

Le esportazioni di vino sono raddoppiate grazie ai finanziamenti di Bruxelles. Ma i bandi nazionali della Pac e quelli regionali sono troppo complessi e lunghi

Asti spumante e Prosecco

La guerra delle bollicine a colpi di export e fondi Ue

IL CASO

LARA LORETI



Europa ci aiuta, la burocrazia italiana no».

Soddisfatti, ma con riserva gli imprenditori vitivinicoli del Prosecco e dell'Asti spumante. Ambasciatori di bollicine made in Italy, protagonisti sul mercato estero e interno di una sana concorrenza, con il Prosecco a fare da traino col 65% della quota export, e l'Asti impegnato nel rilancio dello spumante non più solo dolce ma anche secco. A spingere le esportazioni, ci pensano i fondi Ue "Ocm" (Organizzazione Comune del Mercato vitivinicolo) pensati per aiutare nella promozione e nel rinnovo impianti le aziende del vino, con contributi a fondo perduto dal 40% all'80%. E non è un caso se negli ultimi dieci anni l'export vitivinicolo sia quasi raddoppiato. «Siamo passati da 3,2 a 6,5 miliardi sul fatturato totale – spiega Gabriele Asta della società di consulenza Area39 – con una crescita dell'imbottigliamento di oltre il 50%. Bravi i produttori, ma i fondi Ue Ocm sono una bella iniezione per l'export. Il problema sono i bandi nazionali delle Politiche agricole e regionali: complessi e lunghi. Disposizioni di marzo possono trascinarsi fino a fine anno. Tutto passa per Agea, braccio operativo del ministero, e per Agecontrol. Ma le verifiche potrebbero essere inserite già nel bando».

Per il 2020-21 sono stati stanziati 336 milioni, di cui 102 per la promozione sui mercati extra Ue; 150 per ristrutturazione e riconversione vigneti; 60 per investimenti in cantina, 20 per la distillazione e 5 per la vendemmia verde. L'Europa dà le linee gui-

336

1 milioni di euro stanziati dall'Ue per i vigneti e la vendemmia verde in Italia

da, gli Stati – tramite Ministero, Regioni o Province autonome – emanano i bandi annuali, che sono veri labirinti. Ma dipanata la matassa, i benefici arrivano.

«Negli ultimi 4 anni – racconta Sandro Bottega dell'omonima azienda di Prosecco e distillati da 60 milioni di fatturato – ho investito 2 milioni di euro usando un contributo del 40% (800 mila dati dall'Ue) per la promozione dei vini Doc e Docg: tasting, pubblicità e fiere internazionali. Fatturiamo l'85% fuori Italia e il 45% extra Ue: i finanziamenti europei ci hanno consentito di fare spese che altrimenti non ci saremmo potuti permettere». La gestione dei soldi, però, è laboriosa, nota Bottega: «A volte siamo costretti a fare oggi previsioni per fine 2021. Poi i contributi sono pochi e limitati ai Paesi extra Ue, andrebbero estesi all'Europa».

