

FONDAZIONE EDMUND MACH



ISTITUTO AGRARIO
DI SAN MICHELE ALL'ADIGE



Vino Trentino, Identità e Crisi Globale

Atti della Tavola rotonda

12 giugno 2009

San Michele all'Adige - Trento

Aula Magna, Fondazione Edmund Mach



UDIAS grazie alle costanti informazioni dei suoi tecnici, sensori primari sparsi nel mondo della vitienologia, dispone di una visione di insieme del settore tra le più nitide ed aderenti.

Seguitando una sua tradizione trentennale ha voluto un momento d'incontro, fotografando l'attuale situazione del settore vino, indagando il presente per guardare al futuro e smuovendo non poco le acque del comparto, apparentemente calme, ma dalla prospettiva tutt'altro che incoraggiante. Cos'altro potevano fare per aiutare la loro terra gli Uomini di Mach, da sempre il più nobile dei "prodotti" della scuola di San Michele?



Ecco emergere un quadro nitido nella sua cruda realtà!

Con l'esportazione in difficoltà sia per la quantità quanto per i prezzi in forte ribasso viene a mancare il carburante che ha sostenuto il sistema negli anni 90-2005. E' crisi anche per il vino trentino nella più generale crisi mondiale ed è impensabile che tutto ritorni come prima.

E', pertanto, inderogabile la necessità di nuova progettualità per il sistema.

Un giusto equilibrio tra opportunità commerciali ed una maggiormente netta trentinità da mettere in bottiglia. Identità, territorio, verità, etica!

Per smorzare e superare le tante difficoltà che incombono ciascuno ha una propria visione e prospetta personali terapie. Sicuramente una regia su tutto il territorio provinciale risulterebbe vantaggiosa. Gli ex allievi oltre gli indirizzi riportati in questo documento vedono, tra le altre, un'opportunità nell' accrescere, rafforzando il peso ed il ruolo della spumantistica trentina.

Inimitabile, territorialmente vincolata, difficilmente replicabile. È risultato della natura stessa che s'impone con i suoi connotati di montagna. Le strutture sono già esistenti, robuste nella potenzialità, ora solo parzialmente sfruttate.

I viticoltori sono specialisti nella produzione di Chardonnay impareggiabili. A questi "giardinieri" che vestono di viti i fianchi delle valli e quasi totalmente operano con i parametri della DOC (rese, viticoltura, protocolli, salubrità, raccolta manuale) deve essere riservato grande rispetto. Più in particolare i vini devono arrivare al consumatore con la veste della DOC e non nei panni ambigui e dimessi di IGT di comodo (delle Venezie).

La cooperazione, attraverso le cantine di primo grado, organizzati i servizi ai piccoli viticoltori, razionalizzando le operazioni meccaniche in campagna, rimossi, ove possibile, i confini fisici tra le innumerevoli tessere del mosaico viticolo. Innumerevoli i vantaggi: per la salute, per il territorio. Soprattutto i costi produttivi dell'uva ne beneficeranno.

Non di accompagnamento, ma d'indirizzo, dovrà risultare il ruolo dell'Assessorato all'Agricoltura. Alla Provincia la funzione di tutore della tradizione e della Trentinità enoica.

Il comparto del vino organizzato e strutturato ai parametri degli anni della vacche grasse torni con i piedi per terra.

Basterà ripescare i progetti del passato per compiere un balzo in avanti e superare questo difficile momento. Come la storia ed i trascorsi enoici del Trentino insegnano.

Flavio Salvetti
past president UDIAS

Intervento apertura di Angelo Rossi

Buongiorno e benvenuti!

Mi presento per coloro che non mi conoscessero. Sono Angelo Rossi, presidente dell'Unione dei Diplomatici dell'Istituto di S. Michele. Un'organizzazione che ha per scopo quello di essere cinghia di trasmissione fra questo Istituto che ha forgiato gli allievi nella formazione culturale e professionale e il mondo del lavoro; un legame importante che non tutte le Scuole possono vantare e che noi abbiamo il piacere e l'onore di interpretare dal secondo dopoguerra a questa parte.

Vedo in sala parecchi colleghi ed ex allievi che hanno i capelli ancora più bianchi dei miei e questa è la testimonianza più concreta del legame che c'è fra operatori impegnati nel mondo agricolo trentino e nazionale con una discendenza di figli che seguono le orme dei padri: un fatto ci rende anche orgogliosi.

Alcuni di costoro, stamattina, testimonieranno della situazione vitivinicola trentina e delle sue prospettive. Vedete proiettato un titolo che mutua quello utilizzato dal recente Festival dell'economia di Trento. Esso parlava appunto di "Identità e crisi globale".

Noi abbiamo voluto solamente aggiungere il concetto del "vino trentino" cercando di riconoscerci in una situazione, quella contingente, che riguarda tutta l'economia mondiale ma che nello specifico può benissimo riguardare anche il mondo del vino trentino.

C'è questa parola "Identità" che vorrei sottolineare brevemente perché trasforma la materia che è il vino trentino in qualcosa di più personale; infatti, l'identità si ascrive all'individuo, alla persona, all'uomo, ai suoi sentimenti, alla sua etica e alla sua morale. Probabilmente, sono proprio questi i concetti che stanno alla base della situazione contingente, avendoli un po' persi di vista. Etica e morale alla base anche di quella crisi globale che scontiamo tutti ancora adesso.

Per fare il punto della realtà produttiva di un settore, una volta si parlava di "situazione e prospettiva": oggi, in maniera molto più piena, appunto di "identità e situazione critica globale".

Detto questo, approfitto con questo mio brevissimo intervento introduttivo alla Tavola rotonda per ringraziare sinceramente la Fondazione Edmund Mach nella persona del presidente Giovanni Gius che a noi di Udias è sempre stato molto vicino; un presidente che forse è al termine di un lungo mandato, ma che non abbiamo nessunissima fretta di lasciar scappare, perché ha guidato questi anni, in maniera molto abile e molto concreta, una struttura di 1300 persone, metà delle quali sono da qualche giorno più o meno in vacanza e sono gli studenti, con l'altra metà ancora qui ad operare, ricercare e studiare. Probabilmente sarà lui, nel breve indirizzo di saluto al quale ho il piacere di invitarlo, a dirci cosa rappresenta questo Istituto, mentre il resto lo trovate nella cartella stampa che sempre l'Istituto ci ha messo a disposizione con documentazione attuale.

Approfitto per salutare anche alla destra del presidente Gius il dottor Fabrizio Dagostin, dirigente dell'Assessorato provinciale dell'agricoltura che ci porterà oltre al suo, anche il saluto dell'Assessore all'agricoltura e al turismo Tiziano Mellarini, impegnato questa mattina in Giunta provinciale.

Successivamente presenterò i relatori dell'incontro, prima dei rispettivi interventi. Grazie ancora per la vostra presenza ed attenzione, mentre cederei la parola volentieri al presidente Giovanni Gius.

Intervento di Giovanni Gius, presidente FEM, dd. 12.06.09 alla Tavola rotonda UDIAS su:

“Vino Trentino, Identità e Crisi globale”

Buongiorno ed un cordiale benvenuto a tutti voi a San Michele per questa tavola rotonda promossa dall'UDIAS. Lo scopo dell'incontro, come stato illustrato dal presidente Rossi, è quello di aprire un dibattito ed un confronto su argomenti che sono di attualità e di importanza per il comparto viti-enologico provinciale.

La riunione di oggi però assume per me anche un significato particolare perché, essendo ormai prossima la scadenza del mio mandato, sarà probabilmente una delle ultime occasioni di incontro con tante persone che ho conosciuto nei non pochi anni di attività al servizio dell'agricoltura provinciale, persone con le quali si sono instaurati nel tempo rapporti di stima e cordialità reciproci. A loro un mio saluto particolare.

Ho accolto con piacere, e con entusiasmo, la proposta dell'UDIAS di realizzare una tavola rotonda sulle problematiche che attualmente interessano il comparto viti-enologico trentino, problematiche che, come tutti abbiamo avuto modo di osservare, si inseriscono in un più vasto contesto di crisi dell'economia a livello nazionale ed internazionale, crisi che sta interessando tutti i settori compreso anche quello agricolo. Il superamento di questo momento difficile sembra non essere immediato e proprio per questo è opportuno interrogarsi e confrontarsi.

