

Vinitaly boom con opportunità «da valutare»

Zanella (Franciacorta):
«Occasione per incontri
ma le aziende si attendono
un ritorno di business»

Claudio Andrizzi
VERONA

Seconda giornata all'insegna del tutto esaurito nello stand lombardo di Vinitaly: dopo l'esordio positivo di giovedì, la 45ª edizione del Salone internazionale dei vini e distillati di Verona conferma la voglia di ripresa. A sottolinearlo, dopo l'ok corale delle aziende, anche i presidenti dei principali consorzi del territorio. Che in alcuni casi, però, si interrogano anche sui reali obiettivi della manifestazione.

«Ci sono pochi dubbi sul fatto che la rassegna sia sempre migliore e ogni anno faccia un passo avanti in termini qualitativi - dice Maurizio Zanella, presidente del Franciacorta -. D'altro canto è anche vero che si sta caratterizzando sempre più come momento di incontro dedicato alle pubbliche relazioni, piuttosto che occasione commerciale: l'utilità è quindi da monitorare, perché le aspettative di molti sono concentrate soprattutto su opportunità di business, che raramente si riescono a intavolare. L'auspicio è che la "base" costruita dal Franciacorta, presente con 70 aziende, possa essere utile soprattutto ai piccoli produttori che, magari, non hanno una rete commerciale strutturata, potendo sfruttare il traino delle insegne più affermate, come dello stesso Franciacorta». Un marchio consolidato che, dice il presidente, «deve fare ancora molta strada, soprattutto al Centro e al Sud. E questo prima di lanciarsi alla conquista di mercati esteri: non vanno trascurati, ma prima è importante essere una denominazione consolidata a casa nostra».

Vinitaly all'insegna delle novità invece per i due consorzi gardesani. «Recentemente sono state approvate le modifiche al disciplinare, ci consentiranno di presentarci sul mercato con due nuove tipologie, un riserva e un vendemmia tardiva - spiega Francesco Montresor, presidente del Lugana -. Sarà un modo per mostrare un'altra faccia di un territorio che, anche quest'anno, sembra destinato a confermare il trend di crescita soprattutto all'estero: i segnali migliori arrivano da Nord Europa,



Maurizio Zanella (Franciacorta)



Francesco Montresor (Lugana)



Sante Bonomo (Garda Classico)

America e Paesi dell'Est, dove le richieste di Lugana sono in continuo aumento». Il Garda Classico, invece, si gioca questa edizione all'insegna del lancio del Valtenesi, la nuova Doc recentemente approvata e sul mercato dal 2012. «Da qui parte la grande occasione di rilancio per un territorio unico al mondo - spiega il leader, Sante Bonomo -. Le prime avvisaglie sono di grande interesse, grazie a un Vinitaly che sin dall'inizio è affollato da pochi curiosi e tanti operatori qualificati. L'occasione ideale quindi per presentare la nostra scommessa sul futuro: una Doc che punta a dare il giusto e definitivo nome a un vino di grandi tradizioni e valorizzare, con nuova convinzione, un patrimonio come il Gropello: sul nostro territorio - conclude - dà risultati che non hanno eguali nel mondo». ♦

© RIPRODUZIONE RISERVATA

BIRECIA OGGI - sabato 3 aprile -