

segue da pag. 33

indirizzate verso una produzione di vini di pronta beva (come i leggeri, i frizzanti) sono aziende come Canella, Caldirola (con la linea La Cacciatora), Seagram Italia (con i vini Maschio), le laziali Fabat e Fontana di Papa, il siciliano gruppo Torvecchia (che attraverso i Produttori Vitivinicoli Associati, ha lanciato i nuovi vini da tavola Rugello Bianco e Rosso). Negli ultimi anni, si è inserito in questo gruppo anche l'altoatesina Karl Schmid, che accanto a un'ampia gamma di specialità alimentari propone numerosi vini e spumanti, gran parte dei quali provengono dalla casa vinicola Castello Rametz.

Il secondo gruppo comprende aziende che possono vantare una specifica attenzione a una produzione limitata di vini di pregio. Per lo più lavorano per il canale specializzato delle enoteche o per la ristorazione, ma si stanno sempre più interessando anche all'inserimento in gradi superficiali e nel dettaglio alimentare specializzato.

Tra le aziende che più hanno portato avanti l'inserimento nella distribuzione a libero servizio, si possono ricordare Leone de' Castaris, Bolla, Ricasoli, Pasqua, Duca di Salaparuta, Fontanafredda, Marchesi di Barolo, Um-

berto Fiore, Chianti Ruffino, La Versa, Sella & Mosca (distribuita dalla genovese Bema), Terre da Vino.

Tra i produttori specializzati e decisamente orientati al libero servizio è Le Chiantigiane (fatturato '91: 19,5 miliardi di lire), che propone principalmente Chianti (l'80% della produzione, tra docg, a indicazione geografica e da tavola) per diverse fasce di prezzo, con un 70% delle vendite realizzate in supermercati e superette.

CASE VINICOLE DA ENOTECHE

Più orientate al canale specializzato e verso un pubblico ristretto di intenditori sono aziende come le toscane Antinori e Avignonesi, le piemontesi Ceretto, Gaja, La Braida di Giacomo Bologna, la lombarda Ca' del Bosco e altre case comprese nell'associazione Vide.

Il terzo gruppo, il più folto numericamente, è composto da piccole case che operano in un territorio circoscritto e sono orientate a una produzione di grande qualità. Per lo più sono aziende poco note, che vanno "scoperte" nel territorio o attraverso segnalazioni di esperti. Nel loro caso, la conoscenza diretta del produttore e della produzione - anno per anno - riveste, ancor

I rischi della sofisticazione

■ La sofisticazione è la modificazione della composizione di un alimento mediante aggiunte di sostanze di quantità e valore inferiore.

Nei vini le sofisticazioni più ricorrenti sono l'aggiunta di acqua, di succhi di frutta fermentati (specialmente i sidri di mele, di pere, di fichi e di carrube), di glucosio o di sciroppi di amido, di zucchero comune o altri composti zuccherini, di alcol denaturato e rigenerato, di alcol metilico (metanolo) di acidi minerali e organici, di antisettici vari (acido benzoico, acido fluoridrico, fluoruri ecc.) di saccarina o dulcina.

Fortunatamente la maggioranza di queste azioni fraudolente si ripercuote unica-

mente sulla qualità merceologica del prodotto senza andare a toccare minimamente l'area del rischio per la salute del consumatore. Vini annacquati, zuccherati, addizionati di sidri o di acidi rappresentano unicamente dei prodotti non conformi alle disposizioni di legge ma possono essere consumati senza la preoccupazione di effetti negativi sull'organismo.

Purtroppo, però, l'aggiunta di alcol metilico o di antisettici può arrivare ad assumere i contorni della frode sanitaria con grave pericolo per la salute dei consumatori. Ed è proprio verso questo tipo di sostanze che andrebbero intensificati i controlli e le analisi da parte degli enti preposti. (A.P.)



strata anche dai grafici in queste pagine) risulta che il 64,8% delle aziende produttrici opera al nord, a fronte del 26,8% nel centro e dell'8,4% al sud.

In relazione al fatturato, il panorama delle imprese produttrici di vino di qualità vede il 59,2% composto da aziende con un giro d'affari sotto i 500 milioni di lire, il 21,1% tra i 500 milioni e il miliardo, il 15,5% tra uno e cinque miliardi, il 4,2% sopra i cinque. Per il 77,5% sono aziende agricole, per il 14% cantine di imbottigliamento, per il restante 8,5% aziende miste.

Tali case producono il 70,9% di vini doc, il 23,7% di vini tipici-geografici o da tavola di qualità e il 5,4% di vini da tavola semplici. A questo riguardo, viene fatta notare la forte tendenza del fenomeno di fuga dalle doc, in quanto ritenute ormai non più garantanti in modo automatico dell'effettiva qualità del prodotto. Molti produttori di vini pregiati preferiscono puntare sempre di più sui cosiddetti vini innovativi. Viene esportato il 28,9% della quantità prodotta e il 29,9% del valore.

Il prezzo di vendita medio per bottiglia prodotta è di 6.851 lire per bottiglia; se è destinata all'esportazione il prezzo sale a 7.455 lire.

In termini di vendite, il nord Italia assorbe il 63,7% della produzione complessiva di queste aziende, il centro il 29%, mentre al sud va solo il 7,3%.

In tutte le aree geografiche i ristoranti sono la categoria che consuma più vino di qualità con il 42,3%, seguita dalle enoteche con il 20,7%. La vendita diretta del produttore al consumatore finale copre il 20,4% del mercato, il grossista l'11,4%, i dettaglianti alimentari il 3,5%, i supermercati l'1,7%.

QUANDO IL VINO FA BUON SANGUE

■ Il vino non può essere assimilato a una semplice soluzione di alcol etilico e acqua. E un complesso insieme di numerose e diverse sostanze (oltre 250) alcune delle quali vantano particolari funzioni fisiologiche, anche in sinergia con altri componenti, o sono addirittura dotate di effetti farmacologici.

Se, dal punto di vista del valore nutrizionale, l'apporto di sostanze nutrienti del vino non deve essere sopravvalutato (i più importanti principi nutritivi sono contenuti in quantità non significative ai fini dietetici), può essere considerato interessante il significato biologico di altri componenti considerati peculiari di questa bevanda.

Tra questi i polifenoli sono certamente tra i più importanti. Tra i vari effetti derivanti da queste sostanze, rilevanti sono le azioni ipocolesterolemiche e di protezione delle arterie dalla aterosclerosi.

I tannini esercitano una

azione preventiva nelle lesioni ulcerose dello stomaco e l'assunzione di quantità moderate di vino in occasione dei pasti può esercitare effetti benefici sulle funzioni dell'apparato digerente, sia per un miglioramento dell'appetito sia per un miglioramento delle attività secretive.

Consumato a piccole dosi e, soprattutto, sotto forma di vino, l'alcol esercita un'azione di prevenzione nei confronti dell'apparato cardiocircolatorio.

Il meccanismo d'azione mediante il quale l'alcol riesce a proteggere le arterie viene attribuito a una riduzione del colesterolo totale ma, soprattutto, a un aumento del colesterolo HDL, volgarmente denominato colesterolo "buono", che, come è noto, rappresenta un fattore di protezione nei confronti della malattia coronarica.

Quest'ultimo effetto appare maggiormente correlato all'assunzione del vino che di altre bevande alcoliche

che a conferma del fatto che nel vino l'azione dell'alcol viene potenziata da alcuni componenti minori; questo complesso di azioni sinergiche contribuisce, così, a rendere più efficace un meccanismo di protezione altrimenti più debole.

