



Cesare Cecchi
presidente Consorzio Vino Toscana

Qualivita
Webcast



Qualivita
Podcast



Consorzio Vino Toscana
Via dei Serragli, 133 - 50124 Firenze
www.consorziovinotoscana.it - info@consorziovinotoscana.it
#toscanoigp

Il Consorzio Vino Toscana IGP è il più giovane della filiera. È nato un anno fa dalla trasformazione dell'Ente tutela vini di Toscana. È la seconda denominazione della Regione, rappresenta il 25% di tutta la produzione vinicola Toscana con i suoi quasi 2500 ettari di vigneto e circa 90 milioni di bottiglie realizzate da 1700 produttori.

Tutti i Consorzi uniti per il rilancio dell'intera filiera e del turismo

Vino Toscana IGP guarda al futuro e tende la mano: "Insieme possiamo farcela, siamo di fronte a prossimi ed importanti cambiamenti che riguarderanno ogni livello"

a cura di Andrea Bianchi Sugarelli

Cesare Cecchi, dell'omonima azienda di Castellina in Chianti che quest'anno festeggia 127 anni di vita, è il presidente del giovanissimo Consorzio Vino Toscana IGP che può contare 1770 produttori associati, tra cui aziende molto importanti nel panorama internazionale. L'effetto COVID-19 ha portato ad una crisi generalizzata per i prodotti toscani: "Soprattutto perché legati al canale Horeca – spiega Cecchi –, un problema che ci ha trovato tutti impreparati. Le difficoltà hanno avuto un effetto diverso da azienda ad azienda, chi ne ha risentito maggiormente sono quelle che avevano un rapporto diretto con i canali della ristorazione. Buone performance sono arrivate dalla distribuzione organizzata e l'asporto. Fortunatamente i consumi sono rimasti pressoché invariati anche se temiamo gli effetti a catena dovuti ai mesi di chiusura. In termini di mercato molto probabilmente assisteremo a cambiamenti di prezzi non solo delle bottiglie, Ma anche in termini di vino. Una corsa al ribasso porta mille complicazioni per le aziende produttrici che già hanno avuto problemi distributivi. Dovremo capire in quanto tempo possiamo riprendere quella che è stata negli ultimi 10-15 anni una grande storia di successo, compreso per i piccoli prodotti di nicchia. A livello logistico, invece, non abbiamo avuto difficoltà. Il futuro però resta incerto".

Il presidente Cesare Cecchi : "La priorità in questo momento è la tutela"

Quali attività il Consorzio pensa di mettere in atto per supportare le imprese nel mercato?

"Al momento il nostro Consorzio non è attivo in termini promozionali come invece è facile pensare per altri. La priorità è quella della tutela, staremo ancora più attenti nel monitoraggio del nostro patrimonio affinché nessuno possa approfittare di questo momento per prendere vantaggi competitivi".

Il Consorzio quale azione metterà in atto per informare il consumatore?

“Noi abbiamo una realtà di comunicazione che facciamo attraverso i mezzi più importanti, dalle riviste di settore ai siti web. Con essi lanceremo il messaggio sull’importanza di tutelare la denominazione e al tempo stesso rassicurare il consumatore”.

Quali opportunità potranno cogliere le imprese in questo cambiamento?

“Ci saranno grandissimi cambiamenti a tutti i livelli, a partire da quello distributivo perché purtroppo dovremo assistere alla scomparsa di alcune realtà. Al tempo stesso nasceranno nuove iniziative e si svilupperanno come già sta accadendo alle piattaforme digitali che stanno prendendo campo. D’altra parte ci siamo abituati nei mesi di confinamento a ordinare molto e a ricevere direttamente a casa le merci di cui avevamo bisogno. Credo che questa abitudine avrà un grosso sviluppo anche se onestamente non mi sento di poter dire che soddisferà le esigenze di tutti i produttori. Inoltre ci saranno anche novità in termini di consumo. Ritengo che nei locali tradizionali consumeremo in maniera diversa e qualcosa di diverso”.

Quali attività possono organizzare le imprese e il Consorzio per rilanciare il turismo nel territorio?

“Credo che la l’attività principale sia quella di un coordinamento. Questa è la strada da intraprendere e dovremmo percorrerla tutti insieme a braccetto. Non è pensabile che uno possa fare qualcosa a discapito di altri. Tutti i Consorzi, anche degli altri settori, devono trovare una sintesi perché il turismo in Toscana è una voce economica importantissima, ha una filiera lunghissima e coinvolge veramente tante persone. Certamente non dobbiamo aspettarci che le cose riprendano il loro corso come prima senza fare niente, ci sarà la necessità di promuovere ancora di più il nostro territorio all’estero e allo stesso tempo in Italia. Il turismo nazionale spero possa dare soprattutto nel breve termine un buon riscontro e nuove possibilità a tutti gli operatori turistici della zona”.



STRATEGIE PER LA RIPRESA

La svolta sarà l’e-commerce

L’obiettivo principale del Consorzio Vino Toscana IGP è quello di tutela del nome all’interno del settore per evitare e distorsioni in termini di utilizzo ed in termini di distribuzione. Il rilancio passa da nuova abitudini da assecondare, come l’e-commerce e da un coordinamento di tutti i Consorzi, non solo quelli del vino, per fare squadra e riuscire a coniugare i prodotti della tradizione vitivinicola ed agroalimentare con un nuovo sviluppo del turismo, a partire da quello italiano. Offerta che dovrà essere sostenibile ed innovativa rispetto al passato.