

## L'INTERVISTA GIUSEPPE LIBERATORE, DIRETTORE DEL CONSORZIO «I successi dipendono dall'assetto e dalla revisione del disciplinare»

**Direttore Giuseppe Liberatore qual è il segreto della continuità dei successi del Chianti Classico?**

«Molti di questi successi dipendono anche dal nuovo assetto che ci siamo dati in seguito alla revisione del nostro disciplinare produttivo. La Gran Selezione ci sta premiando moltissimo. E' stata una scelta giusta, inizialmente accolta con scetticismo: siamo partiti con 30 aziende, oggi siamo ad oltre 100 che hanno deciso di farla. E' una tipologia di produzione identificata come la migliore aziendale ed il mercato lo sta capendo».

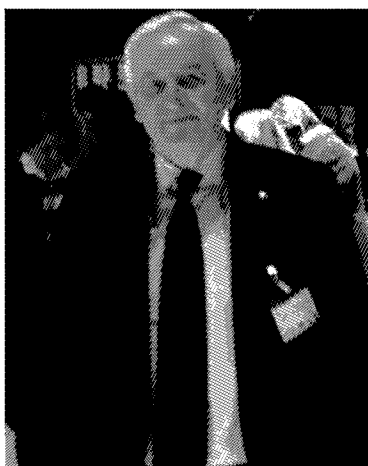
**Finalmente crescono anche i**

### LE SINERGIE

**«Impensabile un evento unico in cui siano proposti migliaia di vini toscani»**

**consumi interni. Gli italiani sono tornati a bere?**

«Sono molto soddisfatto di questo dato, perché nonostante il periodo di crisi degli ultimi anni, abbiamo continuato ad investire sul mercato italiano. I risultati di oggi ci danno ragione. Non possiamo pensare di essere bravi nel mondo senza essere riconoscibili



a casa nostra».

**I confini dei mercati internazionali sono sempre più ampi. Si parla da anni della Cina come nuova frontiera per il vino italiano. Cosa manca per sfondare?**

«La Cina non può non essere un mercato del futuro, anche se oggi risulta non pronto per i nostri vini. Scontiamo la mancanza di un'operazione di cultura dei nostri vini. La Cina ha subito l'influenza francese da 30 anni ed è quindi per loro immaginare un vino di qualità al di fuori di quelli francesi. I vini italiani che vanno oggi su quel mercato hanno un prezzo troppo basso rispetto ai nostri. L'operazione che serve fare in Cina deve prevedere di informare ed educare al nostro vino. Qui mi auguro che la Regione Toscana riesca a mettere un cappello comune per iniziative di ad hoc. In un mercato ampio come quello cinese è impensabile di andare ognuno per conto suo. Rischiamo di buttare soldi».

**In questi giorni si è tornati a parlare di un evento unico per le Antefprime toscane. Serve davvero?**

«Non ho alcun dubbio nel dire che la formula che abbiamo messo in piedi sia quella vincente. E' impensabile ad un evento unico in cui siano proposti in assaggio, nel giro di 2/3 giorni, migliaia di vini toscani. Dopo anni di lavoro, siamo arrivati oggi ad un evento che distribuisce in dieci giorni e consente di avere un momento "Toscana" in tutte le agende dei principali operatori e giornalisti di settore».

G.P.

