

ETICHETTE ABRUZZESI IN 4 CONTINENTI

LE NUOVE SFIDE



Esportare all'estero e penetrare in aree nazionali di consumo medio-alto. I requisiti - quantità e qualità - ci sono tutti. Questa la sfida intrapresa dal mondo del vino abruzzese per fronteggiare la crisi. Internazionalizzare le imprese per cercare nuovi sbocchi di mercato: Nord Europa, Stati Uniti, Canada e Giappone (quest'ultimo trend in crescita progressiva dal 2003), confermando un andamento consolidato negli anni e che mostra di tenere nonostante la crisi. E riconquistare fasce di mercato medio-alte sul territorio nazionale, come Milano, porta d'Europa e obiettivo di punta delle recenti e prossime strategie di marketing e comunicazione istituzionale del comparto vitivinicolo produttori. D'altra parte vendere tre milioni di ettolitri di vino sul mercato nazionale con la contrazione dei consumi in atto, non è facile.

Un numero crescente di cantine abruzzesi sta investendo moltissimo sull'export tant'è che il vino rappresenta almeno il 50-60% dell'agroalimentare regionale esportato, facendo registrare un trend estremamente positivo secondo solo ai grandi numeri dell'export della pasta abruzzese. E quanto conferma Giuseppe Cavaliere, specializzato in marketing agroalimentare e in particolare nella promozione e valorizzazione del settore vitivinicolo per conto dell'Arssa, l'agenzia regionale per i servizi di sviluppo agricolo della regione Abruzzo. «L'export del vino abruzzese è una delle poche voci dell'agroalimentare regionale che continua a crescere, e comunque rappresenta una delle poche opportunità di vendere all'estero, per molte aziende è l'unica possibilità di farcela», sottolinea il funzionario Arssa. Secondo i dati forniti, lo scorso anno l'Abruzzo ha



Vino, consorzi da record Milioni di bottiglie all'estero

Per Citra Germania in testa con il 23% di fatturato, ma c'è anche la Corea

esportato circa 105 milioni di euro di vino (imbottigliato), un 5% in più rispetto al 2010. Dove e in che percentuale: Germania in testa con il 22,90%, a seguire Usa (19,30%) e Canada (13,40%), distaccati da altri Paesi, con dati pur apprezzabili, come Francia, Belgio, Svizzera, Giappone, Norvegia, Regno Unito, Olanda e Svezia. Quali tipologie di vino, lo spiegano le aziende leader nel settore contattate dal "Centro".

Con circa 18 milioni di botti-

glie l'anno distribuite in 50 nazioni tra cui Giappone, Cina, Singapore, Hong kong e Corea, il Consorzio Citra di Ortona rappresenta la prima realtà produttiva regionale votata all'export. Fondato nel 1973, il consorzio raggruppa 9 cantine tutte collocate nel comprensorio teatino. «Citra è presente in quattro continenti: America, Asia, Oceania, Europa e in 50 nazioni», spiega il presidente di Citra, Valentino Di Campli. «Il 67% del fatturato deriva dal-

le esportazioni con un trend in crescita negli ultimi anni. I mercati principali sono: Usa, Canada, Germania, Belgio, Giappone, Cina e Messico. Da sottolineare il ruolo da apripista svolto da Citra nei mercati esteri poiché, grazie all'ottimo rapporto qualità/prezzo dei prodotti, siamo riusciti a far conoscere i vini autoctoni Montepulciano e Trebbiano d'Abruzzo in tutto il mondo, aprendo nuovi mercati nei quali gran parte delle aziende vitivinicole

abruzzesi sono poi entrate».

