

# «Siamo in un momento di rilancio Ma preoccupa l'aumento dei costi»

Rigotti (Alleanza cooperative agroalimentari): «I materiali per l'impianto dei vigneti cresciuti fino al 70%»  
In Emilia Romagna e Marche finanziamenti per la promozione sui mercati interno e internazionali

di **Lorenzo Frassoldati**

**Si riparte** anche nel mondo del vino, come ha dimostrato il Vinitaly Special Edition di ottobre, punto di riferimento per la promozione del vino Made in Italy. Cresce la domanda, «ma anche la preoccupazione per l'aumento dei costi di materie prime ed energia», dice Luca Rigotti (Alleanza cooperative agroalimentari). «I costi dei materiali necessari per l'impianto dei vigneti: legno, cemento, ferro e alluminio, hanno avuti incrementi fino al 70%».

Riparte anche la promozione sul mercato interno ed estero. Enoteca Regionale Emilia Romagna – che riunisce oltre 200 aziende da Rimini a Piacenza – potrà contare su un importante finanziamento comunitario dal 2022 a inizio 2025. Per Enoteca Regionale il budget di costi ammissibili è di 2,3 milioni, con un riconoscimento di contributo all'80% di circa 1,8 milioni. Le azioni promozionali nel pros-

**GIANAROLI (CONFAGRICOLTURA)**

**«Bene le vendite nel canale Horeca, specie la ristorazione: anche fino a un +35-40% sul 2020»**



Vinitaly Special Edition, in ottobre, ha riunito i principali player del settore, con il meglio della produzione italiana

simo triennio dovranno realizzarsi per il 41% in Italia, il 39% in Germania e il 20% in Svezia. Un cauto ottimismo lo esprime Mirco Gianaroli, di Confagricoltura Emilia Romagna: «È un momento di rilancio che segna una ripresa delle vendite nel canale Horeca, specie ristorazione, anche un +35-40% sul 2020. Numeri però lontani dal periodo pre-pandemia. Sono cambiati gli stili di vita a partire dai consumi: il cliente che prima si recava allo spaccio aziendale si è abi-

tuato, durante il lockdown, ad acquistare al supermercato (magari la singola bottiglia, di fascia medio-bassa). Ora bisogna riavvicinare il cliente alle cantine medio-piccole».

**Anche le Marche** sono in pole position coi loro vini, forti di un piano per la ripartenza affidato a Istituto marchigiano di tutela vini (Imt) e Consorzio Vini Piceni. Oltre tre milioni per la promozione e gli investimenti in cantine sono stanziati dall'assessorato all'Agricoltura della Regione

attraverso l'Ocm vino nei Paesi terzi (1,8 milioni) e Pns (Programma nazionale di sostegno del settore) relativo agli investimenti in cantina (2 milioni).

Previste la partecipazione a fiere e manifestazioni internazionali, campagne di informazione e formazione, azioni di marketing fino agli investimenti per la costruzione delle infrastrutture vitivinicole finalizzate a produzione, commercializzazione e degustazione, per l'allestimento nei punti vendita aziendali di sa-

le dedicate ai tasting e la creazione di siti internet di vendita online. Paesi obiettivo per la promozione saranno Usa, Canada, Giappone, Cina e Australia.

«Un'occasione importante anche alla luce della morfologia delle aziende marchigiane, di piccole dimensioni ma molto orientate alla qualità – , dice il direttore dell'Imt, Alberto Mazzoni –, che nell'ultimo anno hanno sofferto a causa delle chiusure e delle restrizioni ».