



Come si comporta il nostro vino sul mercato?

Interessante tavola rotonda via web di Confindustria. I numeri di vendite e bottiglie nel 2020 sono positivi, ma rispecchiano effettivamente i guadagni dei produttori? Gli addetti ai lavori inquadrano un momento complesso

■ CUNEESE

di MATTIA CLERICO

Come sta il mercato del vino cuneese dopo un anno "terribile", segnato inevitabilmente dalla pandemia da Covid? Quali sono le maggiori criticità e quali le idee per una pronta ripartenza futura? Di questo e di molte altre importanti tematiche legate al lavoro tra i filari e alle vendite delle nostre bottiglie d'eccellenza in tutto il mondo, si è discusso nel pomeriggio di giovedì 28 gennaio, con un'interessante tavola rotonda via streaming, organizzata da Confindustria Cuneo. All'incontro "Vino e mercati: posizionamento e politiche di sostegno", hanno partecipato, in collegamento, i massimi esponenti del mondo vinicolo locale e l'assessore regionale all'agricoltura, Marco Protopapa.

Dopo i saluti istituzionali del presidente della Camera di Commercio, Mauro Gola, ha aperto i lavori Paolo Sartirano, presidente della sezione vini e liquori di Confindustria, che ha tracciato un bilancio generale ottimistico, spiegando: «Dallo studio condotto da Confindustria sul 2020, emerge un comparto vini piemontese in buona salute. I dati indicano un segno

positivo generale, le vendite sono andate bene, quasi tutti i Consorzi hanno prodotto più bottiglie rispetto alla stagione precedente e sembra si sia riusciti ad arginare nel modo migliore un'annata difficilissima. I vini che fanno da locomotiva hanno dato ottimi risultati, confermandosi i veri "re del mercato", trainanti, ma anche le Doc minori nel complesso si sono comportate bene, soprattutto per

quanto riguarda i rossi imbottigliati».

**MATTEO ASCHERI:
«12 DENOMINAZIONI
PER IL DOLCETTO
SONO TROPPE, CREANO
CONFUSIONE SUL
MERCATO»**

I presidenti dei Consorzi hanno poi tracciato un bilancio preciso e dettagliato, spiegando come i numeri, in questo caso, non rispecchino però fedelmente la realtà dei fatti. Matteo Ascheri, presidente del Consorzio Barolo Barbaresco Alba Langhe e Dogliani, ha commentato: «I dati del 2020 sono sorprendentemente positivi. La nostra economia però è basata sul prezzo di vendita e, in termini di valore, si è verificata invece una certa "erosio-

ne" per le nostre cantine. Dobbiamo cercare al più presto un nostro posizionamento sul mercato, non tanto aumentando la produzione, ma vendendo meglio, e qui viene il difficile. Se si produce di più infatti si inquina di più, si ha bisogno di più manodopera e si rischia di avere maggiori quantità di prodotto invenduto. Dobbiamo invece basare il nostro futuro sulla riconoscibilità del prodotto. Abbiamo reagito bene all'emergenza, ma avere un gran numero di denominazioni è una debolezza: 12 denominazioni solo per il Dolcetto creano confusione. Dobbiamo semplificare, dare un messaggio più facile per gli interlocutori esteri, mantenendo ovviamente le nostre peculiarità. Qui abbiamo aziende piccole, famigliari, che spesso non fanno sistema e non danno un messaggio comune: tutto ciò ci rende vulnerabili. Dovremmo

essere invece presenti in modo coeso sul mercato mondiale».