Tra i riconoscimenti nazionali e internazionali si segnala l'ultimo in ordine di tempo: il premio miglior vino italiano (oltre alla medaglia d'oro) al "Laus Vitae" Montepulciano d'Abruzzo 2006 al Japan Wine Challenge, la più prestigiosa competizione vitivinicola internazionale per l'area nipponica-asiatica cui partecipano oltre 1.350 vini provenienti da circa trenta diverse nazioni. Con dodici milioni di bottiglie

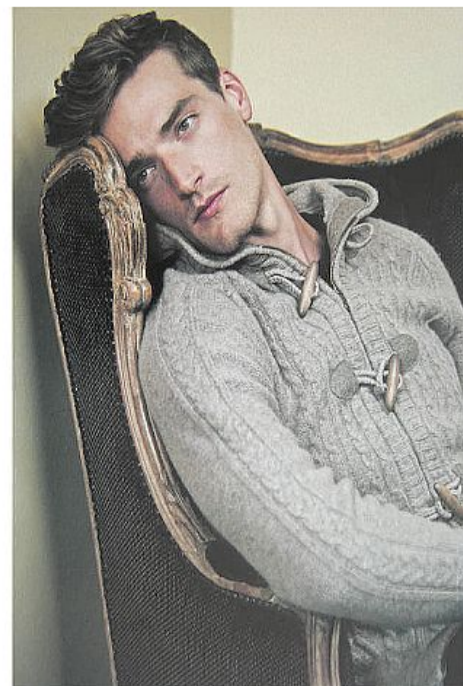
esportate in 74 Paesi di tutti i continenti la Farnese Vini, nata ufficialmente nel 1994 con sede a Ortona, si è presto consolidata al vertice del panorama export vinicolo abruzzese. «I Paesi più importanti per noi in termini di fatturato», spiega Roberta Accardo, responsabile vendite e pierre di Farnese Vini «sono Germania, Svizzera, Canada, Giappone, Belgio, Inghilterra. L'incidenza della nostra produzione all'estero è di circa il 90%, poco più del 10% resta



glamour+
outlet.it
abbigliamento e accessori uomo donna

**Oltre 300 mq di showroom con i migliori brand di abiti e accessori uomo donna.
A dicembre promozioni su tutte le collezioni.**

Orari: lun dalle 15 alle 19. Dal martedì al sabato 9 - 13 / 15 - 19
Sabato 8 dicembre aperto tutto il giorno. Domenica 9 - 16 - 23 dicembre dalle 15 alle 19
Nucleo ind.le Villa Zaccheo - Castellalto (Te) Tel: 0861 / 556826 info@glamouroutlet.it



Un novello di alta qualità da gustare fino a dicembre

Verna (Cantina Tollo): «Il mercato tiene». Pasetti (Contesa): «Prodotto stagionale che non va più di moda». D'Auria (Dora Sarchese): «Strategie per il turismo»

A novembre è iniziata la commercializzazione del vino novello in bottiglia. La commercializzazione del novello in Italia quest'anno è stata anticipata di ben sedici giorni rispetto al concorrente Beaujolais nouveau francese, che si è potuto assaggiare solo dal 15 di novembre. Buona l'accoglienza in Abruzzo: quest'anno la qualità del "vino nuovo" è ottima. Il vino novello - che si consuma fino a dicembre - è stato creato 20 anni fa sulla scia dei beaujolais francesi, ed è un vino fresco e profumato adatto al mondo giovanile. «Grazie a un buon lavoro di promozione le cantine lo hanno fatto diventare un vero "evento", con un vantaggio immediato per i produttori», spiega Tonino Verna, presidente della Cantina Tollo.

«Sul novello di quest'anno possiamo dire che è molto buono, con uve sanissime», prosegue Verna. «L'ultima vendemmia è stata di alta qualità, in generale ma anche dal punto di vista della sanità delle uve. Questo permette una maggiore ricchezza di profumi naturali. Il novello viene fatto nella seconda metà di settembre e nella prima metà di ottobre. È un vino bevibile, ricco di profumi, non complesso, un vino nuovo, giovane. Cantina Tollo ha fatto quest'anno un novello di ottima qualità, con un uvaggio di montepulciano e merlot. Le vendite stanno andando bene e, anche se la crisi e il calo dei consumi si sente, possiamo dire che un mercato lo detiene ancora».

