

**Matteo Ascheri**, presidente del consorzio: bene pure il Barbaresco. L'azienda familiare vince

# Sua maestà Barolo alla riscossa

## 15,8 mln di bottiglie sul mercato nel 2021. Lo sfuso a 9 €/l.

DI EMANUELE SCARCI

**U**n 2021 da ricordare per **Barolo, Barbaresco** e vini di **Langa**. Anche meglio del 2020, chiuso in crescita nonostante la pandemia. Per **Matteo Ascheri**, presidente del consorzio, è una conferma: «Il nostro modello di azienda familiare produce vini unici che stimolano la domanda anche nei momenti difficili», dice a *ItaliaOggi*.  
Ma passiamo ai numeri: nel 2021 sono state immesse sul

mercato 15,8 mln di bottiglie di Barolo Docg, +22% sul 2020 e +26% sul 2019; il Barbaresco Docg con 4,6 mln di bottiglie è cresciuto del 17% sul 2020 e del 7,7% sul 2019. Un colpo d'acceleratore che, secondo i produttori, ha svuotato le cantine e spinto ai massimi il prezzo dello sfuso. Secondo la Cdc di Cuneo, le quotazioni del Barolo 2018 oscillano tra 7,80 e 7,97 euro al litro (iva esclusa) mentre quelle del Barbaresco 2018 tra 4,77 e 4,90. Da gennaio sono arrivate sul mercato le annate del Barolo 2018 e del Barbaresco 2019.

«Questi risultati», aggiunge **Ascheri**, «sono un premio anche alla tipologia di prodotto: siamo aziende familiari, monovitigno e nel tempo abbiamo lavorato per esaltare questa unicità. Al momento le nostre cantine sono vuote e questa è la conferma che il nostro modello è vincente».

**Domanda. Due anni fa però con i prezzi in picchiata il modello Barolo era in difficoltà e il morale basso.**

**Risposta.** Oggi lo sfuso è a 9 euro/litro, due anni fa a 5,50. Ha sempre avuto questo andamento oscillatorio. Il nostro obiettivo è quello di uscire da questo andamento ciclico per farlo diventare tendenziale, proteso verso l'alto.

**D. E' l'obiettivo di molti. Ma come si raggiunge?**

**R.** Il problema del vino sfuso è che le aziende imbottigliatrici acquistano la materia prima al prezzo più basso per poi rivendere con il massimo guadagno. A loro non interessa valorizzare il marchio, ma nessuno ne fa una colpa. Le aziende agricole devo-

no invece provvedere anche alla valorizzazione e, dato che sono spesso a economia familiare, quando le condizioni di mercato non sono favorevoli vendono più vino sfuso agli imbottigliatori. L'obiettivo è far sì che le aziende agricole provvedano a immettere il prodotto sul mercato in bottiglia col proprio marchio. Si tratta di stimolare la domanda per graduare l'offerta.

**D. Il Mipaaf segnala che avete in giacenze 520 mila ettolitri di Barolo (-4% sul 2020), pari a 69 milioni di bottiglie. Poco più di 4 annate.**

**R.** I dati corrispondono, abbiamo 4 anni di invecchiamento obbligatorio. Comunque Barolo, Barbera e Langhe sono finiti. Stiamo imbottigliando l'annata 2021.

**D. In gennaio i vini toscani sono al tracollo, in Pie-**

**monte che succede?**

**R.** Da metà dicembre la ristorazione in Italia ha subito gli effetti della quarta ondata pandemica con restrizioni che hanno creato incertezza sul mercato. Questo spiega il taglio degli ordini della ristorazione, ma adesso la situazione va normalizzandosi ed è plausibile che tornino anche gli ordini.

**D. Cosa pensa dell'arrivo di Illy nelle Langhe con l'acquisizione di Manzone (vedi ItaliaOggi del 19 gennaio)?**

**R.** Fa parte del gioco e **Riccardo Illy** è un imprenditore di alto profilo. Fa piacere che gli investitori portino capitali. Tuttavia spero che queste acquisizioni non continuino: si rischia di perdere il legame tra persone, famiglie e aziende che è quello che rende il prodotto unico e irripetibile.

© Riproduzione riservata



Matteo Ascheri

