

Vinitaly, l'enologia è ripartita, ma guerra e rincari preoccupano

Riccardo Isola

Il sistema vitivinicolo è ripartito, almeno dal punto della promozione a livello internazionale, in presenza, all'interno della quattro giorni veronese del Vinitaly. Lo ha fatto nel padiglione l'Emilia Romagna, una superficie coperta di oltre 2.000 metri quadrati, in cui 120 aziende del territorio, molte delle quali romagnole, hanno fatto assaggiare i propri vini, hanno ripreso face to face le relazioni con buyers nazionali e internazionali, operatori del settore e wine lovers. Un successo, almeno dopo due anni di stand by prolungato, che ha minato fatturati e visibilità del made in vigna regionale. Lo confermano soprattutto i due grandi gruppi cooperativi presenti con i loro stand, Caviro e Cevico, che in questa parentesi veneta hanno ripreso dialoghi temporaneamente sospesi. Se oltre ai riflessi legati della pandemia da Covid, si aggiungono anche i recenti fatti bellici in Ucraina la boccata di ossigeno di questa 54ma edizione diventa quantomai vitale. Per i bilanci, reputazione e permeabilità delle produzioni enologiche locali.

NANNETTI (CEVICO)

«Il Vinitaly è per sua natura - sottolinea il presidente di Terre Cevico, Marco Nannetti - è un momento fondamentale per la promozione di un territorio importante dal punto enologico come la Romagna». Sulla questione crisi però anche le grandi cooperative non possono rimanere indifferenti. «Nascondere il fatto che dopo la pandemia, il rapporto Beca della Commissione europea che vede il vino doversi difendere ulteriormente da attacchi pretestuosi, adesso c'è anche la situazione Ucraina. Una tempesta perfetta - conferma Nannetti - che ha conseguenze dirette anche dal punto di vista dei bilanci aziendali. Nel caso specifico di Terre Cevico - prosegue - il comparto export legato ai Paesi oggi purtroppo colpiti dalla guerra, quindi Ucraina, Russia e per riflesso Bielorussia ne sta risentendo. Stiamo parlando di consolidato del gruppo di 5 milioni di euro. L'impatto che questa guerra sta portando è quella di una brusca frenata che stiamo cercando di riequilibrare in altri contesti, soprattutto in nord Europa grazie a un'offerta multi regionale che come Terre Cevico riusciamo a offrire, ma che ci porterà, comunque per quell'area, una perdita a budget del 70%. Il Vinitaly di quest'anno - conclude il presidente - sta rappresentando uno strumento economico, di business, fondamentale per un prodotto che ha nelle relazioni interpersonali



LO STAND DI CEVICO CON IL PRESIDENTE NANNETTI INSIEME AL PRESIDENTE BONACCINI. A DESTRA CAVIRO COL PRESIDENTE DALMONTE E L'ON. DE CASTRO



DA SINISTRA: LO STAND DEL CONSORZIO VINI DI ROMAGNA CON LA PRESIDENTE RUENZA SANTANDREA. A DESTRA ALCUNE CANTINE ROMAGNOLE



il successo economico stesso». I questi due anni si è andato avanti per inerzia, e il Vinitaly è la spinta propulsiva che però si deve, almeno in fiera, definire, e lo sottolineano tutti gli operatori «e ancora di più un momento più business to business».

DALMONTE (CAVIRO)

Stessa considerazione arriva anche dal Gruppo Caviro. Per il presidente Carlo Dalmonte

«questo Vinitaly è l'evento simbolico della ripresa. Non è cosa banale e scontata. Soprattutto alla luce del fatto che la situazione internazionale ci mette di fronte a ulteriori e inattese crisi come quella ucraino-russa. Noi siamo nell'economia reale e al centro ci sono i nostri agricoltori soci che hanno bisogno di massimizzare il proprio reddito. Il Vinitaly può essere uno strumento di straordinaria

capacità propositiva, e lo stiamo vedendo, anche con un nostro rinnovato e importante sforzo d'investimento». Sulla situazione congiunturale legata ai palcoscenici di guerra oltre confine il presidente Dalmonte «l'export in quei Paesi è sempre stato importante, stiamo parlando di alcuni milioni di euro, con la Russia a fare la voce più grossa. Non siamo particolarmente esposti, è tra i primi ma non pri-

missimi ambiti di sbocco per il nostro mercato, che ricordiamo si indirizza su export in 80 paesi del mondo. Il vino non è sotto embargo, ma è la questione dei flussi finanziari che si è fermata. Lanciando anche qualche preoccupazione per il pendente sul quale stiamo cercando di capire e valutare in termini di volumi. Purtroppo - conclude Dalmonte - a breve non vediamo una fine».

I numeri

Questi i numeri significativi del successo del made in Emilia-Romagna in calice al padiglione 1 di Verona. All'interno degli oltre 2.000 metri quadrati di superficie coperta oltre alle 120 cantine, hanno lavorato 91 persone. Sono stati consumati circa 300 kg di prodotti Dop e Igp forniti dai principali Consorzi del food e portate circa 10.600 bottiglie, per la distribuzione di complessivi 40.000 calici fra le 19 Doc, 2 Docg e 9 Igt. Dal ristorante interno al Padiglione, curato dall'Istituto Alberghiero «Bartolomeo Scappi» di Castel San Pietro Terme, all'interno del quale ha operato una brigata di 40 persone fra cuochi e camerieri, sono stati serviti circa 800 menù per complessive 2.800 portate. Tutte esaurite masterclass, degustazioni tematiche, eventi e incontri, con i Consorzi grandi protagonisti, che hanno esaltato l'abbinamento vino-cibo, con oltre 500 partecipanti complessivi. (r.iso.)



Piccoli di grande qualità

All'interno del Vinitaly si sono anche trovate piccole curiosità in cui la Romagna ha portato e presentato esperienze che escono dal territorio geografico di riferimento, diventando testimoni di successo internazionale. Due esempi di famiglie, imprenditori, aziende che in Romagna hanno le proprie origini anagrafico-famigliari, ma che hanno iniziato a fare business in altri due territori di grande valenza simbolica, economica e culturale per la vitivinicoltura italiana: Toscana e Franciacorta. Ci riferiamo all'esempio della cantina «Casadei» e dell'azienda «Ricci Curbastro». Stefano Casadei, gestisce oggi una delle cantine più importanti e particolarmente vocate al biologico nell'alta Maremma in Toscana in cui si producono vini di altissima gamma. La seconda è una famiglia nobile di Lugo di Romagna, e in terra del Passatore ancora producono una piccola quantità di vino, soprattutto Sangiovese in territorio di Rontana di Brisighella. Qui il figlio di Gualtiero Ricci Curbastro, Riccardo, già ex presidente di Federdoc, ricopre gli incarichi di amministratore e responsabile del marketing e produzione e dell'azienda agricola brisighellese. (r.iso.)