Per Rocco Pasetti, titolare dell'azienda Contesa di Collocorvino, l'appel del vino novel-

Il presidente della Cantina Tollo Tonino Verna (primo a destra) ritira il premio Hedès Bordeaux

lo è finito. «La moda è finita. Si tratta di un vino troppo particolare, ottenuto dalla macerazione carbonica delle uve per una percentuale non inferiore al 40%. La stessa fiera dedicata a questo vino, a Vicenza, non si tiene più da quattro anni, mentre la produzione nazionale si è ridotta del 60%, e in Abruzzo dalle 400.000 bottiglie di pochi anni fa si è passati a 100.000», dice Pasetti. Possiamo dire in sintesi che l'interesse e il consumo di questo prodotto si è ridotto ad

una stagionalità nel mondo del vino, non a caso tante aziende hanno eliminato il vino novello vero e proprio per sostituirlo con un tipologia di vino nuovo, non denominabile novello, ma che ha comunque sensazioni aromatiche e gustative di un prodotto che sa di frutta, di fiori, un vino morbido, leggermente rotondo e gradevole al palato specialmente dei giovani». Secondo Nicola D'Auria, presidente dell'associazione Movimento Turismo del Vino-Abruzzo e

proprietario della cantina Dora Sarchese, l'Abruzzo resta comunque una regione con una forte vocazione turistica che potrebbe essere rafforzata attraverso l'incremento del turismo degli appassionati di vini. «In qualità di rappresentante di 13 cantine abruzzesi - dice D'Auria - auspico, in un prossimo futuro, la presenza dei produttori di vino nei tavoli di concertazione delle strategie volte a promuovere lo sviluppo turistico ed economico del territorio».

In alto il complesso industriale del Consorzio di vini Citra ad Ortona, e in basso lo staff del presidente Valentino Di Campi (il primo a destra)

in Italia. La vocazione all'export nasce dall'esperienza professionale dei soci Farnese e da un'attenta e accurata analisi di mercato che mostrava, in Italia, un'immagine molto bassa di tipologia dei vini abruzzesi presenti. Cause di questo scenario poco edificante per il vino abruzzese, sicuramente una politica di vendita con prezzi troppo bassi e qualità ancora lontana dagli standard richiesti. Sui mercati esteri, invece, i vini abruzzesi era-

no ancora quasi completamente assenti e con un attento studio votato alla più alta ricerca qualitativa e di marketing si sarebbe potuto effettuare un posizionamento mediamente alto e sicuramente molto più remunerativo, con la consapevolezza di offrire un livello qualitativo più adeguato alle conoscenze e alle aspettative anche dei consumatori più esigenti».

L'azienda ha come missione la valorizzazione delle più importanti aree regionali, con vi-

gneti nella provincia di Chieti e Teramo dove, nella rinnovata cantina di Roseto degli Abruzzi, vengono prodotti i cru più importanti ottenuti principalmente da uve Montepulciano Colline Teramane Docg. L'elezione, per tre anni consecutivi, come Cantina dell'anno e il riconoscimento dei prodotti quali Vini dell'anno per ben quattro anni, hanno spinto il sistema produttivo e commerciale di Farnese a estendersi anche in Puglia,

Campania, Basilicata e Sicilia.

E il responsabile dell'area export di Cantina Tollo, la più grande cantina di produttori del centro-sud Italia, dal canto suo dichiara: «Esportiamo circa quattro milioni di bottiglie, per il 60% rosso e per 40% bianco; il 65% viene venduto in Europa e il 35% nei paesi extraeuropei. Negli ultimi otto anni la nostra azienda ha raddoppiato il fatturato estero» spiega «lavorando con prezzi che qualificano il vino abruzzese e riescono

a realizzare marginalità interessanti per l'azienda. Purtroppo il vino regionale più conosciuto, il Montepulciano d'Abruzzo, continua a trovarsi nelle catene di distribuzione di tutto il mondo a prezzi tra i più bassi in assoluto, facendo percepire la nostra regione come produttrice di vini di basso livello. Non è così, oggi la qualità media dei vini regionali è cresciuta tantissimo e la sfida del sistema vitivinicolo abruzzese è proprio quella di far percepi-

re questa crescita. Cantina Tollo si impegna anche in tal senso aggiudicandosi negli ultimi anni ambiti premi internazionali, quali l'International Trophy al concorso inglese Decanter, Miglior rosso italiano 2008, il Premio della stampa internazionale a Bordeaux (2007) con l'Hedès Cerasuolo e il premio di Miglior cantina d'Europa nel Concorso "Mundus Vini" in Germania».

Jolanda Ferrara

© RIPRODUZIONE RISERVATA