Io non mi addenterò nelle tematiche in discussione perché ci sono fra di voi operatori del settore ed esperti che autorevolmente sapranno esporre ed illustrare i vari scenari che attualmente interessano gli argomenti all'ordine del giorno, ma dal momento che mi trovo al cospetto dell'UDIAS, di coloro che anche prima di me sono stati a S. Michele e hanno trascorso alcuni anni della loro gioventù sui banchi di scuola e quindi sono particolarmente legati a questa Istituzione, ne approfitterò per dare alcune informazioni su com'è adesso l'Istituto Agrario, divenuto da poco Fondazione Mach. Desidero in particolare parlarvi della situazione attuale e delle prospettive del Centro di Istruzione e Formazione di San Michele.

Quando voi avete frequentato questa Scuola, che già allora aveva un nome ed un riconoscimento che superava i confini provinciali, eravate inseriti in un'istituzione che, seppur quotata, poteva contare su numeri completamente diversi da quelli di oggi, più contenuti e più facilmente controllabili. Il presidente dell'UDIAS Rossi ne ha fatto un accenno: oggi noi abbiamo 660 studenti che, nei tre comparti dell'Istruzione tecnica, Istruzione professionale e Formazione professionale frequentano S. Michele e ad essi dobbiamo aggiungere un contingente di circa 100-120 ragazzi che seguono il Corso di Laurea triennale in viticoltura ed enologia, per il conseguimento del titolo di Enologo.

Diciamo quindi che S. Michele, grazie all'apporto di oltre 80 insegnanti, più numerosi ricercatori e tecnici per la formazione universitaria, oggi riesce a fornire un'offerta formativa di filiera che va, dopo la licenza media, dalle nozioni di base fino alla laurea, attraverso un percorso articolato e completo, in sintonia con quella che è la tradizione di quest'Istituto.

Sicuramente voi, che siete “discendenti di Edmund Mach”, ricorderete che la Dieta tirolese 135 anni or sono (nel 1874) diede vita a questo Istituto con lo scopo di risollevarle le sorti dell’agricoltura del Tirolo meridionale, e in particolare quelle del comparto viticolo. Da allora fino ad oggi, ma io credo lo sarà anche in futuro, la viticoltura e l’enologia è stato il comparto che maggiormente ha focalizzato l’attenzione di insegnanti e ricercatori.

Fra i reparti in cui si svolge la nostra attività ho accennato a quello dell’Istruzione e della Formazione, ma non posso non ricordare la Ricerca, un comparto dove l’Istituto ha operato con impegno e soddisfazione raggiungendo prestigiosi traguardi, uno per tutti : la decodificazione del genoma della vite. Una innovazione alla quale si sta ancora molto lavorando per cercare di utilizzare, con ricadute pratiche, le conoscenze che il sequenziamento del DNA della vite, ovvero il sapere dove sono posizionati i geni sui cromosomi, ci mette a disposizione. Gli obiettivi sono quelli, nel medio e lungo periodo, di cercare di dare risposta a qualcuno dei problemi che da tempo interessano il comparto viticolo provinciale, quali - solo a titolo esemplificativo - una maggior resistenza alle più comuni malattie della vite, il miglioramento della qualità delle produzioni, l’individuazione di cloni o vitigni che meglio si adattino ai diversi microclimi che caratterizzano gli ambiti territoriali della nostra provincia.

Una filiera, quindi, che interessa la Formazione e la Ricerca per confluire poi nella Divulgazione e nella Consulenza, prestata a tutti i viticoltori, siano essi vignaioli o soci delle cantine sociali.

Tornando alla Scuola, mi preme portare alla vostra attenzione un cambiamento cui probabilmente dovremmo andare incontro. Come sicuramente vi è noto, avendo voi frequentato questa scuola, San Michele poteva, e può fino ad oggi, contare, nell’ambito dell’ Istituto Tecnico, su di un percorso formativo della durata di sei anni che porta all’esame di stato ed al rilascio del titolo di Enotecnico. Con la riforma degli Istituti Secondari proposta a livello nazionale sembra che, a partire dall’anno scolastico 2010, i Corsi sessennali vengano aboliti per uniformare tutte le Scuole secondarie su una durata di 5 anni. Se così sarà, ed io penso che proprio lo sarà, si potrebbe perdere una forma di istruzione che, assieme a poche altre scuole italiane, è stata una carta vincente per la formazione di tanti giovani che successivamente hanno trovato agevole inserimento nel mondo del lavoro sia in ambito nazionale che internazionale. Infatti mi preme ricordare che molti vostri colleghi operano non solo in Italia ma anche all’Estero, dal Cile alla California, dall’Australia al Sud Africa.

Credo che questo possa rappresentare un grosso pericolo non tanto per l’immagine di S. Michele, ma piuttosto per la formazione e la professionalità dei ragazzi che un domani lasceranno questo Istituto. Stiamo cercando di correre ai rimedi e di ovviare, per quanto è nelle nostre possibilità, a questa evenienza ed a tal fine abbiamo già preso i necessari contatti con la Provincia per vedere se, nel rispetto del quadro nazionale, riusciamo a recuperare la specificità del sesto anno.

Infatti, nel rispetto della normativa statale, nulla esclude che dopo il quinto anno, per chi lo vuole, si possa proporre ed attuare un sesto anno di “specializzazione professionalizzante”; un anno in più che venga riconosciuto ufficialmente dalla Provincia autonoma di Trento, che ha competenza primaria nel comparto

dell'Istruzione e della Formazione, e che possa portare anche al rilascio di un Diploma. Un anno che preveda, oltre agli approfondimenti teorici in aula, anche numerosi tirocini pratici, stage, soggiorni presso aziende vitienologiche trentine e italiane, ma con puntate anche all'Estero perché è opportuno che i nostri ragazzi conoscano anche ciò che avviene al di fuori dei confini nazionali..

Sarà un diploma, come ho accennato, riconosciuto dalla Provincia Autonoma di Trento, che per il momento non avrà valore legale a livello nazionale. Credo però che, per chi si inserisce nel mondo del lavoro, siano importanti oltre al bagaglio di conoscenze acquisite, certificate da un titolo di studio, anche l'esperienze maturate, seppur in tempi brevi, sul campo. Ed in questo San Michele è un'istituzione primaria a livello nazionale : i fatti lo dimostrano. Non possiamo assolutamente perdere un bagaglio di storia e di esperienze che hanno portato il nome dell'Istituto nel mondo intero

In definitiva, queste sono le problematiche che si prospettano e le relative ipotesi di soluzione. Desideravo esporle proprio a voi in quest'incontro, perché la maggior parte di voi ha studiato in quest'Istituto e quindi conosce sia qual è la fatica e l'impegno che vengono richiesti, ma anche quali sono poi le opportunità che la formazione conseguita può offrire.

Auguro a tutti una proficua mattinata, un approfondimento delle tematiche all'ordine del giorno ed un sereno dibattito. Un plauso ancora all'UDIAS, e per essa al suo presidente Angelo Rossi, per aver voluto questa momento qualificato di confronto ed un augurio a tutti voi, per il lavoro che quotidianamente svolgete nelle vostre aziende e con il quale contribuite a mantenere alto il nome del Trentino in Italia e all'Estero.

Grazie per l'attenzione.

dott. Giovanni Gius

Intervento di Fabrizio Dagostin alla Tavola rotonda Udias dd. 12.06.09 a San Michele

Buongiorno a tutti.

Sono qui appunto per portare il saluto dell'Assessore Tiziano Mellarini che stamane è impegnato in Giunta Provinciale e quindi è stato impossibilitato a partecipare e anche del dottor Mauro Fezzi, dirigente generale che assieme ai suoi colleghi deve partecipare alla Giunta del venerdì con le misure del cosiddetto "pacchetto anticrisi".

Vorrei anch'io fare un saluto al dottor Gius perché è stato mio dirigente generale all'Assessorato e nel '95 fu anche una sua scelta che mi occupassi appunto del campo viticolo come direttore dell'Ufficio tutela e quindi lo volevo anche ringraziare per la fiducia che allora mi aveva accordato. Io ho seguito appunto il campo viticolo negli ultimi 14-15 anni e devo dire che, sicuramente rispetto a quella che poteva essere la situazione di 15 anni fa, al di là di quelle che possono essere le crisi globali che ormai ci coinvolgono tutti direttamente, credo che il percorso che ha fatto il comparto vitivinicolo trentino sia stato un percorso importante pur con le contraddizioni e le problematiche che tutti noi conosciamo, che nessuno nasconde e delle quali negli ultimi 20 anni si è continuato a parlare.