L'effetto protettivo dell'alcol sembrerebbe, inoltre, svolgersi anche attraverso un'azione favorevole sulla aggregabilità delle piastrine riducendola.

È ormai accertato che l'uso quotidiano di giuste quantità di bevande alcoliche esercita un'azione protettiva nei confronti dell'infarto del miocardio; il vino tra le diverse bevande è quella che più delle altre esercita questo effetto.

Condizione essenziale per ottenere queste influenze positive è, però, quella di mantenersi entro i limiti consentiti che prevedono per un uomo adulto sano un quantitativo di alcol giornaliero pari a 1 grammo per chilogrammo di peso corporeo ideale. (A.P.)

più che negli altri casi, una particolare importanza per l'eventuale inserimento dei vini in assortimento.

Per quanto riguarda in modo più specifico il segmento del vino di qualità, i dati più aggiornati (relativi all'89 e presentati a Verona al Vintaly '91 dal Seminario Permanente Luigi Veronelli) attestano la produzione complessiva a circa 3.750.000 hl, ossia 500 milioni di bottiglie, per un giro d'affari vicino ai 1.800 miliardi. Tale produzione rappresenta il 45% di quella totale dei vini doc e docg nell'89 e solo il 6,3% in volume (a fronte di un 10% in valore) della produzione complessiva.

UNA RICERCA DI QUALITÀ

A questo proposito, il Seminario Veronelli ha condotto una specifica ricerca presso le 350 aziende vitivinicole a esso associate, ottenendo risposte dal 30% delle case intervistate. Da tale indagine (illu-

La grande selva dei produttori

Sono oltre 10.000 le case vitivinicole secondo l'Istat, suddivisibili in tre ampi gruppi

■ Secondo l'Istat sono oltre 10.000 le imprese operanti in Italia nel settore vitivinicolo, comprese un migliaio di cantine sociali e almeno 60.000 gli imbottigliatori.

All'interno della struttura dell'offerta, una prima suddivisione va fatta tra grandi aziende (giro d'affari sopra i cinque miliardi), case vinicole importanti (fatturato tra uno e i cinque miliardi), piccoli-medi produttori (fatturato sotto il miliardo).

Le grandi aziende presentano in genere una gamma di vini piuttosto diversificata, per coprire tutte le fasce di mercato e i relativi canali di distribu-

zione, dalle grandi superfici alle enoteche, alla ristorazione. Accanto a prodotti di prezzo medio-basso rivolti a una fascia ampia di consumatori e supportati spesso da un notevole sostegno pubblicitario, i grandi gruppi curano la distribuzione anche di vini di qualità medio-alta, provenienti da aziende piccole.

UN PORTAFOGLIO MOLTO AMPIO

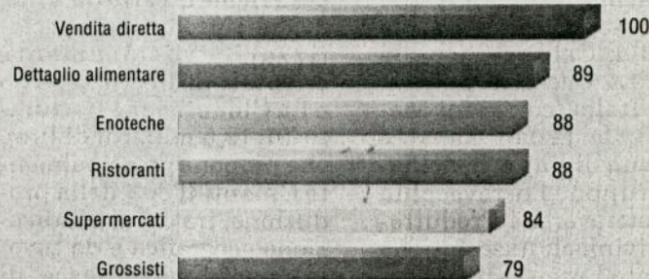
Data l'ampiezza del portafoglio prodotti, tali aziende sono molto attente a presentare la propria gamma con un'immagine diversificata a seconda

delle linee. In questo primo gruppo vanno ricordate aziende come il Gruppo Italiano Vini, Barbero, Cavit, Coltiva (al cui interno si possono citare le Cantine Riunite e le Chiantigiane), Caviro-Corovin, Ente Tutela Vini Romagnoli, Cantine Mezzocorona, Carpené Malvolti, Zonin.

La diversificazione del portafoglio prodotti condotta dalle maggiori aziende è ben esemplificata dal Gruppo Italiano Vini (152 miliardi di fatturato nel '91, esporta in 30 paesi, tra cui Usa, Germania, Gran Bretagna e Canada). Il Giv gestisce attualmente 14 differenti marche. Tra queste, più decisamente indirizzate al dettaglio alimentare - per lo più grande distribuzione e distribuzione organizzata - sono Folonari, Turà e Bigi. Con il marchio Folonari (produzione nel '91: 20 milioni tra bottiglie da 1 e 1,5 l e cartoni da 1 l) sono proposte 50 referenze tra vini frizzanti, tipici e da tavola. Le linee principali in vetro sono Botticello (prezzo al consumo: 2.100-2.200 al litro) e Antichi Filari (2.300-2.500 al litro). Con l'eti-

I PREZZI DEL VINO DI QUALITÀ

(differenziazione dei prezzi di vendita da parte del produttore)



Fonte: Seminario Permanente Luigi Veronelli

chetta Turà (tra le più pubblicizzate a livello nazionale), il Giv propone quattro referenze di vino frizzante dei Colli veneti, in una fascia di prezzo tra le 3.800 e le 4.300 lire. Bigi invece comprende 13 vini doc e docg umbri e laziali in bottiglie da 0,75 e 1,5 l (tra cui l'Orvieto Classico e l'Est Est Est!!! di Montefiascone), con prezzi superiori alle 4.000 lire.

Una fascia di prezzo e una buona presenza nel dettaglio tradizionale e specializzato (tra il 28% e il 20%) contano - all'interno del Giv - le marche Lamberti (36 vini, oltre la metà doc, in bottiglie da 0,75 l), Melini (23 vini toscani tra

tipici, doc e docg) e Fontana Candida (nove vini laziali).

Un'altra grande società orientata al marketing è Cavit, il Consorzio delle cantine sociali del Trentino (fatturato '91: 52 miliardi di lire per 20 milioni di bottiglie). Con prezzi dalle 2.500 alle 11.700 lire sono proposti circa 70 vini tranquilli (il 45% dei quali doc e docg e il 39% da tavola, mentre il 53% sono bianchi e il 44% sono rossi). La canalizzazione vede il 41% del libero servizio, il 9% degli alimentari tradizionali, il 3% delle enoteche, oltre a un 30% di grossisti e a un 17% di ristorazione.

Più decisamente ► 34



CONIGLIO ALLE MELE?

Piccola guida alle quattro stagioni

I criteri base da tenere in considerazione nella creazione dell'assortimento

■ L'uomo iniziò a produrre - e a bere - i primi vini decine, forse centinaia, di migliaia di anni fa; erano grossolane bevande alcoliche preparate lasciando fermentare i mosti ottenuti pigiando frutta sufficientemente zuccherina come l'uva selvatica, datteri, fichi, mele. Il ricordo di quei vini primitivi vive, ancora oggi, nel vin cotto preparato dal mosto di fichi e utilizzato, in Puglia, per la preparazione di certi dolci tradizionali o nel nome del Lambrusco che riecheggia il termine "labruka" che indicava l'uva selvatica in una lingua, ormai morta, parlata proprio nell'area in cui il Lambrusco viene prodotto. Oggi, però, il termine - vino - si applica, nell'accezione comune, solo alle bevande alcoliche ottenute dalla fermentazione di mosti d'uva: uva non più selvatica ma, anzi, coltivata applicando rigorosi criteri di selezione. E anche la vinificazione, nel tempo, si è evoluta, perfezionata, tanto da permettere agli enologi di oggi di produrre vini differenziati in gusto, aroma, colore, così da poter soddisfare i desideri e i capricci dei tanti che ancora sanno apprezzare un buon bicchiere di vino.

