la ristorazione, mentre si sta affermando un nuovo canale, quello dei "gastro-pub": locali alternativi alle tradizionali birrerie che offrono una gastronomia più ricercata, spesso accompagnata da vino in bicchiere o bottiglia. È qui che si è affermato il consumo di vino rosè, soprattutto presso il target femminile.

Un'evoluzione di mercato che ha offerto lo spunto anche al nostro governo per autorizzare la pratica enologica del taglio tra vino rosso e bianco per la produzione di questo tipo di vino. Una "concessione" che ha sollevato forti critiche. In occasione del Vinitaly il Consorzio del Bardolino (il rosato "Chiaretto" è oggi la tipologia più in crescita per questa denominazione) ha lanciato una raccolta di firme contro la bozza di regolamento europeo che diventerà legge dal 27 aprile.

«Vinificare in rosa le uve rosse – dice **Giorgio Tommasi**, presidente di questo Consorzio – è un'operazione delicata che si gioca nelle poche ore in cui il mosto rimane a contatto con le bucce: una fatica ripagata dalla piacevolezza e dai profumi del vino, impossibili da mantenere con il "Coupage"».

Rosso e bianco sono in effetti caratterizzati da profonde differenze soprattutto nell'acidità, con il taglio aumenta il rischio di ossidazioni. Il mercato sarà in grado di apprezzare la differenza? Probabilmente no: proprio in Inghilterra i nostri rosati sono superati solo da quelli Usa, paese in cui il taglio è autorizzato.

In attesa di maggiore chiarezza riguardo alle pratiche enologiche, è il territorio la carta che viene giocata maggiormente dai produttori italiani per aumentare la profondità di gamma e raggiungere così anche i mercati esteri. Alce Nero, ad esempio, coniuga tutela dell'ambiente e origine affiancando oggi ai vini della cooperativa siciliana Centopassi e della pugliese Libera Terra, una gamma di vini biologici e biodinamici provenienti da aziende in Veneto, Alto Adige, Campania, Toscana e Piemonte (obiettivo 700mila bottiglie di export nel 2009).

Durante Vinitaly la Regione Abruzzo ha poi presentato due nuove doc per valorizzare vitigni autoctoni come Cocciola, Montonico, Passerina, Pecorino e il rosato Cerasuolo d'Abruzzo. Un'esperienza positiva che purtroppo è stata interrotta dal tragico terremoto del 6 aprile. Per i produttori abruzzesi il Vinitaly è terminato con un giorno di anticipo: è proprio nei momenti di difficoltà che si apprezza maggiormente il legame con il territorio. ■

[OLIO E GDO Poche dop sullo scaffale

medio quasi doppio rispetto agli oli privi di denominazione.

Sono questi alcuni dei principali risultati presentati dall'Ismea al convegno organizzato da Fedagri-Confcooperative sugli oli dop e igr nella gdo svoltosi nell'ambito del sol. La parte del leone la fanno gli oli extravergini privi di denominazione di origine, con un'incidenza del 55%, seguiti dagli oli di oliva normali, al 18% di quota, e dal prodotto 100% italiano, attestato al 13%.



Nelle catene della gdo prevalgono gli oli extravergini generici, mentre dop e igr occupano solo il 10% dello scaffale, prevalentemente nella parte medio-alta e hanno un prezzo

Come succede anche per altri prodotti agroalimentari – osserva Fedagri – i consumatori spesso non sono in grado di percepire il "surplus" qualitativo che è alla base del differenziale di prezzo. La grande varietà di confezioni presenti, l'ampio range di prezzo (accompagnato al frequente ricorso a offerte speciali), un

lessico tanto fantasioso quanto confuso e una scarsa razionalità nella esposizione contribuiscono a falsare la percezione della reale qualità dei prodotti.

L'analisi Ismea ha anche evidenziato una forte correlazione territoriale fra i marchi trattati dalla gdo e i luoghi di origine. Si riscontra infatti una maggiore presenza degli oli nei punti vendita dell'area di produzione o in quelle immediatamente adiacenti, salvo qualche eccezione per le dop più diffuse che varcano i confini regionali.

Intanto l'ingrediente principe della dieta mediterranea si rifà il look e al Sol si è presentato in abbinamenti curiosi e inediti. Dal primo uovo di Pasqua all'olio di oliva (una sperimentazione realizzata da un'azienda marchigiana) al primo distributore automatico di olio di oliva: i toscani Olivicoltori Riuniti hanno presentato a Enolitech il distributore di olio fresco che conserva le bottiglie al buio e alla temperatura costante di 12 gradi. Destinato a panetterie e a pescherie, permetterà l'acquisto di un prodotto di qualità con le proprietà organolettiche inalterate. E con la prima etichetta in braille, le etichette diventano leggibili anche per i non vedenti.

Presentato da Cno anche il primo olio di Alta Qualità: dopo il latte, anche l'extravergine italiano ha la sua definizione d'eccellenza per il consumatore. ■ **T.V.**