Credo però che dal punto di vista degli elementi dei quali l'Assessorato doveva occuparsi e quindi dell'indirizzo - diciamo delle varietà coltivate nel territorio provinciale, dell'assetto delle denominazioni d'origine e delle indicazioni geografiche tipiche quando nel '96-'97 si dovette dare attuazione alle norme nazionali - credo che dal quel punto di vista, il comparto si è dato un assetto che tutto sommato già da diversi anni è piuttosto stabile.

Direi che il ruolo dell'Assessorato in questi anni, più che essere di indirizzo o di imposizione di scelte come poteva essere negli anni '60, oggi non può più essere quello. E ciò soprattutto perché i comparti principali dell'agricoltura trentina, il comparto ortofrutticolo e il comparto zootecnico lattiero - caseario e appunto il comparto vitivinicolo, ormai sono così altamente specializzati per cui è impensabile che il ruolo dell'Assessorato sia quello di imporre delle scelte; il ruolo dell'Assessorato deve essere quello di accompagnare il comparto, di stargli vicino, di cercare ove possibile di intervenire per quello che è il ruolo dell'autonomia e quindi di andare a semplificare norme comunitarie o nazionali; mi viene in mente l'azione che avevamo fatto qualche anno fa sulla semplificazione delle dichiarazioni di raccolta delle uve o cercare di sostenere i reparti dal punto di vista delle sovvenzioni.

Abbiamo un Piano di ristrutturazione viticola attivo ormai dal 2001, finanziato completamente con fondi comunitari che sicuramente ha dato degli aiuti concreti per quanto riguarda il rinnovo degli impianti; abbiamo un Piano di sviluppo rurale che adesso è nel suo secondo settennio di programmazione (2006 - 2013) che prevede interventi a favore delle aziende per le dotazioni che un'azienda si deve dare; da non

dimenticare nemmeno gli interventi consistenti nel campo delle infrastrutture come la viabilità agricola e del rinnovo degli impianti di irrigazione.

Credo che oggi il nostro compito, avendo avuto l'incarico di essere qui presente, sia sicuramente quello di ascoltare soprattutto gli interventi che verranno fatti, le varie posizioni, per prenderne nota e cercare di sintetizzare ed eventualmente di andare a modificare alcune delle nostre linee di politica agricola.

Pertanto vi auguro una buona giornata e una buona mattinata di lavoro.

Grazie.

“Vino Trentino, Identità e Crisi Globale”

E' dal 2001 che non si focalizzano a livello provinciale la realtà e le prospettive del settore vitivinicolo trentino. Dopo il Convegno, anche allora voluto dal Governatore Dellai come quello annunciato per il prossimo autunno, UDIAS ebbe a scrivere in un suo documento del marzo 2002 su “Agricoltura trentina e territorio”, laddove si sofferma su “Scenari, uomini, mercati e prospettive” del nostro comparto viticolo – enologico, che questo appariva “estremamente evoluto”. I successi economici degli ultimi anni (si diceva già allora), risultato non solo di favorevoli e contingenti situazioni di mercato, ma anche e soprattutto dell'intelligenza previdente dell'antecedente generazione e di robusti aiuti pubblici, hanno dato sconsiderato torpore alle coscienze. Il “focus” introduttivo di questo studio concludeva così: “E' necessario, nel rispetto di legittime scelte della cooperazione quanto dell'imprenditoria privata, incanalare le apparentemente contraddittorie interpretazioni in un'unica visione di prospettiva, tutelando superiori valori appartenenti all'intera collettività provinciale. Il sistema è condannato a crescere in eterno”.

Oggi, a metà del 2009, riproponiamo un dibattito in forma di Tavola rotonda fra alcuni Diplomatici di questo Istituto che si sono resi disponibili ad affrontare il tema della situazione e delle prospettive del settore vitivinicolo trentino cui seguirà un dibattito fra tutti voi e delle conclusioni che potranno tornare utili per gli appuntamenti autunnali. Come Udias, ci siamo permessi di mutuare il titolo del recente Festival dell'economia di Trento aggiungendovi solo il riferimento al Vino Trentino. Il resto ci pare di stridente attualità.

La situazione registra, infatti, una remuneratività calante e gli scenari futuri appaiono critici. E' necessario aprire un dibattito per analizzare il presente, ridefinire gli obiettivi, individuare la giusta strategia per progettare azioni ed atteggiamenti idonei al superamento della crisi ed al consolidamento dell'intero sistema.

Nel mentre in Trentino si è consumato un decennio positivo sotto l'aspetto della remuneratività, grazie essenzialmente alla *performance* americana del Pinot grigio, ci si deve domandare se non si è sacrificato un più risoluto impegno per una politica di territorio, rischiando di perdere l'identità e l'orgoglio di essere produttori di vino trentino.

Siamo fra addetti al settore, in un contesto perciò favorevole ad affrontare le tematiche sì, nella loro cruda realtà, ma anche con spirito costruttivo perché a tutti noi sta a cuore un settore che è costituito da migliaia di famiglie di vitivinicoltori che in

questi anni hanno profuso il meglio della loro professionalità e che giustamente attendono risposte alle loro ansie e preoccupazioni per il futuro.

Un futuro di cui siamo “fabbricanti” noi e che non possiamo demandare ad altri nemmeno per le implicazioni cui ci costringono la globalizzazione dei mercati o le disposizioni comunitarie in arrivo e che tanto stanno preoccupando gli addetti al settore.

Il Trentino vitivinicolo ebbe a scegliere la via della Qualità per le sue produzioni fin dagli anni '60 dopo il riordino conseguente ai disastri della guerra. La politica delle DOC ne rappresenta solo l'aspetto più eclatante.

Negli ultimi lustri, con tempestività e coraggio si sono affrontati i mercati internazionali che hanno completato l'orientamento al marketing di tutta la filiera: un pregevole lavoro in campagna, l'adeguamento delle strutture di trasformazione, il consolidamento della commercializzazione (che è stato per anni il tallone d'Achille del sistema), ma anche progressi a monte, nella ricerca e sperimentazione e a valle nei servizi al consumatore.

Ciononostante ci troviamo in difficoltà, sia per le contingenti situazioni di mercato, ma a ben guardare, anche per scelte strutturali e strategiche che non possiamo più rinviare.

E' quanto ci apprestiamo ora a verificare per bocca dei relatori cui cedo subito la parola, nella fiducia che il dialogo che vorremmo attivare, risulti ancora una volta risolutivo per una programmazione dibattuta sì, ma alla fine condivisa.

3. Il punto di vista di Roberto Giacomoni

È difficile entrare nel merito della complessa situazione in corso senza soluzioni vere da proporre - situazione che comunque in parte ci arriva da scelte ed accadimenti degli ultimi anni e pure è figlia della crisi globale che ci ha coinvolto.

Non penso, infatti, che le singole aziende siano in grado di poter dire: domani dobbiamo fare questo e questo per superare la crisi, anche perché la crisi si sta evolvendo giorno per giorno colpendole inoltre in modo diverso. Quello che però vorrei sottolineare comunque, è una verità incontestabile per quanto concerne il mondo del vino.

Fin da gennaio/febbraio dell'anno scorso (2008) si erano viste delle nubi addensarsi sui mercati, nubi dalle quali noi pensavamo almeno in parte di esserne usciti superando una "svalutazione di fatto", cioè il non allineamento tra dollaro ed euro. Ciò aveva creato problemi, ma poi fu assorbito dalle aziende con la ridefinizione degli atteggiamenti possibili nei modelli, nelle varietà, nelle quantità e nelle qualità, in modo da poter rimanere sul mercato americano in maniera soddisfacente anche nei valori.

Per il mondo del vino, la situazione si rifece drammatica verso fine febbraio/marzo con il dollaro arrivato ad 1,6 sull'euro, fatto questo che ci ha posto fuori mercato per un aumento di prezzi al consumo pari ad un 30% da subito.

La situazione creatasi portava con sé l'impossibilità per le aziende di poter continuare nello sforzo di penetrazione per garantirsi i necessari ritorni economici ed un declino delle nostre possibilità commerciali. Se consideriamo inoltre il necessario e significativo investimento su quei mercati anche solo per rimanerci, il ritorno economico si è ridotto in maniera rapida ed inesorabile.

In un secondo tempo poi, a questa situazione negativa, si è aggiunta la crisi nata alla fine 2008/inizio 2009 in tutto il Nord Europa e soprattutto in Inghilterra e Scandinavia, dove la svalutazione delle Corone e della Sterlina ha reso problematico ogni implemento e ogni incremento, rendendo più difficile anche lo stesso recupero degli investimenti effettuati su quei mercati.