UN VINO GIUSTO PER OGNI STAGIONE

I vini di oggi possono, come e meglio che nel passato, accompagnare, valorizzandoli, i nostri cibi ma, anche, fungere da aperitivo, rallegrare serate festose fra amici o, infine, favorire il relax e la quiete di una pacifica serata. La grande varietà di vini a disposizione e, perché tacerlo, una serie di accorte campagne pubblicitarie, ha provocato una ben definita differenziazione nelle richieste dei consumatori in funzione dei vari periodi dell'anno. Anche se, in generale, i gusti di massa si sono ormai orientati verso vini non invecchiati e a gradazione alcolica bassa, si avverte una differenziazione della richiesta in funzione delle

variazioni climatiche e alimentari tipiche delle 4 stagioni dell'anno e sulla ricorrenza, a date fisse, dei periodi festivi che ruotano attorno al Natale, al Capodanno, al Carnevale e alla Pasqua. Su queste differenziazioni si innestano poi, con effetti a volte contrastanti, delle preferenze dovute ad abitudini, e disponibilità, locali. Vediamo assieme, dunque, sia pur sommariamente, quali sono questi orientamenti in funzione del solo fattore stagionale.

- **Primavera:** rossi giovani eventualmente frizzanti, rosati secchi, bianchi secchi importanti eventualmente frizzanti;

- **Estate:** bianchi secchi o sulla vena eventualmente frizzanti, rosati secchi e amabili, rossi giovani anche frizzanti;

- **Autunno:** rossi generosi e bianchi di alto livello caratterizzati da aromi marcati e persistenti, rossi giovani;

- **Inverno:** rossi generosi e bianchi di gran classe dal gusto pieno e rotondo, con aromi marcati.

Tra i vini a consumo stagionale rientrano anche i Novelli, francesi o italiani, ottenuti con un particolare processo e caratterizzati da un aroma e un gusto particolari. Al momento di acquistarli è bene ricordare che hanno una vita molto breve; disponibili già in dicembre perdono, però, le loro caratteristiche particolari tra la fine gennaio e la metà febbraio trasformandosi in mediocri vini rossi di poco o nessun pregio.

Durante i periodi festivi su indicati si hanno, ov-

VERSO LA QUALIFICAZIONE DEL REPARTO



◆ **IL TOTO-REGIONI.** Con una produzione di sessanta milioni di ettolitri l'anno, il mercato dei vini è senza dubbio uno dei più grossi; la caratteristica principale di questo reparto è l'elevata domanda regionale che spinge il trade ad avere un assortimento dove il numero dei prodotti locali supera abbondantemente i classici vini da intenditori o i vini che seguono la "moda" del periodo. Il trend del distributore è di fornire quindi una gamma assortimentale molto profonda tarando di conseguenza gli spazi sugli scaffali in funzione delle realtà regionali. Ultimamente lo scenario vede una flessione del mercato generale e contemporaneamente vede rafforzarsi sempre più il segmento del vino confezionato, che registra un trend di crescita del 2%. Ciò comporta una maggiore canalizzazione dei consumi verso la distribuzione organizzata.

In questo contesto è importante mettere in evidenza il rapporto di fiducia trade/consumatore che spesso risulta essere fattore di grandissima incidenza nel momento di acquisto. Il consumatore cerca infatti la possibilità di scegliere sempre più in un assortimento di ampia qualità e questo porta a creare l'accostamento naturale tra la qualità stessa del prodotto e l'insegna del distributore come sinonimo di garanzia.

Logistics Data Systems per AL-L'Alimentarista

zarsi sempre più il segmento del vino confezionato, che registra un trend di crescita del 2%. Ciò comporta una maggiore canalizzazione dei consumi verso la distribuzione organizzata.

In questo contesto è importante mettere in evidenza il rapporto di fiducia trade/consumatore che spesso risulta essere fattore di grandissima incidenza nel momento di acquisto. Il consumatore cerca infatti la possibilità di scegliere sempre più in un assortimento di ampia qualità e questo porta a creare l'accostamento naturale tra la qualità stessa del prodotto e l'insegna del distributore come sinonimo di garanzia.

vamente, le punte di vendita massime tanto dei vini più pregiati quanto di quei vini che sono considerati particolarmente adatti per brindisi festosi o per accompagnare torte e pasticceria.

PER LE OCCASIONI DI FESTA

Ad aumentare le richieste di vini pregiati contribuisce, durante il periodo natalizio, l'usanza di utilizzarli come regali. Ecco, quindi, una schematica lista dei tipi di vini più richiesti in questi periodi con l'aggiunta di qualche utile nota.

Vini rossi da tavola: sono

preferiti i vini a lungo invecchiamento o di annate particolari sia italiani che stranieri (per lo più francesi);

Vini bianchi da tavola: vini di alto livello sia italiani che stranieri, per lo più francesi, scelti, spesso, più per curiosità che per effettiva conoscenza;

Spumanti secchi metodo Champenois: la diminuzione dell'iva e la conseguente diminuzione dei prezzi ha comportato un aumento delle vendite di Champagne francesi, in aumento anche la presenza dei "Cava", gli spumanti spagnoli, che sono, in genere di qualità più che accettabile;

Spumanti ottenuti con il metodo Charmat (Prosecco): meno richiesti degli spumanti Champenois a causa del loro gusto che va da "sulla vena" ad "amabile"; si può tentare di forzare un po' le loro vendite ricordando agli acquirenti che sono più adatti degli spumanti secchi per accompagnare dolci e pasticceria;

Asti spumante e Moscato frizzanti: la tendenza è analoga a quella indicata

per i Prosecco, i loro consumi, comunque, sono abbastanza costanti; anche questi prodotti, proprio perché decisamente dolci, sono molto indicati per accompagnare dolci e pasticceria;

Vini liquorosi: come tutti i vini dolci sono vittime innocenti della tendenza a bere secco; le loro vendite, nel caso dei prodotti veramente di classe, possono essere incrementate facendo capire ai possibili acquirenti che si tratta di vini per intenditori.

Per quanto riguarda gli spumanti secchi, poi, va sottolineato che, a parte le punte dei periodi festivi, questi prodotti - sempre più usati come aperitivi, durante i rinfreschi in genere e, anche, come vino a tutto pasto - sono costantemente richiesti durante tutto l'anno.

Attenzione, però, si tratta di vini che, a meno che non si tratti di "millesimati", non reggono bene l'invecchiamento e vanno, per tanto, consumati entro l'anno d'immissione sul mercato; evitare, perciò, l'accumulo di scorte eccessive. (Rory Buonassisi) ●



L'acciaio e il legno delle nuove cantine

Come si è passati dalle tecniche empiriche ai sistemi scientifici

■ Anche se l'estrema polverizzazione del settore rende difficile cambiamenti veloci e radicali nelle tecnologie di produzione del vino, il processo di rinnovamento e di passaggio dall'utilizzo di tecniche empiriche difficilmente controllabili a sistemi di vinificazione scientificamente messi a punto e che si basano sul rispetto di parametri ben precisi e misurabili è già, per molte realtà, in fase avanzata.

La tendenza è di considerare prioritaria la qualità rispetto alla resa di lavorazione e in questo senso l'innovazione più importante consiste nella scelta di operare su uve di partenza attenta-

mente selezionate anziché indirizzare le moderne tecniche verso l'annullamento degli eventuali difetti derivanti dall'impiego di materie prime in cattivo stato di conservazione.