**FILIPPO MOBRICI:
«NON SI PUÒ PRODURRE
PER DISTILLARE. LA
SPECULAZIONE PORTA
ALLO SPOPOLAMENTO»**

Filippo Mobrici, presidente del Consorzio Barbera d'Asti concorda con Ascheri e "non si fida" dei numeri: «Un conto è quello che dicono

i dati puri, sui quali non si può non essere soddisfatti. Alcuni problemi però ora sono diventati addirittura critici. C'è stato un forte spostamento del mercato verso le denominazioni meno redditizie, mentre quelle storicamente più performanti hanno faticato, con conseguente ricaduta sui redditi dei coltivatori. I prezzi delle nostre uve in generale non sono remunerativi. Fino a quando potremo continuare così? Non andremo lontano se non si faranno investimenti mirati e accordi di filiera che tutelino chi coltiva l'uva. La speculazione inoltre porta al progressivo spopolamento delle nostre colline. In più, non è possibile produrre per distillare. La distillazione è stata una possibilità eccezionale presentatasi a causa del Covid, che abbiamo giustamente sfruttato, ma ora ce la dobbiamo dimenticare: noi dobbiamo produrre per vendere. Per fortuna poi ci sono anche segnali positivi. La nuova Doc del Piemonte Barbera Passito, ad esempio, è passata dai 1.800 ettolitri prodotti nel 2016 agli attuali 8.750 ettolitri, il sostenibile e il biologico inoltre stanno facendo passi positivi, lenti ma progressivi, con soddisfazioni anche in termini di remunerazione. La butto lì: e se il Cortese Marengo un giorno diven-



tasse il nostro prosecco al bar? Sarebbe bellissimo».

**ROBERTO GHIO:
«E SE PROVASSIMO
A CREARE
UN "NOSTRO"
PROSECCO?»**

Roberto Ghio, presidente del Consorzio di tutela del Gavi analizza così la situazione: «Abbiamo avuto ottime performance. Dicembre è stato uno dei mesi migliori. Nella fase finale del primo lockdown però avevamo avuto difficoltà di vendita, quindi siamo ancora preoccupati per i mesi a venire. Su base annua comunque abbiamo fatto l'1% in più. Per la vera crescita è importante soprattutto valutare il guadagno del contadino all'ettaro. I nostri prezzi sono rimasti in linea con quelli degli altri anni, con una flessione leggerissima. Gavi è in salute perché, durante la pandemia, la grande distribuzione ha avuto un incremento di vendita importante, maggiore del decremento legato allo stop nelle vendite ai ristoranti. È vero che alcune denominazioni piemontesi sono state fatte un po' a tavolino e quasi tutte queste non hanno attecchito molto. Ci sono però alcune denominazioni storiche in difficoltà, ma che andrebbero preservate proprio per la loro storicità. Mi piacerebbe

che pensassimo di creare qualcosa di nuovo, come un "nostro" Prosecco, per uscire dal momento difficile».

**MONCHIERO:
«DIETRO I NUMERI
POSITIVI CI SONO
MOLTE DOC
"DI RICADUTA"»**

Francesco Monchiero, presidente del Consorzio di tutela del Roero, ha concluso il vertice dicendo: «La nostra denominazione è quella che ha subito maggiormente l'onda del Covid. È vero che arrivavamo da 8 anni di continua crescita, ma abbiamo notato che dietro i numeri gene-

rali positivi ci sono molte Doc di "ricaduta" che hanno reso bene sul mercato. Il Roero Arneis ha "tenuto" come valore delle uve, perché le cantine ad inizio 2020 erano abbastanza vuote. La Doc Langhe Arneis ha segnato un importante +8%, con la riclassificazione da Docg a Doc. In questo modo è vero che abbiamo svuotato le cantine, ma questi dati positivi corrispondono a ricavi medi altrettanto buoni? Forse qualche denominazione che non ha dimostrato meno valore commerciale sarebbe ora che confluire in denominazioni maggiori».





► 3 febbraio 2021



■
«Le piccole aziende sono vulnerabili se non fanno sistema»

«Le tante piccole aziende di Langa, spesso faticano a "fare sistema": tutto ciò ci rende vulnerabili. Dobbiamo invece cercare di fare sistema, per proporci in maniera chiara sul mercato internazionale», dice il presidente del Consorzio Barolo Barbaresco Alba Langhe e Dogliani, Matteo Ascheri

