

## Il mercato chiama, il Pinot Grigio risponde



Stefano Sequino

10-11

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

169343

L'EVENTO



Albino Armani



Prima tavola rotonda. Da sinistra: Michele Morgante, Antonella Rossetti, Luca Rigotti e Riccardo Ricci Curbastro

# Il mercato chiama, il Pinot Grigio risponde

Il Consorzio Vini Doc delle Venezie lo scorso ottobre ha radunato a Udine produttori, esperti e uomini d'istituzione per fare il punto sulle ultime sfide commerciali raccolte dal suo vino più simbolico, che conferma la sua leadership col 30% delle quote in Grande distribuzione.

Di Tommaso Farina



Stefano Sequino

Il Pinot Grigio Doc delle Venezie è uno dei bianchi fermi italiani più apprezzati all'estero. Negli Stati Uniti, in particolare, il Pinot Grigio è un vino dal successo consolidato: chi lo ordina sa perfettamente cosa aspettarsi, è quasi un porto sicuro per un consumatore che desideri un bianco fresco, di facile approccio ma anche duttile nell'abbinamento. Ma in Italia? Qual è lo stato dell'arte della Doc Delle Venezie sul mercato del nostro Paese, specialmente nella Distribuzione moderna? Il Consorzio Vini Doc delle Venezie ha provato a riflettere sul tema, organizzando anche quest'anno una due giorni tutta dedicata alla propria tipologia più famosa. Il 25 e 26 ottobre scorsi, nella cornice del Castello di Udine, è andato in scena il convegno 'Il Pinot Grigio doc delle Venezie tra nuovi modelli, sfide di mercato e opportunità': per la terza volta, il Consorzio Vini Doc delle Venezie ha dialogato con rappresentanti di istituzioni, imprese e stampa specializzata per affrontare temi strategici che riguardano non soltanto il futuro di una Doc interregionale (la rivendicano produttori in Veneto, Friuli-Venezia Giulia e Provincia Autonoma di Trento) che oggi è la prima denominazione italiana per estensione con 230 milioni di bottiglie all'anno, ma dell'intero settore vitivinicolo nazionale.

## Assaggi alla cieca

I lavori si sono aperti nella serata di venerdì 25, con una sorpresa: una degustazione alla cieca di sei vini della denominazione abitualmente commercializzati sugli scaffali della Grande distribuzione. I vini, quattro bianchi e due vinificati con lieve macerazione sulle bucce, dunque di color ramato leggero, sono stati tutti scelti tra quelli venduti nei supermercati nella fascia di prezzo 3-7 euro, e hanno dato luogo ad assaggi interessanti. I bianchi, malgrado l'identità comune, hanno manifestato sottili differenze tra loro, dando prova di una certa versatilità. Se può interessare, nemmeno alla fine della prova ci è stata rivelata l'identità delle bottiglie proposte. A seguire, una piccola variazione sul tema: un tasting, ancora una volta alla cieca, di quattro vini bianchi ottenuti da altrettante varietà di uve cosiddette resistenti, ossia i vitigni Piwi, di cui ultimamente si parla molto.

Il giorno dopo, sabato 26, sono cominciati i lavori, che hanno approfondito due temi ben distinti. A introdurre la conferenza è stato **Albino Armani**, il presidente del Consorzio, che ha preannunciato una strategia che prevede uno sguardo a tutto campo sulle realtà che la produzione vitivinicola coinvolge: "Dovremo abituarci a prenderci cura di temi e responsabilità che in passato non erano nel nostro raggio d'azione. Per noi del Consorzio Doc Delle Venezie, la parola chiave del prossimo futuro sarà 'apertura'; bisognerà pensare a una rivisitazione degli assunti finora adottati per aprirci a istanze nuove che riguardano diversi aspetti del territorio, come sostenibilità e turismo". Subito dopo, il direttore del Consorzio, Stefano Sequino, si è soffermato sulla recente riforma del Regolamento europeo unico su cibo, vino e bevande spiritose a indicazione geografica, e sulle responsabilità che un simile intervento impone all'azione dei consorzi di tutela. In tal senso, secondo Sequino sarà cruciale riflettere sull'applicazione di clausole di ripartizione del valore, soprattutto per filiere articolate come quella del Pinot Grigio Doc Delle Venezie, per assicurare stabilità e rafforzare la redditività.

"In Italia", ha aggiunto Sequino, "abbiamo un quadro normativo considerato un modello, ma occorre andare avanti mediante l'adozione di modifiche alla disciplina interna, per consentire la concreta applicazione della regolamentazione europea. È il caso dell'apertura ai vitigni resistenti per la produzione di vini a denominazione di origine, una strada in linea con i principi di rafforzamento della sostenibilità ambientale indicati dalla Pac, una possibilità da valutare sotto il profilo tecnico ma comunque oggi bloccata dall'attuale impostazione del Testo unico del vino".