VINIFICAZIONE IN TEMPI DIVERSI

Nelle cantine moderne le uve non vengono stoccate ma vengono lavorate nella giornata di raccolta. La pigiatura e la torchiatura vengono condotte con sistemi e macchinari differenti in funzione del tipo di vino che si vuole ottenere. Quando le tradizionali presse meccaniche verticali si rivelano troppo spinte si utilizzano

presse meccaniche orizzontali o pneumatiche o a nastro, più delicate e in grado di estrarre i succhi dai chicchi applicando la minima pressione necessaria.

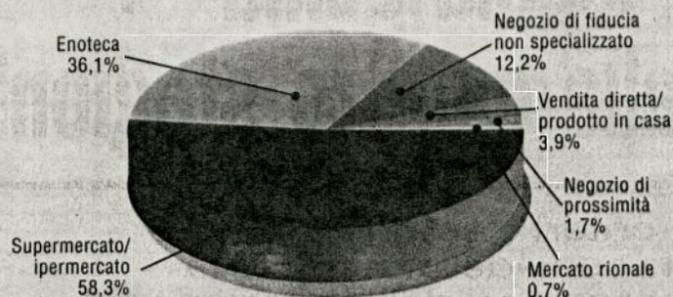
Attualmente è anche possibile diversificare il momento della vinificazione dal periodo della vendemmia; i mosti vengono mantenuti in serbatoi di acciaio a tenuta, refrigerati e sotto pressione. Così, senza l'impiego di additivi chimici i mosti zuccherini si mantengono inalterati con una migliore pianificazione della produzione.

L'acciaio inossidabile è il materiale che si è rivelato migliore per mantenere inalterata la tipicità del prodotto e assicura, contemporaneamente, impianti perfettamente lavabili e sterilizzabili.

Per quanto riguarda la fermentazione, oltre all'utilizzo di lieviti selezionati, si attua un rigido controllo delle temperature, in genere più basse di quelle fino ad ora ritenute ottimali per lo sviluppo dei lieviti.

Le temperature desiderate sono mantenute sia mediante il semplice raffreddamento in continuo

DOVE SI COMPRANO I VINI DI PREGIO E GLI SPUMANTI*



Fonte: Indagine Censis-Sipra, 1990

* Il totale è superiore a 100 perché la domanda ammetteva più risposte

con acqua della parete esterna dei serbatoi sia utilizzando sofisticati rilevatori automatici delle temperature collegati ai sistemi di refrigerazione.

I BIANCHI E I ROSSI

Per quanto riguarda i vini bianchi, per favorire la formazione di un bouquet molto fruttato, si effettuano macerazioni iniziali del pigiato, anche in presenza delle bucce a temperature sotto i 10°C per 10-20 ore.

Per i rossi, invece, per ovviare agli inconvenienti che derivano dalla presenza delle vinacce può essere utilizzata la termovinifica-

zione: solo una piccola parte del mosto con le vinacce viene fatta macerare a caldo e in presenza di anidride solforosa. In questo modo viene estratta una altissima percentuale di componenti colorati sufficiente anche per il resto del torchiato che, invece, viene vinificato in bianco e aggiunto poi alla parte macerata con le vinacce.

Anche per la fase di imbottigliamento le tecnologie più avanzate mettono a disposizione sistemi di imbottigliamento a freddo in condizioni asettiche, basate su microfiltrazioni con membrane in grado di trattenere le cellule di lievito.●

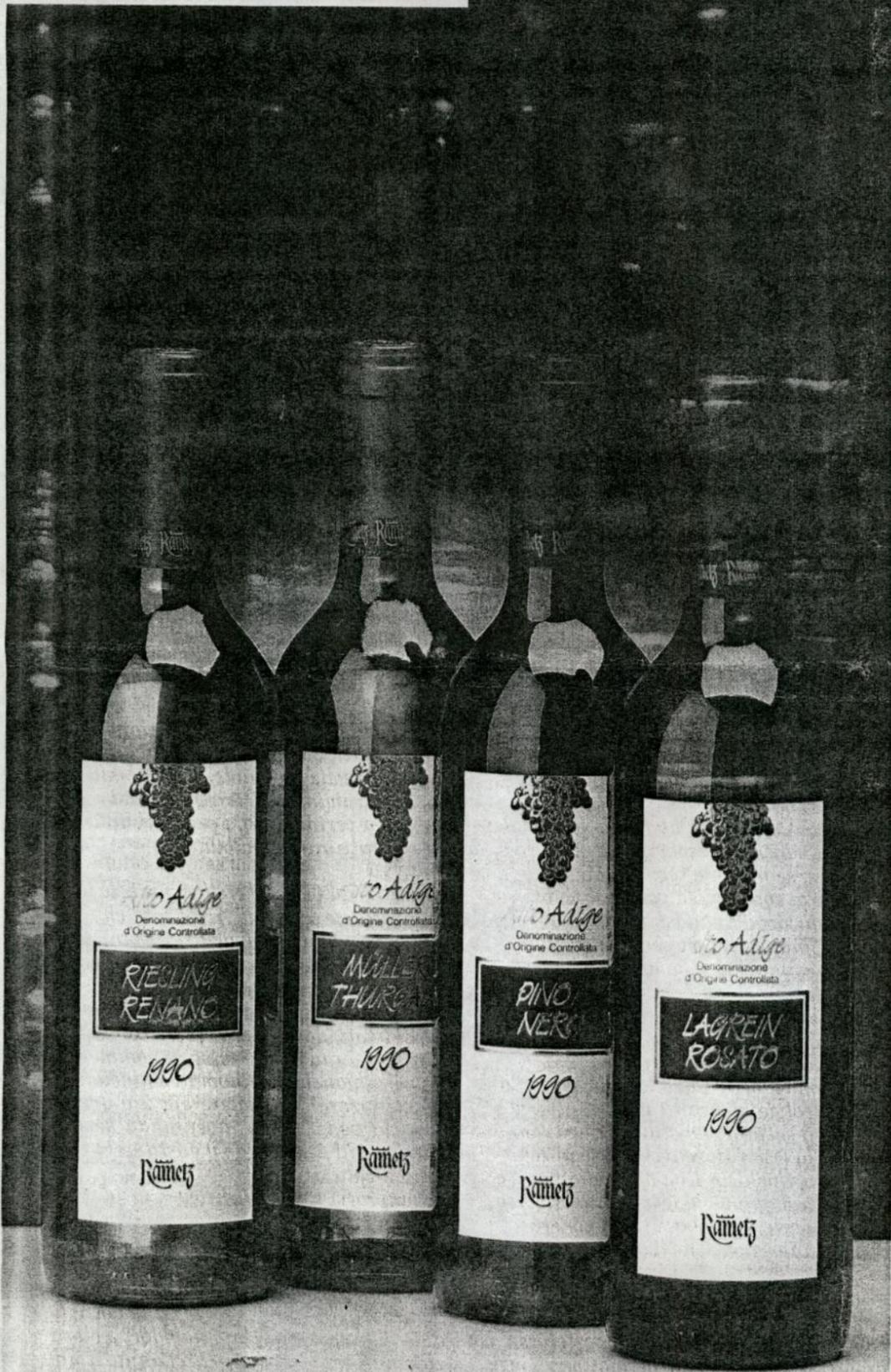
(Antonella Parolo)

UN GATTO PER COLAZIONE?

Nelle Cantine di Castel Rametz, circondato da alcuni dei vigneti più nobili dell'Alto Adige, grazie alle cure ed all'esperienza del mastro cantiniere Alois Pircher, nascono i vini Castel Rametz.

