



Il giornale online **Cronachedigusto.it** ci ha riprovato e il **2 Marzo**, al **Castello Utveglio di Palermo**, ha organizzato il secondo forum sul vino del Sud intitolato "**Aspettando Verona: come sta il vino del Sud Italia?**", grazie alla disponibilità del **Cerisdi**, Centro Studi e Ricerche Direzionali, e dell'**Irvv**, Istituto Regionale Vite e Vino, è stato inoltre trasmesso in diretta streaming sul sito dello stesso giornale. Spunti costanti di discussione sono stati i questionari inviati e raccolti da Cronachedigusto.it riguardanti cantine, enoteche e ristorazione.

Durante la sessione mattutina è emersa la solita diatriba: chi coltiva la terra guadagna pochissimo, chi fa il vino guadagna qualcosa in più, chi lo vende al pubblico ha un bel ricarico. La filiera non perdona, esattamente come avviene per gli altri prodotti del comparto agro-alimentare, il vino non fa eccezione. Questa la sintesi di una mattinata di incontri, a volte anche di scontri, tra istituzioni, produttori di vino e giornalisti. La sala era virtualmente divisa in due parti: mercato di quantità e mercato di qualità; due interessi e target di clientela che non possono mai convergere, due realtà che non possono mai convivere con le stesse regole. Le risposte dei questionari hanno imputato alla crisi e alle leggi di contrasto all'alcol le difficoltà del comparto, ma chi di noi, soprattutto qui in Sicilia, ha mai visto un etilometro ? Per quanto riguarda la crisi è stata fronteggiata con poche riduzioni di personale, qualche rimodulazione di prezzo e sensibili riduzioni degli investimenti, ma complessivamente nessuna catastrofe. E' emerso anche che pochi produttori valorizzano la propria biodiversità ampelografica e il territorio, ma dove sta scritto che devono farlo tutti ? Certo, sarebbe auspicabile un migliore utilizzo delle preziose risorse che il meridione, ed in particolare la terra di Sicilia, ci mette gratuitamente a disposizione, tra l'altro ormai ben conosciute e apprezzate nel mondo, ma è veramente così indispensabile ? Si è discusso molto anche del controverso argomento "vendemmia verde", pratica che consente agli agricoltori di usufruire dei contributi pubblici tramite eliminazione indiscriminata di tutti i grappoli di una pianta, a patto che essi non siano ancora giunti a maturazione. A prescindere da tale meccanismo, positivo o negativo, sul quale non mi voglio pronunciare, come si può chiedere a chi ha coltivato la terra, con la schiena china e i patemi d'animo causati da una natura spesso capricciosa, di uccidere i propri "figli", frutto di così tanti sacrifici ? Le storture sicuramente ci sono e provengono sia dalle istituzioni, come in Campania dove i due produttori presenti in sala lamentavano un totale abbandono, sia dalla filiera, che premia di più chi fatica meno.



Le slide presentate e le provocazioni dell'ideatore e conduttore dell'evento, Fabrizio Carrera, direttore di Cronachedigusto.it, sono riuscite facilmente ad accendere il dibattito. L'inzolia, venduta in un supermercato del Nord a soli 50 centesimi, scoperta dal sommelier/blogger **Roberto Gatti**, secondo me, era però solo un singolo caso di dumping commerciale, concorrenza sui prezzi o, più realisticamente, una semplice eliminazione di vecchie scorte di un prodotto ormai da buttare. Quel vino era infatti imbevibile, andato a male,

una vera e propria truffa per l'incauto acquirente, per cui non lo considererei certamente un caso emblematico di un malessere del settore, bensì solo una pratica commerciale scorretta che comunque ha creato un danno all'immagine della Sicilia. Altra slide, meno provocatoria ma rappresentativa di un mercato solo apparentemente sofferente, è stata quella che ha illustrato come il pagamento a 90 giorni sia la modalità prediletta del 55% delle cantine del Sud. Anche in questo caso non ho visto nessun dato particolarmente negativo; vero è che al Nord lo stesso comparto non fa registrare gli stessi ritardi, ma se si analizza la situazione delle aziende del meridione nel suo complesso, il pagamento a 90 giorni è uno standard seguito dalla maggioranza, praticamente in tutti i comparti merceologici. Infine, durante la mattinata, si è solo sfiorata la questione della promozione del vino e del suo territorio, infatti mi sarebbe piaciuto veder approfondito l'argomento ed ascoltare il parere dell'assente GDO e dei ristoratori presenti al forum. Considerando che la maggioranza dei consumatori è avvezza solo a guardare il prezzo di un prodotto, si potrebbero sfruttare entrambe i canali, importanti punti di contatto, per veicolare messaggi ad alto contenuto informativo e, grazie ai grandi numeri in gioco, trasportare l'ignaro consumatore, dalla valutazione di un prezzo all'apprezzamento di un contenuto. Purtroppo, sono riuscito ad assemblare tali concetti solo adesso, facendomi sfuggire la possibilità di intervenire e di far conoscere il mio punto di vista, spero che qualche lettore voglia commentare le mie elucubrazioni arricchendole con le proprie.