Ciò significa che in un anno il mercato ha perso circa il 27 - 28% in valore, ossia di redditività per le nostre aziende Trentine-Südtirolesi.

Il fenomeno non è stato uguale in tutti i settori dell'agricoltura: il mondo delle mele ad es., l'anno scorso ha battuto tutti i record possibili e immaginabili, sembrava di essere all'Olimpiade di chi riusciva a liquidare di più; quest'anno anche le mele sono in crisi per altri motivi: è stato sufficiente che un solo paese, come la Polonia, riuscisse a tornare di nuovo sul mercato con le sue produzioni per vedere un mercato delle mele in continua riduzione.

Determinante, pertanto, sarà quando riusciremo ad interagire con le strategie messe in atto dai Paesi esteri e trasferirle, adattandole al nostro interno. Nel frattempo abbiamo un'Italia che non riesce ancora a progettare e sostenere una politica agricola forte e di continuità, che non sa focalizzarsi su questo settore primario che può e deve ancora sviluppare business, disponendo di grande capacità produttiva e capacità di interagire con i vari mercati. E il mondo del vino registra questa mancanza.

Grandissimi problemi, poi, li registriamo con i pagamenti che stanno diventando quasi aleatori, dopo la fornitura delle merci, e ciò perché ormai le aziende sono in una difficile crisi monetaria e finanziaria. L'Italia non è ancora strutturata, per poter dare un forte supporto come "nazione italiana" all'uscita da questa crisi.

A nostro avviso qui non ci si sta muovendo come avviene in altri stati esteri e pure in U.K. un Paese questo che di per sé vive comperando e vendendo merci, non producendole direttamente; sono convinto che questo sarà uno dei primi Stati che si riposizionerà sul mercato e che pertanto potrebbe subito tornare interessante per noi, diversamente da altri che, essendo produttori a monte, avranno

più difficoltà a muoversi anche perché la crisi di per sé non sarà costata alle banche, ma sarà pagata essenzialmente dai consumatori e dai produttori di qualunque materia prima.

Questo vuol dire che la situazione che si sta evolvendo non è totalmente in mano nostra, anzi è poco in mano nostra, ma molto in mano a quello che sta succedendo fuori. Certo che i grandi capitali immessi sui mercati dagli Stati, in misura variabile stanno operando positivamente ma, altrettanto, non si può dire degli Stati che queste risorse non le hanno. Sappiamo che nel nostro Paese non c'è mai stata una grandissima propensione finanziaria delle imprese nemmeno caldeggiata dai sistemi politici e le risorse necessarie per ripartire con il ciclo, per poterci inserire da subito nella piena positività che le negoziazioni ci presenteranno, sono e saranno carenti.

Come si devono comportare le aziende? Come si stanno comportando?

Io penso che non ci siano aziende che in questi momenti, ne parliamo anche in Consorzio Vini, non stiano facendo auto-analisi, introspezione, o che non l'abbiano già fatta; ad un certo punto, comunque, ognuno i suoi problemi piccoli o grandi che siano li ha tutti in evidenza e sa grosso modo in che situazione si trova.

Situazione per noi pesante sta diventando il credito, come mondo finanziario vicino alle imprese, perché si riscontrano difficoltà non solo ad ottenere importi di una certa consistenza, dovendo sostenere con i criteri della tradizione le uve che i produttori conferiscono a privati o a cooperative, investire nelle tecnologie di trasformazione ed affinamento dei vini, collocarli sul mercato, aspettarne il pagamento, ed intanto finanziarne la struttura che deve proseguire, nonostante i pagamenti sempre più dilazionati, ecc.

Tutte cose che negli ultimi anni stanno compromettendo la redditività delle singole aziende compromettendo essenzialmente la loro liquidità; liquidità interna che il mondo dell'agricoltura non ha capacità di produrre come, invece, ha capacità di allineare strutture o dialogare con i produttori e investire sul mercato; ma liquidità vera, alla fine, non ne rimane poi molta.

Bravi sono coloro che hanno scelto, a suo tempo, nicchie di mercato particolari, magari di grande pregio a prezzo giusto. Così la piccola azienda con grande brand è facilitata nella contingenza.

Chi non ha avuto la capacità o la fantasia di creare queste opportunità, trovandosi nel gioco più grande, sta attraversando veramente un momento difficilissimo.

Di positivo per il Trentino c'è, come ricordava il dottor Dagostin, che non esiste regione in Italia che si sia così ben strutturata al nuovo, non esiste provincia con un analogo settore e grande valenza imprenditoriale nel mondo del vino. Non esistono, tra l'altro, un'azienda come questa e un territorio come questo, dove ci si conosce tutti e dove si può collaborare per ridurre i gap e uscire dalla congiuntura attuale. Io non credo che dalla crisi usciremo nel 2010, come dicono, non ci credo perché i nostri bilanci agricoli in genere si fanno a metà anno e l'appuntamento di quest'anno si è parametrato ancor più negativo con l'analogo dell'anno scorso, sicché è molto problematico; questo secondo semestre si porta appresso ancora molto vino e la prospettiva mi sembra tutt'altro che chiara. Anche il bilancio prossimo sarà, pertanto, compromesso dall'andamento di quest'anno e se qualcosa ripartirà, ripartirà in quei Paesi dove principalmente si commercializza.

Non possiamo dimenticare, ad esempio, l'articolo di questi giorni che riguardava l'Australia: questo Paese è ancora una sorta di protettorato inglese per cui il vino entra in Gran Bretagna senza parlare di accise, favorendo così la nascita di colossi finanziari dalle enormi disponibilità che da un lato si permettono di acquisire numerose aziende e, dall'altro, di mettere sul mercato a 1500 euro/ettaro una superficie di 3.000 ha. per creare liquidità. Vediamo, infatti, le grosse difficoltà che hanno anche Paesi come quel paese che pure riescono e fanno prodotti di qualità. Il fatto è che "il cavallo non beve", nel senso che a nessun prezzo si riesce a mettere sul mercato quello che si è prodotto: il mercato non lo recepisce, cioè non esce di cantina. C'è, in definitiva, un calo dei consumi di prodotti classici che ci fa paura, perché se consideriamo i prezzi cui oggi si sta vendendo l'imbottigliato sui vari mercati, gli acquisti calano lo stesso, più al ristorante che a casa; se calano i

supermercati e se calano anche gli hard discount, io vorrei capire quanto grande sarà la giacenza alla fine dell'anno.

Oltre a ciò, crea certamente problemi anche la legislazione contro l'abuso di alcol che, fra l'altro verrà ulteriormente inasprita, problemi maggiori di quelli che crea questo salutismo dogmatico e poi si rileva una certa disaffezione al prodotto che abbiamo presente sul mercato oggi rilevabile con un grado alcolico mediamente alto.

Si è rotto il giocattolo mentale che ci metteva tranquilli e questo è il terzo problema che abbiamo nel settore.

Ribadisco che dobbiamo stare molto attenti a quello che succede sull'Estero perché è lì che si dischiudono gli sbocchi, e rivedere la politica di vendite in Italia; troppo onerosa e frantumata, abbiamo le strutture, abbiamo la capacità, abbiamo gli uomini: dobbiamo riuscire a mettere sotto la lente le decisioni da prendere ed individuare i modi per uscire dallo stallo, per riuscire insieme ad avviare una nuova stagione.

Stiamo riposizionando i nostri valori e io non penso che le liquidazioni che avevamo assicurato fino a due anni fa potranno essere raggiunte nel breve tempo.

Abbiamo però ancora spazi per ridurre i costi, costi che possano essere trasformati in positività per un mercato strutturato come quello del vino.

Se avremo la capacità di mantenere delle risorse per i mercati, dovremo anche avere l'ingegno e l'intelligenza per ammettere che questa situazione si è fatta pesantissima e perciò dobbiamo muoverci perché venga "ritarata", perché venga, discussa in occasioni come questa, perché solamente chiarendo una strategia fra di noi, qualcosa salta fuori.

Personalmente non sono un uomo dei mercati, nel senso che non sono sul mercato, non dialogo con il mercato, per cui penso che sia meglio sentire coloro che sono sul mercato oggi, con una chiara lettura: serve molto al Trentino in questo momento, ma ciò che non serve è l'acquartierarsi nelle varie case e casette, mentre importante è che il Trentino riesca a far dialogare i vari comparti che compongono la nostra viti-enologia e far partire il dialogo con volontà espressa all'interno del Consorzio e del suo Consiglio di amministrazione per poi procedere con un confronto politico nelle varie sedi dentro e fuori dal Trentino.