Rametz
I vini dell'Alto Adige

Castel Rametz



Jägermeister

Castel Rametz

Herforder Pils

Kaiserspeck

GRUPPO

Karl Schmid merano

segue dalla pagina 28

non mi interessano i vini di moda, ben "vestiti" ma di poca sostanza: spesso l'abbigliamento è fin troppo costoso in proporzione al valore del contenuto. Come vini esteri, accanto ai francesi (Bordeaux e Borgogna), propongo alcuni bianchi austriaci e tedeschi, e un certo numero di californiani".

Secondo Grai, un negoziante alimentare che intende qualificare il proprio assortimento di vini può seguire due strade: chiedere consigli e indicazioni a colleghi più esperti, se non specializzati, oppure seguire con molta attenzione le principali riviste enologiche.

"Ho notato comunque - conclude Grai - che anche la grande distribuzione va migliorando il proprio reparto di vini di pregio. Penso, in particolare, a Esselunga: nei supermercati

enoteca e boutique di gourmandise a Milano.

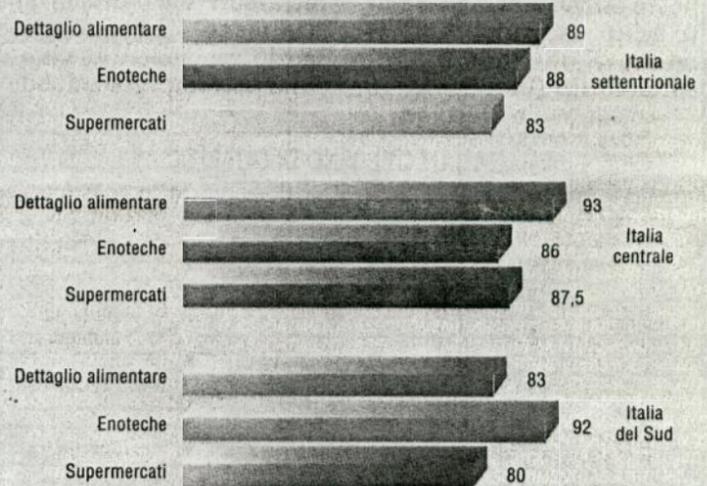
Accanto a Esselunga e a Coop, anche Gs ha intrapreso da oltre un anno un programma di riposizionamento complessivo del reparto vini per i 148 punti di vendita della catena.

In 35 di questi (concentrati soprattutto al nord), il riposizionamento ha coinvolto più direttamente i vini di pregio - compresi in una fascia di prezzo tra le 8.000 e le 18.000 lire - che vengono presentati a parte, in un espositore in legno scuro dove le bottiglie riposano coricate.

"L'ossatura dell'assortimento - dice Stefano Gamboldò, responsabile acquisti del reparto liquidi - è sostanzialmente uguale a livello nazionale, con punte massime di circa 180 referenze tra vini doc e docg, a indicazione geografica e da tavola in bottiglia da 750 ml (nei punti vendita di

I PREZZI DEL VINO DI QUALITÀ AI NEGOZI

(differenziazione dei prezzi di vendita dei produttori per area geografica)



Fonte: Seminario Permanente Luigi Veronelli

Prezzo della vendita diretta - base 100

di Firenze e di Saronno, ho visto di persona la scelta di vini, con molte buone etichette. Sotto le feste di Natale, c'erano anche i sommelier, che presentavano i vini e ne spiegavano le principali caratteristiche".

IL SUPERMERCATO RILANCIA

Da qualche anno, effettivamente, alcune delle maggiori insegne della grande distribuzione lavorano con impegno alla qualificazione del reparto dei vini di pregio. Tra gli esempi più clamorosi in questo senso, va ricordata la riorganizzazione del riassortimento del reparto dei vini di pregio curato da Metro in alcuni cash & carry della catena. Per proporre un mix garantito e controllato, Metro si è affidata alla consulenza di Angelo Solci, uno dei maggiori esperti di vini e titolare di una nota

maggiore superficie). Poi esistono tre-quattro varianti principali in termini di composizione numerica per sottosegmenti, determinate dal bacino di utenza del punto di vendita".

Gs inoltre propone cinque vini a marca privata: Chianti docg e i veneti Merlot, Cabernet, Pinot e Soave.

In media, il giro d'affari del vino in bottiglia da 750 ml vale il 10% (la metà di quello complessivo del vino) del fatturato totale del reparto bevande.

A partire da quest'anno, sono in programma anche tre promozioni (di fine inverno, di inizio estate, autunnale) per vivacizzare la domanda.

Inoltre è in corso un'indagine - di tipo quantitativo - presso i consumatori, per capire il grado di penetrazione del consumo di vino tra i clienti abituali di Gs.

segue dalla pagina 27 sempre gli stessi vini".

La selezione delle etichette è determinata dagli accordi con i rappresentanti delle aziende produttrici, ai quali vengono ordinati volta per volta i cartoni su misura, data l'assenza di cantina: "Non puntiamo su vini di prestigio, ma su vini di facile acquisto. Ne riusciamo a vendere così 100-120 bottiglie al mese, e per noi è più che soddisfacente".

UNA DROGHERIA CON GRANDE VOCAZIONE

Un discorso più specialistico rispetto a quello della rosticceria di Santa Margherita Ligure viene fatto dal senese Lorenzo Manganelli nel suo negozio, una drogheria di circa 60 mq nella via di Città nel pieno centro di Siena.

Gli antichi mobili in legno di fine Ottocento testimoniano subito l'origine storica del negozio, aperto nel lontano 1879.

Sugli scaffali trovano posto circa 350 vini, accanto a un assortimento alimentare di specialità di tutta Italia (in particolare

L'ASSORTIMENTO DI VINI IN QUATTRO PUNTI DI VENDITA (numero di referenze)

Tipologie di vino	Rosticceria Tigullio Santa Margherita Ligure (Genova) 30 mq	Drogheria Manganelli (Siena) 80 mq	Bar Enoteca Edy (Bolzano) 250 mq	Supermercato GS (Milano) 1.200 mq
Vini rossi doc/docg	10	210	70	48
Vini rossi a indicazione geografica o da tavola		50		18
Vini bianchi doc/docg	8	45	70	33
Vini bianchi a indicazione geografica o da tavola		20		24
Vini rosati doc	2	10	3	3
Vini rosati a indicazione geografica o da tavola	-			6
Vini esteri	-	15	40	4

Fonte: AL-L'Alimentarista

una degustazione diretta. Anche perché trovo che la clientela, e in particolare quella straniera, sia sempre più informata e abbia una precisa idea di quello che vuole, dato che spendere 50-60.000 lire per una bottiglia di vino non è cosa di tutti i giorni".

Capita spesso infatti a Manganelli che i clienti stranieri - i tedeschi specialmente - entrino in negozio a chiedere il vino di una determinata azienda e

l'area di provenienza e dell'annata della vendemmia, ma soprattutto di come avviene l'imbottigliamento. Per qualsiasi negoziante è fondamentale la capacità personale di scegliere i prodotti e di controllarne

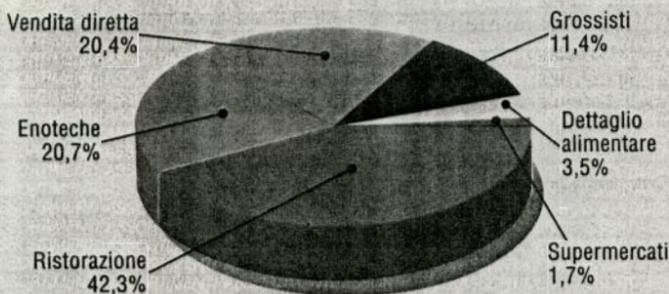
direttamente la qualità. In fin dei conti, agli occhi del consumatore, il primo garante della bontà di un vino è chi lo propone alla vendita in negozio, e non necessariamente l'azienda produttrice".