Altre considerazioni sono state fatte sulla classe imprenditoriale del Sud, siciliana in particolare, è infatti risaputo che, nel meridione d'Italia, l'approccio al mercato è spesso opera di improvvisazione, senza nessuna pianificazione o prospettive sul futuro, insomma non si sa fare marketing di prodotto, consentendo pertanto alla concorrenza che meglio si presenta, di sorpassare storia e territorio della Sicilia. In chiusura della mattinata, finalmente, una notizia positiva proveniente dai questionari relativi alle prospettive sul futuro, le risposte, stranamente ottimistiche, hanno dimostrato come al Sud, fors'anche solo per campanilismo, almeno si crede in quello che si ha e in quello che si fa, un sguardo rosa sul futuro dei prossimi 3 anni.

La sessione del pomeriggio ha visto in pista ristoratori ed enoteche, sempre con le solite problematiche, in primis il calo dei consumi ed i ricarichi sulle bottiglie effettuati dai ristoratori. Su quest'ultima annosa questione sembra che gli interlocutori siano tutti sordi, i ristoratori fanno orecchie da commerciante (mercante) e i produttori non hanno armi se non quella di rivolgersi ad altri canali per vendere i propri prodotti. Evidentemente ci sono le eccezioni, ma è anche vero che spesso il consumatore si trova afflitto da ricarichi esagerati che non hanno nessuna giustificazione. Il killer del problema potrebbe essere la vendita a bicchiere, ma in quei pochi casi dove è applicata, sembra che il ricarico esca dalla bottiglia per rientrare nel calice.



Rispetto l'anno precedente il forum non ha fatto emergere molte novità, le solite

Il vino al Sud potrebbe stare meglio

Scritto da Maurizio Artusi
Sabato 05 Marzo 2011 09:50

lamentele e scontentezze che però sono state solo in parte confermate dai numeri. E invece emersa la vera storia del vino siciliano, che negli ultimi 20 anni è stato traghettato da prodotto da taglio, per gli anemici vini del Nord, fino ad arrivare al marchio Sicilia di oggi, sempre più ricercato e apprezzato nel mondo, ed in questo caso i numeri sono indiscutibilmente buoni. Questi i nomi di alcuni degli intervenuti durante i lavori: **Dario Cartabellotta**, Direttore IRVV, **Leonardo Taschetta**, della Cantina Colomba Bianca, **Giuseppe Benanti**, dell'omonima cantina, **Attilio Vinci**, giornalista, **Giancarlo Gariglio**, curatore guida vini Slow Food, **Samantha Di Lauro**, della Cantina Settesoli, **Nicola Dante Basile**, di Panorama Economy, **Leonardo Agueci**, Presidente IRVV, **Alessio Planeta**, dell'omonima cantina, **Fabio Cimmino**, blogger, **Josè Rallo**, della Cantina Donnafugata, **Filippo Cesarini Sforza**, della Cantina Duca di Salaparuta, **Arianna Occhipinti**, dell'omonima cantina, **Gigi Mangia**, ristoratore e Presidente FIPE, **Piero Buffa**, responsabile commerciale Castellucci Miano, **Giancarlo Moschetti**, docente universitario, **Francesco Bonfio**, Presidente associazione enoteche Vinarius, **Mauro Remondino**, del Corriere della Sera, **Manfredi Minutelli**, di Buonitalia, **Nando Calaciura**, giornalista.

Anche quest'anno, **Fabrizio Carrera**, ha voluto chiudere con una nota positiva, il suo manifesto dell'ottimismo del 2010, forse a causa della crisi, stavolta si è ristretto, diventando un breve slogan: "**IL VINO E' ALLEGRIA**", sicuramente un'espressione di buon auspicio, quella che così tanta fortuna ha portato allo scomparso Mike Buongiorno.

moocasa_albumid=5580355701767631953