Penso che non debbano esserci delle voci inascoltate: il problema che ha la piccola azienda ce l'ha pure la grande, il problema che ha la grande ce l'ha la media, il problema della media ce l'ha la grande e la piccola; il sistema in percentuale, grosso modo è quello esistente; ristabilire comunque un dialogo con il consumatore in primis, ristabilire poi un dialogo col produttore in termini di qualità; non vorrei, infatti, che per la crisi venisse meno l'attenzione alla qualità in campagna perché se ci allontanassimo dalla qualità in campagna in questo momento, uccideremmo il mercato. Noi dobbiamo assicurare la qualità migliore di sempre, quella che sappiamo fare al meglio nei prossimi anni per poter garantire l'identità trentina.

Fino adesso dico che abbiamo portato denari al Trentino e con questi denari sono state fatte strutture, sono stati fatti dei piani, sono state fatte delle aziende con grande capacità commerciali che tutti ci invidiano e saranno queste che daranno una mano all'uscita del Trentino dalla crisi; senza di queste saremmo assolutamente perduti.

D'altra parte abbiamo una serie di vignaioli che rappresentano l'anima del vino e questo concetto ci tranquillizza circa la comunicazione territoriale di alta valenza, dando ulteriori nomi e cognomi ai vari microclimi.

Il vignaiolo "vende" sé stesso assieme al suo vino ed è credibile. Vignaiolo che in qualche modo deve però riuscire a ragionare sulla territorialità in modo diverso da quello di oggi:

attualmente, la fase produttiva deve prevedere di poter fare masse anche importanti, di alta qualità per essere poi distribuite. I vignaioli hanno grossissime difficoltà nella distribuzione per i costi, perché mantenere una distribuzione efficace ed efficiente è costosissimo, e per questo mi aspetto dai vignaioli una proposta seria per poter dialogare verso una politica, per riuscire a fare attività che sia più utile al loro mondo che è il mondo nel quale noi ci riconosciamo tutti i giorni.

Mi chiedo: come ha potuto l'agricoltore diventare vignaiolo?

Voglio dire che il vignaiolo non è una figura particolare, è uno di noi che ha scelto un'imprenditorialità privata come tante SpA e tanti commercianti che sono, al pari della cooperativa, spinti a mettere assieme tanti piccoli produttori per dare una prospettiva al futuro.

Concludendo, mi pare di aver dato più spunti che altro, così non ho tolto argomenti a nessuno; ma una cosa però ci tengo a dirla: il Trentino ha le forze per uscire da questa situazione, maggiori di quelle che ha il resto d'Italia, sia guardando verso l'interno sia considerando ciò che sta succedendo all'estero.

Il Trentino ha bisogno, oltre al nostro pragmatismo, di smettere di parlarsi addosso e di sforzarsi con gli uomini che ha nelle aziende di trovare e di liberare quella fantasia che possa aiutarci a superare questo momento, e proporre uno nuovo con attinenza totale alle sue produzioni ed alle sue aspettative.

Grazie.

Roberto Giacomoni

Intervento di Luigi Togn alla Tavola rotonda UDIAS dd. 12.06.09 a San Michele a/A

Grazie all'Udias che mi ha dato la possibilità di incontrarvi per esporre il mio pensiero sulla situazione vitivinicola del Trentino di oggi per arrivare a comprendere e dire quello che è il mio pensiero per venirne fuori. Sono considerazioni su cui sarò davvero contento di sentire quello che saranno i vostri commenti.

Mi ha fatto anche piacere nella presentazione sentire il presidente Gius che ha ricordato le ragioni per cui era nata questa Scuola di enologia, fortemente voluta dai nostri bisnonni i trisnonni; non voglio fermarmi a ricordare tante cose del passato, di quello che è stato fatto in termini viticoli, le evoluzioni delle analisi sono cose che voi sapete meglio di me, voglio partire con due considerazioni e soffermarmi poi su tre tematiche.

La prima delle considerazioni è questa: sono 50 anni che lavoro nel settore e ritengo che in Trentino si sia fatto davvero tanto in questi ultimi 20 anni, ma non è stato fatto tutto, c'è ancora qualcosa da fare; ciò che mi dispiace è che sia poco riconosciuto; quando, infatti, ci troviamo tra noi a confrontarci, a parlarci, si capisce che ognuno di noi ce l'ha messa tutta per fare del meglio, ma questo non ci è riconosciuto neanche in termini di classifiche che pure sono espresse da professionisti; le considerazioni nostre, guardate che non è presunzione, valgono più di tutti i voti e le classifiche espresse verso il Trentino che a volte sono fatte da nostri colleghi, spesso schiavi di tendenze e succubi delle mode.

Sul da fare, confermo anche che non si potrà prescindere da due cose : "identità", ricordata dal titolo della Tavola rotonda di oggi, e "tipicità"; qualsiasi cosa che noi faremo dovrà fare i conti con queste due parole. E non ci venga a raccontare, il padre eterno di turno, che ci dobbiamo impegnare a fare dei vini magari ... a puntini rossi! Noi dobbiamo portare avanti proprio quella che è la peculiarità dei vini trentini che se, finora è stata poco apprezzata, è perché i bianchi sono troppo acidi e i vini rossi troppo erbacei. Bisognerà affinarli di più in acciaio e bottiglia per immetterli sul mercato in un secondo tempo! Certo questo implica meno produzione per ceppo se vogliamo preservare queste caratteristiche si identità!

Detto questo, parto con le tre tematiche di cui mi sono riproposto di parlarvi.

La prima è l'OCM. Data fatidica 1° agosto: ci sarà questo, ci sarà quest'altro e come faremo o non faremo. Frequentando gli ambienti romani e Federvini ho imparato che sulle date sono abbastanza più flessibili di noi trentini, le date si possono anche cambiare, ma in questo caso penso che non succederà!

Per quanto riguarda la normativa della Denominazione di Origine Protetta, io credo che l'unica via sia quella di avere il coraggio di metterla in pratica senza l'aggiunta di **quel 20% per IGT**. A mio avviso, producendo meno uva, per quanto riguarda la denominazione di origine, verrà sicuramente più evidenziata l'identità e la tipicità del prodotto trentino.

Dobbiamo prendere atto che la DOP bisogna produrla soltanto nei terreni dove naturalmente si arriva all'eccellenza! Con rese inferiori a quelle attuali! Senza arricchimenti!! Questa è la strada da percorrere con coraggio, producendo quindi DOP soltanto nei terreni più vocati, con l'ovvio risultato che in Trentino avremo meno produzione di vini DOP.

C'è un'altra ragione che ci deve far pensare d'ora in poi, nel produrre la DOP, e riguarda le certificazioni. Con le certificazioni, qui da noi in Italia siamo al parossismo totale. Non ho ancora capito perché il mio collega tedesco, francese o spagnolo, per avere le sue certificazioni, le ha con una facilità incredibile; pensiamo solo all'idoneità e cosa ci viene a costare lo scrivere, mandare, spedire, venire, prelevare, analisi, ma scherziamo? Il mio collega tedesco la mattina preleva il campione dal recipiente, si fa l'analisi, il pomeriggio lo porta, il giorno dopo ha l'idoneità; allora sì che funziona perché è un'idoneità giusta, esatta; da noi è impensabile un'idoneità su certi vini particolari, dolcificati ecc. e adesso avremmo anche queste certificazioni per gli IGP? Io mi rifiuto di continuare con l'impostazione che abbiamo e il nostro settore, se una volta aveva le risorse, oggi per queste cose non le ha più.

E dico sì più: talune certificazioni (analisi) in Italia vengono effettuate da professionisti privati con tanto di riconoscimento statale. Perché non si può fare così anche per i controlli dei vini DOP?? Costerebbe sicuramente di meno!

Indicazione Geografica Protetta (IGP)

Anche in questo caso vanno osservati i disciplinari; io fra l'altro, per quanto riguarda i nostri "Dolomiti" e "Vallagarina", sarei d'accordo per togliere qualche vitigno, ed anche aumentare la resa. Ci basterebbe il bianco, il rosso e il rosato con una moderata gradazione e con la più ampia flessibilità di presentazione dal secco al dolce, dal frizzante al novello, con ogni tipo di chiusura e con ogni libertà.

Qualcuno di voi obietterà che tutto questo già esiste e dov'è la novità?

Io vi dico che l'IGP finora, è prodotto in Trentino col 20% di surplus della DOP. Infatti, di veri e propri vigneti iscritti all'IGP ce sono veramente pochi.