## Come affrontare le norme europee?

Il primo dei temi sviluppati dal convegno ha riguardato il Pinot Grigio Doc Delle Venezie nell'evoluzione del contesto vitivinicolo politico e normativo. La discussione ha visto la partecipazione di Paolo De Castro, relatore dell'Europarlamento della riforma Iq, che ha sottolineato l'importanza di valorizzare la qualità europea nel sistema economico dei prodotti a denominazione d'origine, comparto che in Italia genera circa 23 miliardi di euro all'anno, evidenziando al riguardo le opportunità offerte dal nuovo regolamento per i Consorzi.

A seguire è intervenuto Riccardo Ricci Curbastro, Presidente di Eforw (European federation of origin wines), ricordando come la riforma delle Indicazioni geografiche riconosce la loro identità culturale come risorsa chiave dell'Europa. Ricci Curbastro ha poi rimarcato come i Consorzi ora abbiano ampliato il loro potenziale raggio d'azione, che include la regolamentazione delle pratiche commerciali scorrette e un rafforzamento della gestione dell'offerta sottolineando, in ultimo, come sia importante il modello Pinot Grigio Doc Delle Venezie in termini di aggregazione. Dal canto suo, Luca Rigotti, presidente del Gruppo Vino Cogecca, ha fatto il punto sulla rilevanza del gruppo di alto livello come occasione di confronto per delineare un futuro concreto per il settore vitivinicolo europeo. Tra gli spunti di Rigotti, particolarmente interessante la riflessione sul cambiamento nelle tendenze di consumo e dunque sulla necessità di un dialogo più efficace tra consorzi e istituzioni: secondo Rigotti, insieme possono svolgere un ruolo cruciale nelle problematiche che interessano l'ambito agricolo attualmente in crisi, tra cui maggiori costi per le imprese e cali di marginalità.



Seconda tavola rotonda. Da sinistra: Alessandro Cassanelli, Pierluigi Guarise, Tiziana Sarnari, Patric Lorenzon, Alessandro Mutinelli, Silvano Nicolato ed Eleanna Pizzinelli

Sugli stessi argomenti si è diffusa Antonella Rossetti del Wine Institute FarmEurope, think tank che affianca il lavoro di rappresentanza sindacale e che interviene nel dibattito europeo per discutere delle politiche agricole e il futuro del settore vitivinicolo: "Con un calo del consumo del 3% nell'ultimo anno, la Commissione europea è consapevole delle sfide e sta attuando misure emergenziali, come l'estirpo di 30mila ettari in Francia, e sono in discussione alcune modifiche alla Pac e all'Ocm. Inoltre, il gruppo sta esplorando temi di promozione ed etichettatura per valorizzare la qualità del vino europeo e comunicare la sostenibilità come anche il basso grado naturale". Michele Morgante, professore all'Istituto di Genomica Applicata dell'Università di Udine, ha concluso il dibattito parlando del ruolo del miglioramento genetico nella sostenibilità, soprattutto nel contesto del cambiamento climatico.



La sfida della Gdo italiana

La seconda parte del convegno, intitolata 'Il Pinot Grigio Doc Delle Venezie e il mercato del vino in Grande distribuzione', è stata introdotta da Tiziana Sarnari di Ismea, che ha fornito un po' di numeri: "Il segmento della Grande distribuzione in Italia evidenzia buone perfor-

mance per il Pinot Grigio - seppur limitate rispetto al potenziale della Doc - anche grazie al momento favorevole per la tipologia rispetto ai trend di consumo. Con una quota del 30%, la Doc Delle Venezie è leader di mercato". Sono intervenuti quindi due professionisti di Coop Italia. Eleanna Pizzinelli, responsabile bevande della catena, ha sottolineato l'importanza di una comunicazione efficace: "Per stimolare il consumo di vino oggi in calo, è fondamentale una comunicazione efficace, a partire dalle peculiarità del territorio d'origine. Se il legame tra il vino e il suo territorio non viene comunicato in modo chiaro, il consumatore si limiterà al vitigno, trascurando altri fattori importanti". Viceversa, il buyer Alessandro Cassinelli ha richiamato l'attenzione sull'etichettatura: "L'introduzione dell'obbligo di riportare le calorie in etichetta avrà sicuramente un impatto significativo sulla scelta d'acquisto e dovremo essere pronti a raccogliere questa sfida". Dal lato produttivo, Alessandro Mutinelli di Italian Wine Brands ha fatto suo il suggerimento di Eleanna Pizzinelli: "Il Pinot Grigio Doc lo vendiamo solo all'estero, soprattutto in Usa e Uk, dove viene identificato come il vino bianco italiano. Sarà possibile replicare lo stesso successo nel mercato italiano solo trovando la giusta chiave di comunicazione".

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.



169343