

L'ANALISI DI ATTILIO SCIENZA, TRA I MASSIMI STUDIOSI ITALIANI DI VITICOLTURA

E' uniti che si batte la crisi

Secondo il professore, i tempi sono duri per produttori d'uva, coop e micro-aziende. Per cogliere i segnali positivi che stanno emergendo, la parola-chiave è aggregazione, le cantine sociali in gruppi specializzati, le piccole case in consorzi di marketing

PAGINA A CURA
DI UMBERTO GINESTRA

Vincere l'individualismo con «forme associative». Per Attilio Scienza, uno dei massimi studiosi italiani di viticoltura, è la strada maestra per battere la crisi. Tanto sul fronte delle coop che su quello delle piccole cantine. Il segreto per non essere fagocitati dalla congiuntura è «far leva, assieme, su ricerca e innovazione e investire, assieme, in formazione, marketing e comunicazione». Perché, rileva, «la situazione non è certo allegra ma si possono cogliere segnali positivi che vanno però incoraggiati con azioni virtuose». È un fiume in piena il professore, ordinario alla Statale di Milano, membro del comitato scientifico di testate di prestigio come il *Journal International des Sciences de la Vigne et du Vin* (Bordeaux) o il *Journal of Wine Research* (Londra). È anche direttore del master in Gestione del sistema vitivinicolo, dell'università milanese.

Domanda. La situazione non è allegra, professore?

Risposta. Assolutamente no. Soprattutto per chi produce uva, che negli ultimi tre-quattro anni ha perduto terreno su terreno. Perché chi vende vino ha sofferto e soffre ma, in qualche modo, s'è difeso.

D. E i segnali positivi?

R. Sono un mix di tre fattori, in una certa misura figli della congiuntura e dei processi che l'hanno preceduta e accompagnata. Penso alle ristrutturazioni e razionalizzazioni necessarie per recuperare efficienza e non uscire dal mercato, con annessi e connessi, dai risparmi alle economie di scala. Alla riduzione della superficie vitata: una tendenza che non riguarda solo la Sicilia e l'Italia e che porterà con sé minore offerta di prodotto e, conseguentemente, miglioramento

dei prezzi. E al trend di espansione del mercato mondiale, che ho l'impressione che ripartirà.

D. Si ma... con tanta concorrenza.

R. È vero. Perché a tirare saranno specialmente i mercati dell'estremo oriente, Cina, India, Giappone... Qui si stanno precipitando, in particolare, australiani e paesi vicini, in pole position anche per ragioni geografiche. D'altro canto registriamo la tendenza alla rivalutazione del dollaro australiano e un certo indebolimento dell'euro. E questo potrebbe dare una spinta al nostro export in quell'area in forte movimento.

D. Come si esce dal tunnel?

R. La parola chiave è aggregazione. Soprattutto per le coop. E per le piccole imprese. Ma per le une e le altre, con strategie e formule diverse.



Attilio Scienza

Olimpiadi, in cinque volano a Vancouver

Ci saranno anche cinque aziende dell'Isola, e tredici etichette made in Sicily, a Vancouver, per le Olimpiadi invernali 2010. Le cantine sono state selezionate da Enoteca italiana di Siena per conto del ministero delle politiche agricole. Così, da oggi (sabato 6) e per tutto il mese, a «Casa Italia», il complesso, punto di riferimento dell'italianità nel mondo durante le Olimpiadi, saranno protagonisti anche D'Alessandro, Ferreri, Firiato, Cusumano e Donnafugata. Con loro, sei vini bianchi, altrettanti rossi e un dolce, il Passito di Pantelleria Doc Ben Ryè 2007. In tutto, la «carta dei vini italiani» ospiterà etichette di più di 120 case. Le bottiglie saranno disponibili nei due ristoranti presenti nello stand Italia, in quello predisposto sui campi di gara di Whistler. E presso il wine bar. Casa Italia si trova nel cuore di Vancouver. Quanto al Canada, è un mercato complesso, regolato dai monopoli di stato. Per i vini italiani è il quinto mercato estero in valore, con 85 milioni di euro. (riproduzione riservata)

Settesoli, traguardi e annunci di Planeta

È quota 35 milioni entro due anni, il traguardo di pezzi confezionati (tra bottiglie, tetrapak e bag in box), a cui punta Settesoli, la coop di Menfi guidata da Diego Planeta. È proprio Planeta, che è anche presidente di Assovini, ad annunciare in un'intervista al sito d'informazioni enogastronomiche *Cronachedigusto.it*. Settesoli ha chiuso il 2009 con 27 milioni di pezzi; 35 milioni è l'obiettivo per il 2012. Altrimenti? «Altrimenti», risponde il numero uno, «devo lasciare. E non lo farei per ragioni di età, quando si falliscono obiettivi e speranze, è sacrosanto passare la mano». «Nel 2009», precisa il rappresentante della coop, «il 55 per cento dei 350 mila ettolitri della Settesoli è finito in bottiglia. Nel 2012 dovremo arrivare al 75 per cento». Per Planeta, che guida Settesoli da decenni, è il vino sfuso a dover essere azzerato. Anzi, rimarca, «la Sicilia in particolare non ha speranza di competere contro il mondo attraverso produzioni agricole di massa, anonime e che non portino un messaggio particolare al consumatore». Dunque, «un paese come il nostro deve cancellare la parola sfuso». (riproduzione riservata)