Una volta assaggiato il vino, Grai prepara una scheda descrittiva con le principali informazioni (zona di provenienza, vitigno, azienda produttrice e/o imbottigliatrice, annata ecc.) e il commento sulle proprietà organolettiche. In tal modo si è costruito un ricco archivio, particolarmente prezioso per il suo lavoro.

Attualmente, Grai propone circa 200 vini a vista nel suo bar-enoteca di circa 300 mq di superficie, ristrutturato quattro anni fa da una prestigiosa coppia di architetti e designers, Afra e Tobia Scarpa.

"Non presento - nota Grai - troppi vini dell'Alto Adige, perché sono rintracciabili in svariati punti di vendita. Preferisco proporre vini di altre regioni italiane, e non solo di quelle di grande vocazione come Piemonte, Toscana e Veneto. Ovviamente ►30

I CANALI DEL VINO DI QUALITÀ



Fonte: Seminario Permanente Luigi Veronelli

di prodotti tipici di Siena) costruito ad hoc per attirare la clientela dei turisti italiani e stranieri.

"Il vino - dice Manganelli - è stato inserito circa quarant'anni fa. Da sempre abbiamo preferito puntare sui vini tipici della zona del Chianti, ma con il tempo abbiamo cercato di qualificare sempre di più l'offerta".

Accanto ai maggiori vini toscani - dal Chianti al Rosso e al Brunello di Montalcino dal Nobile di Montepulciano al Sassicaia al Vin Santo - è presente una buona scelta di vini piemontesi e, da un anno a questa parte, vengono proposti anche una quindicina di vini francesi (Bordeaux, Sauterne, San-serre).

"Per quanto io mi ritenga un autodidatta - confessa Manganelli - baso sempre di più l'inserimento dei vini in negozio su

di una particolare annata consigliato da una rivista enologica di prestigio.

"I vini più venduti - conclude Manganelli - sono comunque i Chianti di fascia medio-alta, compresi tra le dodici e le ventimila lire".

UN'ENOTECA DI ESTREMO RIGORE

L'inserimento di un vino in negozio deve dipendere innanzitutto dalla degustazione diretta effettuata da chi poi lo deve vendere. Con questo assunto di base lavora Giorgio Grai, titolare del bar enoteca Edy in piazza Walter, la principale di Bolzano.

Grai è un enotecnico tra i più stimati d'Italia e collabora come consulente con molte aziende vitivinicole sparse in tutta Italia.

"Nella scelta dei vini per i miei clienti - dice Grai - tengo conto non solo del-

CONSIGLI PER L'ACQUISTO E PER LA CANTINA

La gamma dei vini in offerta dovrà essere tale da soddisfare le richieste della clientela per cui è necessario selezionare con cura sia i tipi di vino che le relative marche da tenere a magazzino. Un problema non facile da risolvere considerando, appunto, il proliferare delle marche presenti sul mercato per le varie qualità di vino. Come orientarsi, insomma, tra tutte le possibilità esistenti evitando errori di valutazione che potrebbero influenzare, e anche pesantemente, l'andamento delle vendite?

L'ASSAGGIO. L'assaggio personale dei vini, anche se sempre consigliabile, non offre, se non si è seguito con successo un corso di sommelier, garanzie sufficienti. In mancanza di un addestramento particolare, infatti, i gusti personali condizionano inevitabilmente il giudizio. Meglio, perciò, integrare gli assaggi con dei facili controlli che, anche se non daranno delle garanzie assolute, faranno diminuire le probabilità di commettere errori.

In primo luogo controllate che la gradazione alcolica riportata in etichetta non differisca sostanzialmente da quella indicata dalla letteratura per il vino in esame nella sua tipologia Doc o, meglio ancora, Docg. Una gradazione alcolica diversa, specialmente se più bassa, è in genere una chiara indicazione che il vino che vi è stato offerto lascia a desiderare in quanto a genuinità e, quindi, qualità.

Verificate, inoltre, che l'area di produzione sia proprio quella che vi interessa. I progressi dell'enologia permettono, oggi, di produrre un buon numero di vini anche al di fuori delle loro zone di origine. Questi prodotti, anche se qualitativamente ineccepibili, possono avere caratteristiche organolettiche che differiscono, e anche notevolmente, da quelle dei vini prodotti nelle zone originarie. Se i vostri clienti sono particolarmente affezionato alla tipologia classica di un certo vino potrebbero non apprezzarlo quando, appunto, prodotto in zona diversa.

Controllate, infine, che sull'etichetta sia riportato anche l'anno di produzione.

Se l'annata non compare, il vino in esame, anche se non necessariamente cattivo, è sicuramente di qualità bassa se non scadente. Ma l'anno di produzione che compare in etichetta dà altri avvertimenti molto importanti. Il vecchio detto che vuole che il vino migliori con l'invecchiamento è, in realtà, vero solo fino a un certo punto. Dopo un certo numero di anni dalla vendemmia, anni che variano a seconda del tipo e della qualità del vino, le caratteristiche organolettiche cominciano, inesorabilmente, a deteriorarsi tanto che, a un certo punto, i prodotti diventano addirittura imbevibili.

LA CANTINA. Nell'organizzare le vostre scorte, dunque, ricordate che:

- la caratteristica vivacità dei vini rossi "giovani" scompare rapidamente dopo un anno dalla vendemmia;
- gli spumanti, con la sola eccezione dei millesimati, dovrebbero essere consumati entro un anno dalla messa in commercio;
- i vini bianchi da tavola cominciano a "maderizzare", in genere già 2 o 3 anni dopo la vendemmia diventando sempre più ambrati e perdendo il gusto secco tanto ricercato oggi;
- i vini rossi non frizzanti hanno, in genere, una vita abbastanza lunga ma più invecchiano più vanno conservati adeguatamente.

L'ambiente ideale per la conservazione delle bottiglie deve proteggere le bottiglie dalla luce, essere esente da odori e vibrazioni e rimanere, per tutto l'anno, a una temperatura costante compresa tra gli 0 e i 10°C. Inoltre sarà bene conservare le bottiglie in posizione verticale - collo in su, naturalmente - per evitare che il vino, rimanendo in contatto con dei tappi difettosi, perda quel gusto tra l'acido e l'ammuffito chiamato, appunto, "di tappo".

E le bottiglie esposte sugli scaffali o in vetrina? Se non potete farle ruotare velocemente, così da limitare i rischi di deterioramento, meglio non venderle e considerare il loro costo alla stregua di un investimento promozionale. (Rory Buonassisi)

VINI FONTANA DI PAPA CANTINA SOCIALE COLLI ALBANI:

400 soci e 4 centri selezionati di vinificazione a garanzia di un'offerta di vini D.O.C. di pregiato livello qualitativo e organolettico

"Vino al sapore, il pane all'odore", "Vino buono è la tetta (il bastone-il latte) dei vecchi", "Vino fa ballare i vecchi", "Vino fa buon sangue", "Vino amaro, tienilo caro", "Vino battezzato, non vale un fiato", "Vino dentro, senno fuori", "Vino a sdegno fan palese ogni disegno", "Vino vinello, tu sei rosso e bello, l'estate stai in cantina al fresco l'uomo fai parla' mezzo tedesco"; così recitano antichi proverbi regionali. Proverbi che sottolineano quanto sia radicata nella nostra cultura alimentare il profumato e prelibato "nettare del dio Bacco", un nettare, purtroppo, per molti anni "bistrattato" da un "diabolico" disegno di un certo mondo industriale inficiato e che da troppo tempo serpeggia pericolosamente tra i dettaglianti e i consumatori italiani, rovinando la reputazione di quella classe industriale "pulita" che offre una produzione controllata ed estremamente affidabile da un punto di vista sia qualitativo che organolettico.

