

Left **Avvenimenti** del 24 agosto 2007. In edicola da oggi

società/consumi

Pinot e non sai cosa bevi

di **Alessandro Ambrosin**

Tre miliardi di bottiglie fermate con documenti falsi dal pm di Pordenone. Si spacciavano per marchi prestigiosi, ma contenevano un bianco qualsiasi. Una truffa che fa girare la testa. Dal Nord.

Altro che la Cina e la Corea. Il primato sul tarocco non ce lo toglie nessuno. Primato meritato, vinto sul campo, compreso quello coltivato a vitigno. Lo dimostra l'indagine avviata dal sostituto procuratore del Tribunale di Pordenone, Anita Sorti.

Con il supporto dell'ICQ, (Ispettorato Centrale per il Controllo della Qualità dei Prodotti Agroalimentari) e del CFS (Corpo Forestale dello Stato) ha, infatti, scoperto una partita di vini contraffatti.

Solita storia, solita tecnica. La stessa in uso per smaltire i rifiuti tossici nocivi come normali esuberanti industriali. Basta cambiare la denominazione sulla bolla di accompagnamento, et voilà: un qualunque vino bianco si trasforma così in pregiato

Pinot Grigio delle Venezie Igt e il Prosecco Igt della Marca Trevigiana, venivano sostituiti con vino comune bianco.

La partita di 24.000 ettolitri di vino, equivalenti a più di 3 milioni di bottiglie era pronto per essere immesso nel mercato, quando per fortuna, sono stati avviati controlli sui corrieri.

Controlli che hanno fatto luce su un raggio operato da diverse aziende vinicole sparse prevalentemente in Emilia Romagna, Veneto, Piemonte, Toscana, Trentino Alto Adige e Friuli Venezia Giulia. I responsabili, tra produttori, mediatori e trasportatori sono stati denunciati a piede libero, ma non finisce qui. Ora si cercano gli artefici del "fiasco" nazionale.

Un'operazione salutata con entusiasmo dal settore, punta di diamante dell'agroalimentare italiano.

Il vitivinicolo può vantarsi infatti di produrre, ogni anno, cinquanta milioni di ettolitri, attestandosi ai primi posti nella classifica mondiale sia per esportazioni (nel 2007 quasi 18 milioni di ettolitri per un fatturato di 3,2 miliardi di euro) che per consumi, intorno ai 46 litri pro capite.

Un giro d'affari complessivo che sfiora 9 miliardi di euro. E' indubbio, che il raggio scoperto, ricade su una piccolissima parte della nostra produzione vinicola, screditando oneste attività vinicole che hanno fatto del loro marchio una garanzia.

Tuttavia qualche dubbio sulle composizioni del vino onnipresente sulle nostre tavole e sul

rapporto qualità prezzo sorge spontanea.

Negli ultimi 20 anni si è incrementata la produzione di vini di qualità: D.o.c. e D.o.c.g., denominazione di origine controllata e garantita, ovvero i Vqprd, vini di qualità prodotti in regione determinata, I.g.t., Indicazione Geografica Tipica.

Sigle che dovrebbero orientare e garantire il consumatore. Abbiamo incontrato Stefano Graziani, presidente di Med.&a., Associazione nazionale mediatori e agenti vini all'ingrosso, nata in seno all'Unione Italiana Vini, la più antica organizzazione di categoria dei produttori e commercianti vinicoli.

Sono sufficienti gli attuali organi di controllo?

Le repressioni frodi sul territorio italiano sono molto efficienti e i controlli sono rigidissimi, sia a livello istituzionale che di aggregazioni fra i vari organi di competenza istituiti dal Ministero dell'Agricoltura.

Ogni documentazione prodotta dalla compravendita del vino è assicurata dalla supervisione da parte dell'ufficio repressioni frodi. E' evidente che questo iter garantisce una visione completa sulla circolazione vinicola. Acquirenti e venditori, infatti, sono obbligati ad informare quest'organo di controllo tempestivamente.