Enoturismo, Irvv e Ais formano gli esperti

Parte lunedì (8 febbraio) il primo «Corso per esperto in enoturismo», organizzato dall'Istituto regionale della vite e del vino in tandem con l'Ais, l'associazione italiana sommelier. Sarà un ciclo di sette lezioni più verifica finale, per un totale di 60 ore di formazione che daranno il via a un progetto incentrato su tre distinti percorsi formativi in altrettante aree della Sicilia. Teatro dei corsi saranno il Palermitano e le aree di Trapani e Catania. Nel Trapanese e nel comprensorio di Catania, le lezioni si terranno, a maggio nella città delle saline e a settembre in quella etnea. Nel territorio di Palermo, il ciclo inizierà lunedì. Ma sia a Palermo che a Trapani e Catania, il corso sarà itinerante: si svilupperà attraverso lezioni tenute presso le aziende vinicole della provincia. Quelle che partecipano al primo step di lavori, sono: Feudi di Corleone-Alto Belice Corleonese, Tasca-Realeali, Abbazia Sant'Anastasia, Disisa e Feotto dello Jato. Nella storica Villa Malfitano, in città, si terrà invece la lezione inaugurale. I docenti saranno professori universitari, tecnici e operatori del settore. (riproduzione riservata)

IL VIGNERON TOSCANO LANCIA LE SELEZIONI DI NERELLI

Franchetti mette al mondo i cru di quattro Contrade

DI ALFONSO S. GURRERA

Non esiste in Italia un territorio dove si possa declinare, meglio che sull'Etna, il concetto tutto francese di cru. Un esempio lo forniremo in occasione dell'edizione 2010 delle «Contrade dell'Etna». Presenteremo quattro nuove etichette, autentici cru nati da una selezione di Nerelli di quattro aree diverse», nel portafoglio dell'azienda. L'annuncio è di Andrea Franchetti, patron della Passopisciaro, di Andrea Franchetti, patron della Passopisciaro, di Andrea Franchetti, patron della Passopisciaro, di Andrea Franchetti, patron della Passopisciaro.



Andrea Franchetti

I quattro cru saranno battezzati col nome della contrada in cui nascono: «Rampante» (quota mille), «Sciaranuova» (800 metri), «Porcaria» a un'altitudine di 700 metri e «Chiappamacchine», a quota 600. Si troveranno sugli scaffali a circa 30 euro, a partire dal mese di aprile. Prezzi di fascia alta per «vini mentali, fatti con lo spirito di Bourgogne e non con protocolli enologici standard» chiosa Franchetti, che aggiunge: «In quella regione francese, che molto

assomiglia all'Etna, c'est le patron que fait le vin e non l'enologo». Da segnalare anche che i quattro vini sono figli di una resa bassissima, circa 40 quintali per ettaro, e della coltivazione ad alberello.

E per rimarcare la peculiarità dei vini etnei, Franchetti farà salire sul Vulcano, il 7 marzo, vigilia delle Contrade, quattro pluridecorati chef: Filippo La Mantia (Hotel Majestic, in via Veneto, a Roma); Giuseppe Costa (Il Bavaglino, di Terrasini nel Palermitano); Antonio Colombo, pasticciere, e Giovanni Santoro, del locale, Shalai Resort. Elaboreranno un menu su misura per le caratteristiche dei vini, la cui degustazione sarà guidata dall'antropologo alimentare e volto Rai, Sergio Grasso. Per l'occasione Franchetti farà sfilare in passerella, oltre alle sei etichette del catalogo dell'azienda di Passopisciaro (70 mila le bottiglie prodotte), anche le chicche della maison toscana Tenuta di Trinoro, 50 ettari di terra a Trinoro, in provincia di Siena. Qui sono a dimora Cabernet, Franc e Sauvignon, Merlot e Cesanese, con rese basse di cinque grappoli per pianta e una produzione che, con solo due etichette, si attesta intorno alle 100 mila bottiglie. Le due etichette sono Cupole e Tenuta di Trinoro, quest'ultimo uno

dei più celebrati Supertuscan. Sebbene prodotto in 8 mila pezzi, genera un ritorno di cassa pari al 50% del fatturato aziendale. Il Tenuta di Trinoro è esportato in tutto il mondo e venduto quasi per intero in primeur, quindi prima del confezionamento. Il suo costo allo scaffale si aggira sui 350 euro a bottiglia. E proprio nell'export, sta la forza della casa. Sono 21 i mercati internazionali e 70 i distributori internazionali. Il fatturato totale si attesta intorno ai 3 milioni di euro. (riproduzione riservata)