Prendiamo per vero tutto quello che è l'ordinamento comunitario che pone in cima alla piramide la DOP e la si fa così e poi viene l'IGP e la si fa così e allora, facciamola anche noi in Trentino! Ho evidenziato prima che per la DOP, non tutte le zone sono proprio così vocate, per arrivare a quello standard di qualità.

Vengo ora anche a delineare un'idea di quelli che potranno essere i termini della remunerazione perché chiaramente le cose non saranno più come prima.

Volevo ricordarvi ciò che è stato ribadito a Trento proprio in occasione del Festival dell'economia: essenzialmente la crisi non passerà da sola, niente tornerà come prima: né i consumi né tanto meno i consumatori. Tutto è in profonda metamorfosi e sta a noi trovare la soluzione.

Ecco, io dico le soluzioni le abbiamo, cioè le impostazioni le abbiamo già a livello comunitario. Facciamole. Realizziamole. In termini di valore chiaramente abbiamo

passato degli anni fantastici, i viticoltori sono riusciti a portare a casa 20- 25 mila euro a ettaro grazie a un sacco di altre rendite che non ci saranno più; non è la fine del mondo se questo reddito ad un certo punto diminuirà, anche perché il mio pensiero va più alle economie di scala, e qui sì c'è parecchio da fare.

Mi auguro ad esempio, che qua a S. Michele le nostre economie saranno condizionate dal miglioramento genetico assistito, potremmo risparmiare tantissimi soldi.

Un accenno ora al Pinot grigio DOP

Penso che sia giusto farlo, abbiamo avuto un lungo periodo positivo, sia sotto gli aspetti remunerativi che di posizioni di mercato, soprattutto per la performance americana del Pinot grigio; sul mercato inglese abbiamo sentito Giacomoni, poi io vi dirò alcune cose sul mercato americano, anche se per la verità la maggior parte del Pinot grigio che arriva in America è quello “delle Venezie”, che ha comunque aiutato il Trentino; d'altro canto per la verità, questo ha distolto un po' l'attenzione su tutto il resto del nostro territorio.

Vorrei a questo proposito, fare presente che l'OCM ha liberalizzato l'annata per i vini da tavola ma anche i vitigni, cioè quelli che non fanno parte di una DOC. Ora ci troviamo nel maledetto inghippo con il Pinot grigio per l'export che non è DOC, e quindi mi auguro che si trovi una soluzione per riconoscere un Pinot grigio DOC e vietare la produzione di “Pinot grigio da tavola italiano” perché sono già troppi i Pinot grigio sul mercato americano.

A proposito delle varietà voglio ricordare a tutti che noi siamo stati i primi in Trentino 100 anni fa a produrre Chardonnay, Pinot grigio e Müller Thurgau ecc. e ora se ne sono appropriati anche gli altri; forse questo ci aiuterà a farci meditare sul futuro del Trentino..., alla fine concluderò dicendovi che il mio sogno è di produrre vini di eccellenza con i nostri vitigni e con una resa migliore avvicinarci al modello Alto Adige.

Il modello dell'Alto Adige di oggi.

Pensate che 25 anni fa loro avevano in produzione circa 4.000-4.300 ettari di vigneto, oggi sono 5.000 circa e si sono spostati in quota. Noi 25 anni fa ne avevamo 6.700, mentre oggi abbiamo più di 10.000 ettari di vigneti in Trentino, fra fondovalle e collina. Cifre che si commentano da sole.

L'Alto Adige ha individuato la Valle Isarco per alcuni vitigni, il bolzanese per altri, Appiano e Caldaro per altri ancora. In Trentino, solo per il Marzemino si è osservata la tradizionalità del territorio, mentre non mi pare sia avvenuta per altri vitigni.

Dovremmo trovare una soluzione anche qui, non possiamo permetterci di perdere altro tempo.

Finito questo tema dell'OCM, un pensiero ora sul mercato; un mercato che è condizionato dal consumatore; il consumatore in questo momento sta moderando i suoi acquisti in tutti i termini. E' con questo, quindi, che noi dovremmo fare i conti perché compra meno prodotti buoni, meno prodotti cari e più prodotti più a buon

prezzo. Si è continuato a criticare, a predicare, a sottolineare che in Trentino manca una massa critica: per forza, perché politicamente si è favorito l'espansionismo delle strutture con dei complessi che hanno una grande capacità di imbottigliare. Non è una critica, mi fa piacere ricordare in questa occasione che quando parliamo di mercato, due aziende del Trentino sono fra le prime 5 in Italia, diciamolo anche con orgoglio. Ciò però indurrà, per stare in piedi, questi grandi complessi ad imbottigliare anche vini di diversa provenienza, se non addirittura altri prodotti.

La mia proposta di fare l'IGP in Trentino tiene in considerazione anche queste realtà che hanno bisogno di muoversi ed allora, perché non adoperare anche prodotti locali che vengono prodotti con quel tipo di produzioni?

Faccio presente che l'OCM stanzerà enormi risorse per la pubblicità e la promozione per i mercati esteri dei Paesi terzi. Il 70% sarà appannaggio delle Regioni, (Provincia da noi), con delle penalizzazioni per le piccole aziende perché - per ricevere l'aiuto fino al 50% dei costi, che non è poco - bisognerà produrre 300/600 mila bottiglie con un fatturato export già del 15-20%. Per questa ragione non vedo in futuro grandi prospettive di espansione all'estero per le piccole aziende, mentre crescerà il peso dei grandi protagonisti del vino, perché saranno in grado di differenziare gli sbocchi di mercato.

Assisteremo pertanto anche in Trentino a una nuova organizzazione fatta di aggregazioni fra privati, di alleanze anche fuori dal Trentino e anche aggregazioni nel mondo cooperativo, ma soprattutto capitalizzazioni per potere ulteriormente investire in termini pubblicità e promozione.

Cosa fare in questa situazione di mercato?

I consigli che mi sento di dare come categoria è quello ovviamente di aumentare la forza vendita. Abbiamo bisogno di più gente che vende, abbiamo addirittura bisogno di una "Scuola di venditori" qua a San Michele! Avremmo bisogno di altri mercati e perché no, vendere anche di più direttamente in azienda.

Si dice di andare in America, ma guardate che in America, il 73% dei consumi è ancora fatto di vini americani. Solo il 30% del vino importato è italiano e di questo il 70% viene fatto da 10 aziende italiane, il resto viene fatto da altre 1300 aziende; quindi non è facile andare su certi mercati però dovremmo continuare a farlo e mi auguro che anche su questo ci sia una presa d'atto delle nostre strutture, vedi Trentino Sprint, che ci possono aiutare di più e poi dobbiamo muovere anche la politica.

Ecco, concludo con un flash sulla politica.

Auspico che il mondo politico intervenga in questo campo con un massiccio piano pubblicitario gestito con il coinvolgimento nostro, soprattutto nella realizzazione.

Mi preoccupa pensare che in Trentino si cerchi una risoluzione della crisi passando per ulteriori interventi pubblici e aziendali per salvare solo qualche realtà ancorché importante, causando malcontenti, proteste e iniquità che guasterebbero inevitabilmente gli equilibri necessari per uscire dalla situazione senza contaminazioni.

È su tutto il sistema per intero che bisogna intervenire come è avvenuto con la ristrutturazione finanziaria politicamente concepita con tempismo e lungimiranza.

Una politica, quindi, non di breve respiro, ma che guardi al mercato e con questo penso di aver delineato i futuri indirizzi per i vini trentini e, parafrasando il “I have a dream” degli americani, il mio sogno sarebbe quello di vedere un Trentino arrivare sul mercato, magari con un vitigno, con un vitigno nostro registrato e con tutte le carte in regola per la genetica. Un vitigno sì, ma legato al territorio in modo che nessuno ce lo porta via dal Trentino! Questo dovrebbe essere la strada del domani.

Scusatemi se mi sono dilungato.

Intervento di Mario Poier alla Tavola rotonda di UDIAS

12.06.09 – Aula Magna di San Michele

Non ho preparato relazioni, schede e dati, però giornalmente vivo il mio lavoro, il vino e sono anche reduce da qualche viaggio fatto negli ultimi tempi.

Ogni volta che torno a casa, mi spavento e mi domando: ma che futuro ci sarà per questo Trentino?