La puntualità, con la quale è stata portata alla luce questa truffa è stata immediata. Uscire dalle maglie del controllo dell'anti frode non è semplice come si possa pensare.

Proprio a fronte di ciò, possiamo tranquillamente affermare che questo episodio resta un caso isolato.

Perchè sono stati scelti proprio i marchi Pinot Grigio e Prosecco per la truffa?

Sono vini altamente richiesti, specialmente nel mercato internazionale. Stati Uniti e Germania ne sono i maggiori acquirenti. Pinot Grigio e Prosecco, proprio per la loro qualità organolettica, rappresentano il fiore all'occhiello delle nostre esportazioni. Sono diventati una sorta di griffe, che attraverso un buon marketing, ha portato questi vini ad un primato di vendite senza eguali.

Quali componenti influenzano il prezzo?

Non dobbiamo mai dimenticare che il vino è un prodotto della terra e che si produce partendo dall'uva. Sembra banale e scontato, ma in realtà pochi sanno riconoscere che il costo finale di una bottiglia è la sommatoria di diversi fattori: i metodi di gestione del vigneto, i criteri di coltivazione e lavorazione della materia prima, l'utilizzo di manodopera laddove la meccanizzazione non è possibile, cosa che è tipica dei 4/5 del vigneto Italia. Quindi, a seguire, la tecnologia di cantina, i macchinari per l'elaborazione e i recipienti di conservazione (botti e barrique, vasi in acciaio e in cemento ecc., che incidono non solo per il costo vivo, ma anche come fattore "tempo" di conservazione). Tutti questi sono elementi primari che vanno a incidere sulle qualità organolettiche del vino e quindi sul costo finale del prodotto, sul quale poi gravano un'altra serie di costi indiretti, come quelli legati per esempio all'energia, troppo spesso sottovalutati in un Paese come il nostro dove la bolletta è tra le più salate d'Europa. Tuttavia, il vino, pur essendo frutto della terra, è un prodotto sui generis, ben diverso da un pomodoro o da un melone, nel quale convivono tutta una serie di connotati che i tecnici chiamano "immateriali": il territorio, la tradizione, la storia, il marchio aziendale, il carisma del produttore o della famiglia ecc. Qui, entra in gioco l'abilità del marketing e della pubblicità, che quando ben giocati sono assi nella manica dei produttori, in quanto servono a dare valore aggiunto al prodotto.

E aumentare il prezzo. Magari di un vino e non di un altro prodotto con la stessa uva?

Può capitare che due vini prodotti dalle stesse uve, dallo stesso territorio, con costi identici di produzione e con qualità organolettiche assimilabili possano avere anche differenze notevoli nel prezzo.

Può essere dovuto al fatto che uno è prodotto con un marchio aziendale conosciuto e affermato rispetto all'altro che deve ancora farsi un nome tra i consumatori.

E' una semplice logica di mercato, a cui il vino non può sottrarsi: il produttore deve sapere fino a che punto può spingere con l'"immaterialità" del suo vino, e siccome è il mercato che fa il prezzo, se esagera ne paga direttamente le conseguenze.

Il Pinot Grigio di cui parlavamo prima, uno dei vini portabandiera dell'export tricolore, ad esempio, oscilla tra i 3 euro a ettogrado fino a 15 ma ciò non significa che il meno costoso sia anche qualitativamente inferiore.

Soddisfatto del trend di vendite?

Certo. Rispetto a vent'anni fa, grazie all'impegno fattivo di tante realtà produttive deteniamo un primato mondiale ragguardevole.

Nonostante ciò, ogni anno in Italia si produce anche vino che difficilmente trova collocazione sui mercati, restando in giacenza presso i produttori e il commercio. Questo è un problema comune a tutti i grandi Paesi produttori, Spagna, Francia in primis.

L'auspicio è che la riforma dell'Organizzazione comune di mercato appena annunciata dalla Commissione europea possa contribuire a dare nuova linfa ad un settore strategico per l'economia nazionale. Sono stati stanziati 120 milioni di euro l'anno per combattere la concorrenza sudamericana. Non male.

Left, 24 agosto 2007