La qualità dell'uva innanzitutto

Tra le realtà italiane che da decenni legano il proprio nome al mondo della viticoltura, ma che soprattutto fin dall'inizio ha operato la scelta di "camminare a testa alta" nella determinazione di operare solo ed esclusivamente sul fronte della qualità totale, troviamo la vini Fontana di Papa Cantina Sociale Colli Albani, la cui principale sede si trova ad Ariccia-Cecchina sulla Nettunese a pochi chilometri dalla capitale. Una cooperativa dalle solide basi, gestita da uomini competenti e motivati nel loro lavoro. Al suo interno nulla è improvvisato, ma tutto programmato secondo una gestione verticalizzata che consente di ottenere i massimi risultati in termini di prodotto finito. Tra il reparto di refrigerazione e quello dell'elaborazione dei vini, tra sistemi computerizzati in grado di esaminare ed evadere "in tempo reale" l'ordine anche del cliente più lontano e impianti di depalletizzazione delle bottiglie, tra sofisticate tappatrici e moderne incapsulatrici, tra grosse macchine programmate per il lavaggio e la sterilizzazione delle bottiglie e un'inebriante esalazione di piacevole nettare naturale, abbiamo voluto incontrare Enrico Papini, direttore della vini Fontana di Papa, per vivere in diretta non solo la sua lunga esperienza professionale all'interno di questa importante realtà, ma

anche per conoscere la "ricetta" che da molti anni consente a questa Cantina Sociale di posizionarsi ai massimi livelli del mercato. Dopo una breve verifica della situazione in cui si trova il comparto vinicolo in questo particolare periodo economicamente difficile a livello europeo, il nostro interlocutore ha voluto porre l'accento sulla situazione di confusione che si è venuta a creare durante gli ultimi anni a causa di macroscopici errori di una classe imprenditoriale, per nostra fortuna limitata, corrotta e senza scrupoli di coscienza. "Si tratta di una situazione alquanto pericolosa - ci riferisce Enrico Papini - perchè crea nella psicologia del consumatore, e della gente in genere, l'idea errata che tutte le marche del settore vinicolo producono qualitativamente la stessa bevanda alcolica, senza invece pensare che ci sono dei distinguo ben precisi. Dopo il vino al metanolo nell'86, caso che determinò la morte di diverse persone, è notizia fresca di pochi mesi fa di quello ai pesticidi prodotto con il metilisotiocianato, un micidiale antifermentativo utilizzato da opera-



VINO "FONTANA DI PAPA" BORDOLESE

Vino giallo paglierino dai piacevoli riflessi verdognoli, caratterizzato da limpidezza cristallina.

Il profumo, fruttato e armonico, si sposa al sapore morbido e delicato, retrogusto persistente.

Nasce da una accurata vinificazione delle più pregiate uve Colli Albani, gradazione alcolica 12,5%.

Vino che si sposa magnificamente con ogni vivanda, dall'antipasto ai primi, dalle carni bianche al pesce.

Evitare l'invecchiamento, servire a 8°C in bicchieri di cristallo sottile, così da apprezzarne appieno la limpidezza.

tori senza scrupoli come stabilizzante del prodotto. Ma non solo. Era ancora vivo nell'opinione pubblica questo grave episodio di «pirateria alimentare» che dopo pochi giorni dal fatto i Carabinieri dei Nas bloccano una grossa partita di acciughe con i vermi e quasi contemporaneamente scoppia lo scandalo del latte colorato di blu. Tutti questi gravi fatti, ma anche altri, fanno nascere inevitabilmente, e giustificatamente, incertezze ed enormi perplessità tra la gente. Adesso il consumatore europeo, come del resto quello italiano, vive una sorta di risveglio che conseguentemente lo porta a capire la differenza che sta tra il similprodotto e il prodotto autentico. È sensibile alla marca, all'etichetta, al colore e alla forma della bottiglia, ma si dimostra sempre più attento alla zona di produzione dell'uva, alla gradazione, alle peculiarità organolettiche e diffida dei prodotti che vengono venduti a prezzi «stracciati». Oggi il nome Vini Fontana di Papa è sinonimo di affidabilità, di qualità totale, di continua ricerca selettiva sui vigneti, di servizio globale nei confronti della clientela". Ma qual è il segreto che consente alla Cantina Sociale Colli Albani, nata nel lontano 1959 grazie all'intraprendenza di solo 11 soci fondatori, di consolidare, anno dopo anno, le proprie quote di mercato? "In primis, come già sottolineato, la qualità dell'uva prodotta dai vigneti degli oltre 400 soci che compongono la Cooperativa, e, secondariamente, molti altri fattori, tra i quali i più importanti sono la volontà di raggiungere obiettivi sempre più stimolanti in termini di penetrazione di nuove aree di mercato, persone motivate e professionalmente ai massimi livelli, rinnovo e revisione periodici degli impianti di produzione, scelta oculata delle migliori tecniche enologiche, presentazione dei prodotti con una certa immagine per quanto riguarda l'etichettatura e quindi di studio grafico oltre che cromatico, una forza vendita composta da persone che conoscono a fondo le problematiche che ruotano intorno a questo specifico comparto, un veloce riassortimento a cui i nostri interlocutori diretti, il dettaglio tradizionale, i grossisti, la distribuzione organizzata, la grande distribuzione e la moderna ristorazione si dimostrano sempre più sensibili e, non ultimo, mirate strategie di marketing promozionale attraverso una campagna di sen-



VINO "CASTELLI ROMANI" ROSATO

Ha aspetto brillante, colore rosa pallido, dal profumo fine, equilibrato, schietto. Il sapore è tenero, generoso, caldo e vellutato.

Ha una gradazione di 11,50%.

Ottenuto dalla vinificazione in bianco di uve rosse selezionate e raccolte con un leggero anticipo.

Ne deriva una combinazione ottimamente riuscita di delicatezza e armonia che lo rende adatto a carni bianche o bollite e, per la sua leggera vena di dolce, anche con dessert.

Si serve alla temperatura di 10-12°C. dopo almeno 20 giorni di riposo in cantina.

sibilizzazione sulle qualità organolettiche dei nostri vini D.O.C., campagna rivolta da un lato al consumatore finale e dall'altro al mondo della vendita per mezzo di veicoli di informazione con i quali siamo in grado di farci conoscere a nuovi potenziali clienti e proporre a quelli già acquisiti le novità che, via via, presentiamo ogni anno".

