

# Il vino viene dalla Francia!



La 58ª Giornata viticola altoatesina tenutasi ad Appiano il 31 gennaio 2020, è stata una buona occasione per informarsi sulla situazione vitivinicola mondiale e sull'evoluzione e sul posizionamento dei vini altoatesini in Italia e all'estero.

Hermann Pilz, redattore capo della rivista tedesca "Weinwirtschaft", ha evidenziato la situazione del tutto straordinaria in cui si trova l'Alto Adige nel contesto globale relativo alla produzione e alla commercializzazione. Quasi ogni consumatore sa che in Francia si produce vino; i più anziani ricordano il Chianti, ma è possibile che la maggior parte dei consumatori non sappia dove si trovi l'Alto Adige e che qui si produca anche del vino. Secondo Pilz, i vini altoatesini sono materia dedicata agli specialisti, cioè al commercio specializzato e alla gastronomia, ma non vengono conosciuti attraverso gli scaffali della GDO. Il fatto che, grazie ad alcuni lungimiranti precursori, quasi 30 anni fa l'Alto Adige abbia intrapreso la via della produzione di qualità e della costruzione di una propria immagine è apparso chiaro, a chi sedeva nella Raiffeissensaal di Appiano, quando sullo schermo è stata proiettata l'azione promozionale attualmente in corso presso la GDO tedesca con offerte di vini di qualità tedeschi e italiani a € 1,50 - 2,00/bottiglia. In Germania, il più importante Paese importatore di vino del mondo, l'89% del volume di affari è in mano ai Top 10. Tra essi Aldi, Lidl, Edeka e Rewe. Pilz ritiene che spesso, per la GDO, il vino funga da prodotto promozionale, il che ne pregiudica il valore aggiunto e la notorietà presso il consumatore. Ne consegue, tra l'altro, anche la carenza di fondi da destinare ad un marketing professionale. In conclusione, Hermann Pilz ha affermato che il vino può essere commercializzato in due modi: a prezzo basso, con una produzione di massa e con una qualità standard o con prezzi più elevati, offrendo una qualità autenticamente artigianale e con quantità minime o comunque ridotte di bottiglie.

A Klaus Gasser, direttore vendite e marketing della Cantina di Terlano, è stato affidato il compito di analizzare

quali direzioni segua o potrebbe seguire questo comparto (titolo della relazione: Südtirol Wine – Quo vadis?). Gasser si è occupato dello sviluppo e del posizionamento dei vini altoatesini negli ultimi anni, dell'evoluzione varietale e dei prezzi e della problematica dello smercio, ad essa legata. Il mercato regionale e quello nazionale rispondono molto bene. Rispetto ad altri comprensori viticoli, i prezzi di liquidazione per l'uva sono molto soddisfacenti. Non si può però fare l'errore di "dormire sugli allori". Secondo Klaus Gasser, la grande sfida consiste nell'aumento delle esportazioni dall'odierno 25% - 30% al 40 - 50% sul lungo termine. Per ottenere prezzi soddisfacenti, però, il potenziale del nostro comprensorio viticolo deve essere conosciuto a livello mondiale. A tal fine è necessario produrre vini della massima qualità e affidare la loro presentazione a persone che devono agire in veste di "ambasciatori" e che non devono per forza corrispondere al "tipo standard del responsabile vendite". I vini del segmento alto dei prezzi – e i vini altoatesini appartengono sicuramente a questo, almeno per la maggior parte – devono essere proposti con l'emozione e la competenza che si addicono a questo segmento. L'individuazione di un vitigno-guida che identifichi il comprensorio viticolo Alto Adige, il consolidamento del marchio Südtirol-Alto Adige, importanti investimenti nei settori vendita e marketing, una strategia di sostenibilità che non rimanga una parola vuota di significato e un sistema adeguato di stoccaggio sono sfide che, secondo Gasser, dovrebbero essere affrontate congiuntamente. Fabian Pernter (Ufficio per la fruttiviteicoltura) ha fornito al pubblico importanti informazioni riguardanti l'incremento della diffusione della flavescenza dorata in Alto Adige. La relazione di Arno Schmid (Centro di Sperimentazione Laimburg) e Lukas Egarter-Vigl (Eurac Research) ha avuto come obiettivo la presentazione del modello matematico, sviluppato negli ultimi anni, che sulla base della sommatoria termica – e quindi di criteri rilevati in modo scientifico – può indicare l'idoneità di un'area ad essere coltivata a vite. Raffael Peer (Centro di Consulenza) e Gerd Innerebner (Centro di Sperimentazione Laimburg) hanno illustrato quali siano le sfide e alcune soluzioni pratiche riguardanti la tecnica di applicazione dei fitosanitari in viticoltura. La conclusione dei lavori è stata affidata a Paul Hafner (Centro di Consulenza) che si è soffermato sulle esperienze e sui risultati dell'insolita annata oideica 2019.

La grande partecipazione conferma che la scelta delle tematiche è stata molto apprezzata e il pubblico è stato premiato con la presentazione di relazioni dal contenuto decisamente interessante e ben preparate anche dal punto di vista grafico.

[hansjoerg.hafner@beratungsring.org](mailto:hansjoerg.hafner@beratungsring.org)