Imbottigliamo più di 250 milioni di bottiglie, abbiamo delle rese per ettaro a livello economico, altissime; abbiamo i prezzi a bottiglia tra più bassi d'Italia e praticamente tutti questi dati non si intrecciano e non fanno nascere qualcosa di vero. Qualsiasi economia nasce su valori veri e quando si parla di vino si parla di viticoltore, di azienda, di territorio, di bottiglia adeguatamente pagata perché qualsiasi sacrificio che viene fatto deve essere pagato e allora non possiamo avere una media della bottiglia trentina che non supera i 2 euro e pensare di portare avanti un fatturato vicino ai 20 mila euro per ettaro.

Il mercato chiede e noi diamo quello che il mercato chiede: il Pinot grigio e lo vogliono ancora meno costoso, lo facciamo meno costoso; vogliono il Prosecco, facciamo il Prosecco; vogliono il Pinot nero (non ce n'è in Trentino), lo facciamo da dove arriva.

Questo modo di aggredire o di accontentare il mercato non porterà mai a niente perché ci sono sempre delle zone più vocate per superficie, per impostazione, ecc.

Ero nella Mancia (E) poco tempo fa: 650 mila ettari, vi rendete conto ! 650 mila ettari (noi ne abbiamo 10 mila), una produzione enorme, il prezzo del vino è a 0.18 euro al litro; i contadini sono disperati, non sanno più cosa fare; fanno paura questi dati. Lì c'è una montagna di vino, fra l'altro nemmeno cattivo, perché hanno una viticoltura che in quella zona è straordinaria, c'è ancora l'alberello a 50-60 quintali per ettaro, vini anche buonissimi che valgono 0.18 euro al litro. E noi col nostro Trentino pensiamo di fare il grande lavoro di vendita di masse enormi di vino, ma non siamo neanche in grado di farle per cui penso che la politica del Trentino deve incominciare, (e questo lo diciamo da 30 anni!), ad operare su quello che il territorio può dare. E allora se abbiamo colline, montagne, luoghi straordinari per fare ad esempio base spumante, per fare dei grandi bianchi, piacevoli, serbevoli, di moda cerchiamo di impegnarci lì.

Io continuo a pensare ad esempio al Teroldego: il Teroldego ha una superficie mi sembra di 300 ettari o quello che è, ma in 30 anni non siamo riusciti a dare un'immagine al Teroldego, a fare del Teroldego un vitigno unico nel mondo, un prodotto di nicchia, un prodotto di prestigio per il Trentino stesso.

Pensare ad esempio allo spumante (grande prodotto trentino) e pensare ad un grande Teroldego che potrebbero essere i 2 "apri pista" per una viticoltura trentina che si presenta sul mondo, non è illusorio perché abbiamo delle chance, perché abbiamo dei contadini eccezionali; in Trentino abbiamo dei contadini bravissimi, non solo bravi, l'importante è gestirli, guidarli verso un obiettivo; non possiamo pensare solo al Pinot grigio, ci sono altre possibilità per il Trentino e quello che voglio dire è che

vogliamo vendere delle verità, non possiamo inseguire il mercato per quello che il mercato domanda.

Penso ogni tanto all'Alto Adige, a quanto ci diceva appunto Togn poco fa, alla politica dell'Alto Adige (che usciva tra l'altro da masse infinite di bottiglie degli anni '60-'70): loro si sono spostati su un'altra direzione cosicché quando io oggi parlo con i miei colleghi vignaioli altoatesini e sento che non hanno vino in cantina e hanno finito le giacenze, tornando in Trentino vedo che la vendita del vino sta diventando un disastro. Riescono praticamente a commercializzare in fretta il loro prodotto e quando ti rivolgi a qualche agente in giro per l'Italia, se sei altoatesino si interessano subito, mentre se sei trentino mah...; insomma il Trentino, non ha identità, non abbiamo immagine sulle carte dei vini dei ristoranti italiani. Il Trentino non c'è o c'è qualche piccola azienda ogni tanto, ma raramente, mentre ad esempio i nostri colleghi dell'Alto Adige, i vignaioli in particolare ma anche le cantine sociali, sono presenti magari con 20-30 referenze su una carta dei vini italiana. Leggi Trentino-Alto Adige e sono tutti altoatesini, magari c'è un trentino all'interno di 20 referenze, per cui la nostra immagine, la nostra identità purtroppo è bassa. Abbiamo comunque costruito tanto in Trentino: ad esempio, abbiamo veramente delle "macchine da guerra", abbiamo delle aziende straordinarie, super organizzate, bravissime, con tutto quello che serve. Cerchiamo però di avvicinarci un po' di più al territorio, a quello che possiamo dare veramente e allora perché le grosse cantine non possono commercializzare anche il vino del vignaiolo socio della cooperativa? Perché magari vuol mettersi sul mercato con 3.000 bottiglie di un Cabernet particolare o di un Teroldego straordinario, con la cooperativa che diventa un datore di servizi, o addirittura commercializzare quel vino del piccolo produttore...

Dobbiamo reinventare, adeguandola, quella che è la cooperazione, non possiamo seguire il mare di vino che viene richiesto dal mercato, ma dobbiamo finalmente impostare o imporre un prodotto che è nostro, che è Trentino.

Io sono molto preoccupato, la situazione sta peggiorando di mese in mese, ci sono dei segnali che arrivano da lontano che fanno paura.

Champagne: - 40% ! La Champagne? Sembrava, fino al 2007 un argomento intoccabile, poi l'ampliamento di superficie e l'aumento fino a 142 quintali di uva per ettaro, tutto a Champagne!

Nel 2008: dai 142 quintali sono passati a 85 quintali! Cosa vuol dire? Che questa è la differenza che il mercato non chiede, che non domanda e questo è abbastanza grave. Però si vede la forza per lo meno di un comparto, di una zona, di un Comitato interprofessionale che riesce anche a fare politica. Il mercato va in crisi? Benissimo: togliamo il 30-40% del prodotto che potrebbe essere trasformato in Champagne.

La gestione del mercato è importante e questo purtroppo non lo sappiamo fare; si continua a imbottigliare, si continua a proporre sempre a qualche centesimo in meno sperando di vendere qualche bottiglia in più, ma in realtà c'è sempre qualcuno più furbo di te perché magari ha migliaia di ettari a disposizione, vedi l'Australia, vedi la Mancia, vedi tante altre zone nel mondo dove riescono ad abbattere i costi. Come facciamo noi a battere i costi quando non c'è una vendemmiatrice meccanica, in Trentino? E' impressionante: in tutto il mondo si lavora ormai al 90-100% con la

raccolta meccanica e noi lavoriamo a mano e pretendiamo di fare concorrenza magari ai vini della Rueda. La Rueda è una zona della Castilla y Leon in Spagna dove vendono vini a 3-4 euro eccezionali, buonissimi, tutto fatto a macchina; la zona cresce di 1000 ettari all'anno, tanto per dirvi ci sono anche delle realtà che sanno muoversi in tempi rapidi, però con un'impostazione, con una tecnologia, con grande abbattimento dei costi; noi invece qui abbiamo tutto al contrario. Qui resta la nostra pergola, che se non sono 600 ore/ha saranno 500 per coltivarla, ma sempre e comunque con un grosso impegno... e alla fine le nostre bottiglie costano meno di 2 euro! *Ma come fente a nar avanti qua?*

Intervento di Giorgio Flessati alla Tavola rotonda Udias dd. 12.06.09 a S. Michele

Buondì a tutti.

Naturalmente mi hanno incastrato a sorpresa perché non era previsto alcun mio intervento anche per il fatto che sono 15 anni che non vado a nessuna riunione, a nessun incontro e forse in questo ho sbagliato e mancato anche nei riguardi di tanti amici.

In sala ci sono certamente persone molto più titolate di me che vi possono dare suggerimenti sicuramente più validi e forse più incisivi. Quello che vi posso dire io, sintetizzando gli interventi fatti e soprattutto quello dell'amico Mario Poier, è questo:

Primo, secondo me, abbiamo bisogno di una collaborazione più costruttiva tra i vari operatori che ci sono in Trentino. La divisione tra le tre categorie, credo, sia ampiamente superata; i tempi sono per collaborare insieme. La politica deve anche metterci un po' del suo nel senso che deve vedere il nostro mondo produttivo più da vicino, forse con meno teoria e con più obiettività nel vedere le vere necessità.

In Trentino devono convivere grandi aziende e piccole o medie aziende di nicchia, anzi, dobbiamo realmente elevare il valore della nicchia; l'Alto Adige è stato citato come esempio, ma io vi posso dire che ci sono tante altre regioni in giro per il mondo che possono essere altrettanto valide come esempio e le grandi aziende devono riuscire ad avere realmente una dimensione internazionale; infatti, ciò che non abbiamo ancora - e per dimensione internazionale intendo dimensione e mentalità - sono due cose che devono andare veramente a braccetto.