Lo stabilimento di Ariccia-Cecchina, all'interno del quale abbiamo incontrato Enrico Papini, è il punto di riferimento della Cooperativa per quanto riguarda tutta la vinificazione del "Colli Albani D.O.C." del "Castelli Romani" e del "Vino regionale del Lazio", prodotti ad indicazione geografica. La Cantina Sociale vini Fontana di Papa, oltre al centro principale di Ariccia-Cecchina, possiede anche altre zone D.O.C., un centro di vinificazione a Marino, dove viene vinificato il "marino D.O.C.", un altro stabilimento a Genzano, dove viene vinificato il "Colle Lanuini D.O.C.", e infine un quarto centro a Velletri, dove viene vinificato il "Velletri D.O.C.". È importante sottolineare che tutti questi tipi di vino vengono rigorosamente imbottigliati nello stabilimento di Ariccia-Cecchina, che è l'unico centro di imbottigliamento della Cooperativa. "Ritengo sia fondamentale analizzare, seppur sinteticamente - spiega Enrico

Papini - come avviene il processo di lavorazione che determina alla fine dei diversi cicli il prodotto finito. Arriva nel nostro stabilimento il camion con rimorchio o il trattore del socio carico di grappoli, viene prelevato un campione dell'uva con una sonda per la determinazione in automatico del grado zuccherino e dell'acidità dell'uva stessa, ed un operatore digita, attraverso un sofisticato sistema computerizzato, il numero in codice del socio, il tipo di uva, i valori della partita, e successivamente vengono inseriti nel «cervellone» il grado e il peso lordo. Molto sinteticamente possiamo dire che le fasi più importanti sono: campionamento delle uve, pesatura, scarico dei grappoli, ritorno in pesa per determinare la tara e quindi la determinazione del peso netto in automatico.

Lavorazione ad alta tecnologia

Successivamente il camion va in uno dei sette punti di scarico, di cui sei per le uve bianche e uno per quelle rosse, ritorna dall'operatore, il quale ridigita il codice al fine di inserire automaticamente tutti i dati di quella partita: si tratta di un sistema che ritengo estremamente rapido in quanto ci consente di smaltire le quantità d'uva in tempi molto brevi, quantità che nel periodo massimo di conferimento, cioè fine settembre e primi di ottobre, raggiunge anche i 18.000 quintali al giorno. A questo punto viene scaricata la partita di uva in vasconi d'acciaio inossidabile che alimentano le pigiatrici; da queste pigiatrici la massa pigiata passa alle presse orizzontali che con un lavoro particolarmente delicato e soffice pressano l'uva separando il liquido dalla buccia. Metodologia di lavorazione ad altissimo contenuto tecnologico, dunque, che posizionano la vini Fontana di Papa Cantina Sociale Colli Albani tra le poche aziende in Italia e all'estero in grado di offrire un prodotto finito ai massimi livelli qualitativi ed organolettici, un'azienda cui produzione è caratterizzata per il 65% da vini D.O.C., mentre sul totale l'85% è rappresentato da vini bianchi (compreso lo spumante) e il restante 15% da vini rossi (30%) e rosati (70%). Al termine dell'incontro con il direttore della Cooperativa abbiamo rivolto la domanda: qual è il "sogno nel cassetto" della vini Fontana di Papa? "Penetrare con maggiore incisività, rispetto a quello che abbiamo fatto fino ad oggi, il mondo della ristorazione per quello che concerne i nostri vini classici e puntare maggiormente verso la distribuzione organizzata con le nostre proposte migliori che si posizionano nella fascia medio-alta."

Il vino, un fatto di scelta

di Giuseppe Aliverti

Un negoziante sta sempre tra due fuochi, il fornitore e il cliente. E ci sono dei settori in cui la posizione tra due fuochi è ancora più scomoda del solito.

Uno di questi è certamente quello del vino: una selva intricata di produttori da una parte, una schiera - in sensibile diminuzione - di consumatori che progressivamente va affinando gusti ed esigenze.

Per chi tratta vino in un negozio alimentare - più o meno specializzato - e intende qualificare l'offerta, i problemi centrali sono due: la selezione delle diverse tipologie e delle etichette e l'assistenza al cliente al momento dell'acquisto.

A seconda della tipologia di negozio - dalla gastronomia all'enoteca, dal supermercato alla drogheria - sono problemi più o meno avvertiti, percepiti con un diverso grado di sensibilità: lo testimoniano le esperienze di quattro punti di vendita raccolte da *AL-L'Alimentarista*.

UN COMPLEMENTO IN SALUMERIA

Se si propone il vino in una salumeria-gastronomia, la parola d'ordine di solito è: privilegiare innanzitutto le possibilità di abbinamento enogastronomico con i piatti e le specialità culinarie che vengono pre-

parati in laboratorio.

Lo conferma Giancarlo Pizzutti, socio a metà della Rosticceria Tigullio di Santa Margherita Ligure (provincia di Genova), che presenta diverse preparazioni gastronomiche, classiche (vitello tonnato, lasagne, arancini ecc.) e tipiche liguri (torta pasqualina, caciucco).

Proprio all'ingresso, in una parete a scaffale di fronte al banco dei formaggi e dei piatti pronti, viene presentata una ventina di vini tranquilli in bottiglia da 750 ml, nonché alcuni spumanti italiani di buon livello.

"Il vino - dice Pizzutti - è per noi un servizio in più, che offriamo in sintonia con le nostre proposte gastronomiche: abbiamo puntato su vini classici italiani da pasto, non troppo impegnativi, tenendoci in una fascia di prezzo compresa tra le 3.000 e le 7.000 lire".

Si va dal Lambrusco al Chianti, dal Gattornio al Gavi: il mix dell'assortimento non cambia nel corso dell'anno, se non in termini di numero di referenze esposte.

"D'estate - afferma Pizzutti - diamo ovviamente più spazio ai bianchi, anche perché cresce la proposta dei piatti di pesce e siamo in una località di mare. Ma è solo una questione di numero di bottiglie esposte, perché in realtà manteniamo ►28

UN MERCATO MOLTO DIFFICILE SEMPRE SOTTO STRESS

■ Quanto vino beve ogni italiano in un anno? I dati a disposizione non concordano: secondo l'Istat, che però non rileva i dati dell'autoconsumo, nel 1990 il consumo annuo si aggirava intorno ai 57 litri per abitante.

Invece, secondo l'Oiv - l'Office international du vin - nel nostro paese si bevono 70,8 litri a testa, ponendo così l'Italia al secondo posto dopo la Francia, dove il consumo pro capite si attesta intorno ai 73,3 litri. Il mercato del vino è comunque in ribasso in tutti i paesi grandi consumatori, dalla Spagna alla Francia alla Germania.

L'Italia è il maggior produttore di vino a livello mondiale, con 54,9 milioni di hl nel '90, a fronte di 1.169.000 produttori di uva, oltre 916.000 ettari di vigneto, più di 10.000 case vitivinicole (comprese circa 1.000 cantine sociali) e quasi 60.000 imbottigliatori. Come purtroppo inse-

gnano gli scandali del metanolo in Piemonte ed Emilia e del metilisotiocianato in Veneto, un grosso problema per tutto il settore (con forti ripercussioni anche a livello internazionale) è quello della sofisticazione o adulterazione del vino. Gli accertamenti dei Nas e dell'Ispettorato centrale per la prevenzione e la repressione delle frodi agroalimentari del ministero dell'Agricoltura attestano le dimensioni del fenomeno: su 1.115 ispezioni effettuate dai Nas tra gennaio e ottobre 1991, sono state riscontrate 763 infrazioni, con relativo sequestro di 16 milioni di hl.

E proprio ai primi di marzo Giovanni Gorla, ministro dell'Agricoltura del governo uscente, ha lanciato ad Alessandria la proposta di rendere obbligatori i controlli per tutte le partite di vino esportate all'estero, con relativo certificato di analisi e di qualità. (G.A.)

ILLUSTRAZIONE: GIANNI MANFREDINI

