

# L'ECO DELLA STAMPA

AGENZIA DI RITAGLI E INFORMAZIONI  
DA GIORNALI E RIVISTE

Direttore Ignazio Frugiuole

3

**ECOSTAMPA**  
MEDIA MONITOR srl

VIA G. COMPAGNONI 28 - 20129 MILANO

TEL. (02) 76.110.307 r.a.

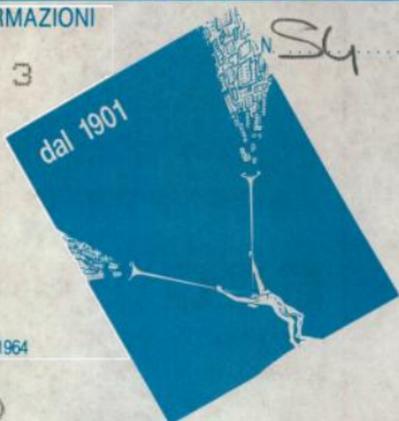
FAX (02) 76.110.346 - 76.111.051

Cas. Post. 12094 - 20120 MILANO

C/C Post. 18150201

**L'ECO DELLA STAMPA**

Reg. Stampa Trib. Milano n. 6660 del 30.9.1964



(settimanale)

06 1527 04T 3365F 3S 45CURT72

L' INFORMATORE AGRARIO  
CASELLA POSTALE 520  
37100 VERONA VR  
n. 22 27-MAG-93

*Al consumo*

## VINO: PREZZO GIUSTO E TRASPARENTE

Lunedì 24 maggio, nell'ambito dell'assemblea annuale del seminario permanente Luigi Veronelli, si è svolto un incontro con Luigi Veronelli, presidente onorario dell'associazione, sul tema «prezzo del vino e legislazione comunitaria».

Dopo una breve introduzione, durante la quale è stato esposto il parere di uno studio legale di Roma in relazione alla possibilità di regolamentare il prezzo del vino, si è aperto il dibattito al quale hanno partecipato i produttori, i ristoratori, gli enotecari e i consumatori presenti. È emersa la necessità di stabilire un prezzo minimo di vendita da parte del produttore, in modo che il suo diretto acquirente possa comunque avere un margine di guadagno.

Maurizio Zanella, titolare di un'azienda agricola in Franciacorta (Brescia), ha evidenziato le difficoltà ed i possibili squilibri che si potranno creare nel momento in cui anche il vino di alta qualità entrerà sul mercato attraverso la grande distribuzione, non appena questa sarà in grado di garantire la tutela della qualità del prodotto con

adeguate strutture di vendita. Il produttore dovrà stabilire un prezzo di vendita del vino, in modo che l'enoteca o il ristorante possano avere un margine di guadagno proporzionale al tipo di vendita esercitata, ma che, comunque, non superi certi limiti, che porterebbero ad un prezzo finale eccessivo per il consumatore, con conseguenze negative sull'espansione del consumo.

Durante il dibattito, Riccardo Illy, presidente del seminario permanente, ha ipotizzato la possibilità da parte del produttore di stabilire un prezzo finale indicativo della bottiglia di vino, che l'acquirente ristorante può indicare sulla lista dei vini, con una maggiorazione giustificata dalla qualità del servizio offerto. Le scelte del consumatore sono, comunque, uno dei principali fattori che determinano l'andamento del mercato.

Una adeguata trasparente e seria informazione è alla base del consumo del prodotto sempre tenuto conto del rapporto prezzo-qualità e dell'equilibrio sul prezzo del rapporto costo-ricavo. □