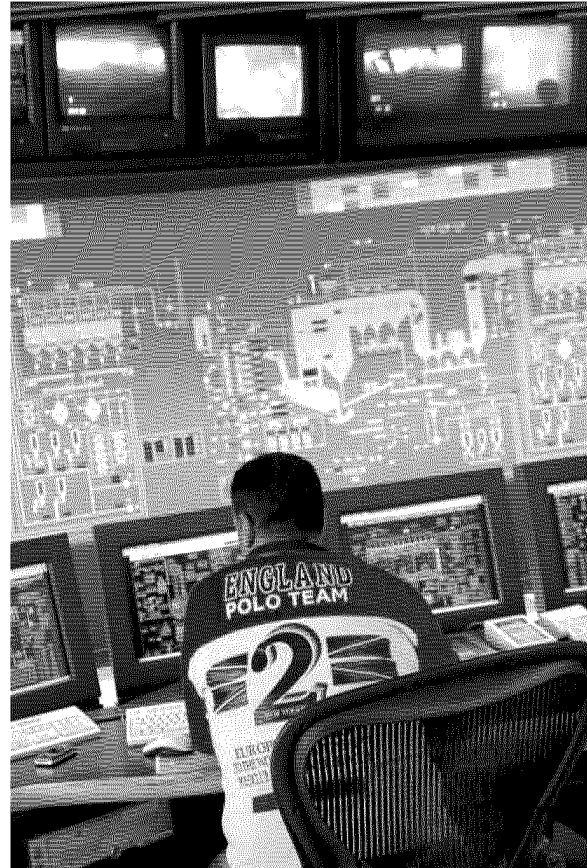
Positiva, ma fino a un certo punto l'esperienza di Valdo, leader del Prosecco: «Contiamo molto sui fondi Ue, noi e tutta la filiera – dice Pierluigi Bolla, ad di Valdo, 60 milioni di fatturato per 18 milioni di bottiglie – I finanziamenti sono utili, ma il sistema è dispersivo. Nel 2019 abbiamo investito circa 900 mila euro in promozione, recuperando il 35% (il 5% va alla società che controlla). Quest'anno invece per via del Covid, abbiamo investito solo in impianti, 500 mila euro di cui abbiamo recuperato il 20%. Però non va bene che le cantine sociali e le cooperative ottengano più punti delle aziende private nelle graduatorie dei bandi».

Ma se nel 2019 l'export del Prosecco è cresciuto del 21%, l'Asti ha ancora strada da fare. Motivo in più per spingere la produzione sulla versione dry, come fa il Consorzio dell'Asti e del Moscato d'Asti Docg. Lo fa notare il direttore Giacomo Pondini: «Abbiamo presentato una proposta di modifica del disciplinare al Ministero per produrre lo spumante da Pas Dosé al dry, passando per extra dry e secco per valorizzare il Moscato. E grazie ai fondi Ue lavoriamo in sinergia con Provolone, Prosecco Docg, Chianti, Pinot Grigio e altri». E la concorrenza col Prosecco? «Nessuna sfida, tutti gli spumanti possono crescere», risponde Pondini. Qualità che può garantire il posizionamento di Asti in una fascia di prezzo alta, come sostiene Enrico Gobino, direttore marketing del Mondo del Vino (110 milioni i ricavi 2019) che comprende l'azienda Asti Cuvage, 12 milioni di cui l'80% da export: «Asti non ha bisogno di copiare e reinventarsi secco. Necessita di un posizionamento alto. Grazie ai fondi siamo cresciuti in Russia, Usa, Cina, Corea e Brasile».

Esportazioni migliorate anche Casa Gancia, 170 anni di storia. «Uno dei mercati privilegiati grazie ai fondi Ocm è stata la Federazione Russa», spiega Alberto Cortese, direttore export. Il manager fa notare come l'Asti Docg abbia avuto alterni andamenti negli anni, anche perché il consumo s'è spostato verso un gusto meno fruttato. «Trend che ha favorito il Prosecco – dice – Ma per Casa Gancia, Asti e Moscato d'Asti Docg restano top, con oltre il 50% dell'export». La rivalità con l'Asti nel mondo del Prosecco non è molto sentita. «Asti secco? Che peccato! Si snatura», dice Bottega. Rincarà Bolla: «Con Asti secco ci hanno copiato, anche nel nome, assommano con Prosecco». —

© RIPRODUZIONE RISERVATA

CONCORRENZA
I SETTORI CHIAVE



LA STAMPA - L'ESPRESSO

ASTI SPUMANTE E PROSECCO
La guerra delle bottiglie
a colpi di export e fondi Ue

CONCORRENZA
I SETTORI CHIAVE

Warrenti lub, il facilitatore
che aiuta le imprese
a vincere i progetti europei

TELE-RISCALDAMENTO E RIFIUTI
Con i prestiti della Bce
Egea sorpassa la pandemia

La prima
e unica
mascherina
chirurgica
di tipo II.

Acquistiamo
arte e antiquariato

APPIANI
arte e antiquariato

LA STAMPA - L'ESPRESSO