

# La scommessa del Piemonte sui vitigni autoctoni

## Il caso

### Filomena Greco

Una storia ricca di grandi vitigni autoctoni, a cominciare dal Barolo, e qualche successo più recente come l'Alta Langha. Il Piemonte pesa circa il 5,5% della produzione vitivinicola italiana, due milioni e mezzo di ettolitri, ma ha conquistato una fetta più significativa delle esportazioni di vini italiani, pari a circa il 18%, per un valore di un miliardo.

In un anno "nero" come il 2020 i consumi non sono calati ma si sono trasformati, con una sofferenza per il canale Ho.re.ca e una crescita di grande distribuzione e le vendite online. «I numeri – racconta Matteo Ascheri, presidente di Piemonteland, che riunisce i principali consorzi di produttori e da qualche settimana riletto alla presidenza del Consorzio di Tutela Barolo Barbaresco Alba Langhe e Dogliani – sono stati positivi perché in aggregato abbiamo registrato un 2,6% in più di vendite ma abbiamo perso un po' di valore perché i canali nei quali si sono concentrati gli acquisti sono più competitivi. I vini del Piemonte hanno una storia da raccontare e danno il meglio di sé proprio nel canale legato alla ristorazione, che l'anno scorso ha sofferto di più, e sui mercati esteri».

La ricchezza del settore sta nella sua tradizione. «Si pensi ad esempio al fenomeno dei Vermouth o i

**Ascheri (consorzi di produttori): oggi la sfida è fare un prodotto unico e diverso dagli altri**

vini spumante a base di Nebbiolo, la cui prima produzione era spumantizzato, mentre al Barolo, vino che si produce da una fase di invecchiamento di quattro anni in botti

di legno, si arriva alla metà dell'Ottocento. Proprio la rinascita dei Vermouth e la spumantizzazione rappresentano due delle più interessanti "nuove" tendenze nel settore». Corsi e ricorsi storici, dunque, senza essere flessibili perché in fatto di vino non si improvvisa nulla su due piedi.

Per Ascheri il modello di sviluppo dei vini piemontesi deve rimanere quello basato sulla qualità e non sui grandi numeri. «La sfida è mantenere un modello sostenibile dal punto di vista ambientale, sociale e di mercato, che possa valorizzare il prezzo per vendere meglio». La forza del Piemonte sono i vitigni autoctoni. Alcuni famosi come Nebbiolo, Barbera, lo stesso Dolcetto, Moscato, Cortese, Arneis, altri come il Grignolino o la Freisa su cui si potrebbe fare un lavoro di valorizzazione. «Abbiamo il vantaggio di avere questa grande ricchezza e la scommessa sul mercato oggi non è tanto fare vini di qualità, perché la qualità oggi si produce in tutto il mondo, quanto fare un prodotto riconoscibile, unico e diverso dagli altri. Questa la vera sfida. Penso ad esempio ad un prodotto come il Timorasso, un bianco riscoperto di recente che sta avendo grande successo». La ricetta dunque non è quella di moltiplicare le Docg – il Piemonte ha 18 Docg e 41 Doc – quanto promuovere in maniera coordinata alcune Denominazioni. Tre quelle su cui scommettere secondo Ascheri: Langhe, Monferrato e Piemonte. «Si tratta di tre realtà interessanti – aggiunge Ascheri – che possono diventare contenitori per promuovere diversi vitigni compreso il Dolcetto che è il vino maggiormente consumato in Piemonte e che potrebbe fare un ulteriore salto di qualità».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