Le dimensioni che ci sono attualmente, non sono ancora quelle che permettono di fare discorsi di questo genere.

Ho toccato i due estremi perché secondo me non c'è sufficiente spazio nel mercato di nicchia per tutta la produzione trentina, anche perché non tutta è adeguata o non potrebbe essere adeguata; quindi dobbiamo trovare l'alternativa di un canale diverso.

La nicchia purtroppo, sta soffrendo in questo momento in modo particolare; Mario Poier ha detto dello Champagne, io vi dico dei grandi vini di Bordeaux: i prezzi dell'asta di quest'anno sono meno di un terzo di quelli che erano prima; quindi se i 5 grandi Chateau vendevano a 300 e passa euro, ora hanno fatto l'asta a 110 euro.

Tutto si sta riposizionando e sicuramente non è quella la nostra strada; però per la nicchia ben fatta c'è ancora grande spazio nel mondo.

Vorrei fare un accenno molto focalizzato sul mercato nazionale, mentre tutti parliamo di export, di crescita di qua, di crescita di là.

Il mercato nazionale ha delle potenzialità di sviluppo ancora buonissime. Il ristorante o il bar hanno subito un calo dovuto anche a imposizioni, sapete tutti, di tipo salutistico. Ci sono però altre possibilità di consumo che stanno invece crescendo; fino ad un paio di anni fa, ad es., si guardava al supermercato come ad un canale degradante dell'immagine, invece secondo me, è lì che dobbiamo costruire, non solo

con i prodotti di prezzo da 2 euro, ma anche con prodotti di prezzo totalmente diverso.

Vediamo l'asporto, quello tradizionale, la cosiddetta enoteca: spesso si legge di produttore nuovo che lancia vini di alta gamma destinati ai migliori ristoranti e alle migliori enoteche; forse non si è dato conto che le migliori enoteche stanno diventando veramente poche. L'enoteca è un soggetto che ha un mercato sempre più difficile; per contro, il supermercato si è evoluto con l'angolo enoteca che può assicurare una diffusione importante per 2 motivi: primo, perché con i ricarichi che fa permette al consumatore di acquistare ad un prezzo accettabile e secondo, perché permette al produttore, cosa questa che non molti sanno, di realizzare comunque una cifra importante.

Io credo che il futuro dipenderà in buona parte da questo canale e l'Italia è un Paese che consuma ancora parecchio vino soprattutto di qualità. Credo quindi che prima di puntare il 90% delle energie solo sull'estero dobbiamo guardare anche il nostro mercato domestico, compreso quello locale. Andate a vedervi qualche supermercato e vedrete anche delle novità; guardate anche quanti vini da fuori sono proposti sugli scaffali dei nostri supermercati locali per avere un esempio.

Sull'estero, tanto si è parlato del Pinot grigio negli Stati Uniti ed è vero che sono 10, anzi 15 anni di crescita economica sostanzialmente costruita su questo prodotto. All'interno della mia azienda, non è un segreto, io sono sempre stato molto critico su questo, dicendo ai nostri soci: guardate bene da dove arrivano i quattrini, cercate di capire che se siamo in un momento euforico dal punto di vista del realizzo e possibilmente cercate di costruirvi il "dopo Pinot grigio".

Tutto il nostro settore è fatto di cicli: adesso ritornano, o da un paio d'anni in qua, sono ritornati un po' in auge i bianchi; se vi ricordate 10 anni fa si diceva che non avevamo vini rossi; prima non avevamo abbastanza Schiava e qualcuno si ricorderà il dottor Salvaterra. Non dobbiamo cioè dimenticare che il mondo della viticoltura, ma anche la frutticoltura è uguale, è governato da cicli, quindi la capacità imprenditoriale di ogni azienda deve essere quella di riuscire a capire un po' in anticipo quale sarà il prossimo ciclo. L'imprenditore agricolo sia esso viticoltore o responsabile di azienda, deve capire questo.

Ancora sull'estero. Gli Stati Uniti importano in totale 7 milioni di ettoltri di vino, l'Italia ne produce ancora 45, la Spagna ne produce 45, la Francia 50, mentre il secondo paese che importava - perché quest'anno vedremo cosa importeranno - è l'Inghilterra, poi la Germania. Sapete che in Germania il 52% del vino venduto è venduto nell'area discount? Il 52% ! Allora, o impariamo a convivere con questo tipo di canali o dobbiamo trovare alternative e le alternative ci sono. Vivendo anche esperienze in altri Paesi viticoli importanti vi posso dire che ci sono delle cose che potremmo anche, non dico imparare, ma quantomeno considerare.

Primo: la cooperazione in quei Paesi è praticamente quasi assente, non dico che sia un bene, però è un dato di fatto. Il mondo produttivo è in mano a imprese totalmente private: in Australia grandi gruppi; in Cile di grandi gruppi ce n'è uno solo che è un

gruppo familiare. Tutti stanno scalando posizioni su posizioni, come l'Argentina che nessuno ha nominato, sta diventando il quinto esportatore mondiale di prodotti spesso di qualità, ed è un fenomeno perché dobbiamo considerare che abbiamo a che fare con argentini per mentalità inaffidabili per cui i loro cicli saranno più frequenti dei nostri, però sono un fenomeno in giro per i mercati mondiali.

Il Sud Africa, e abbiamo detto di 4 Paesi che stanno dominando sui prodotti di qualità, sta vendendo a prezzi più alti del vino italiano; lo stesso Cile, e ve lo dico per esperienza diretta, ha in molti casi prodotti venduti molto bene con un'organizzazione, l'associazione delle cantine, impostata al 90% sul marketing del prodotto sulle piazze mondiali e lo fanno bene con un budget di spesa che non è troppo elevato: 6 milioni di dollari finanziati al 75% dalle imprese, senza tante pastoie come qui da noi.

Mi ricordo le beghe sul "Trentino superiore" e probabilmente scontiamo la valenza economica del tempo investito o perso in queste discussioni.

Perché non mettiamo lo stesso impegno nel trovare una strada che sia più costruttiva nella realtà e che metta d'accordo la piccola azienda di cui abbiamo assolutamente necessità per l'immagine del territorio?

E metta d'accordo le esigenze della grande azienda che deve altrettanto esserci per lo sviluppo del territorio?

Io credo che se qualcuno di voi si voglia mettere intorno a un tavolo guardando la realtà, lasciando un attimo da parte politica pur senza dimenticarla, credo che si possano individuare strumenti rapidi, efficienti, efficaci e applicabili nel breve termine.

Ripeto comunque che la nostra provincia ha bisogno di tutti e due i gruppi; non me ne voglia Luigi Togn: la categoria dei commercianti è ridotta di numero e spesso sono figure presenti anche in altre categorie, quindi non l'ho dimenticato perché non lo considero, ma per lo sviluppo vedo fondamentale da un lato la spinta propositiva delle piccole aziende di grande immagine e di grande qualità associata all'immagine e, dall'altro, i non tanti gruppi che si svilupperanno, perché a questo punto si è capito che in tutta la provincia non credo ci sia spazio per più di due.

In questo modo credo che se si voglia affrontare una realtà concretamente ci sia spazio per costruire e anche per usare in modo adeguato eventuali risorse che la Comunità europea sta dirottando sull'Ente locale per la promozione.

E sulla promozione spendo l'ultima parola: è un'attività fondamentale, è un'attività però che deve essere gestita da persone che conoscano l'obiettivo con precisione. Troppo spesso deviamo flussi di denaro importanti in attività che non portano a nulla.

Grazie.

Intervento di Armin Kobler alla Tavola rotonda Udias dd. 12.06.09 a San Michele

Buongiorno a tutti.

Sono molto contento di poter parlare qui in Aula Magna da ex allievo di S. Michele; ho terminato nell'84.

Cercherò di essere abbastanza breve perché penso sia molto più importante che dopo ci siano delle discussioni con i partecipanti; già da subito devo però dire che per 10 mila ettari di superficie vitata in Trentino, diciamo che le persone qui presenti sono abbastanza poche proprio perché, secondo me, è una manifestazione molto riuscita, a parte il mio intervento, per cui avrebbe meritato maggiore attenzione.

In Alto Adige abbiamo 5.000 ettari però un tempo ne avevamo tanti quanti sono ora in Trentino, cioè più di 10.000. Naturalmente dopo l'annessione all'Italia del 1918, tutto è cambiato, ma devo dire che dei 5.000 ettari spariti, sicuramente una gran parte non era tanto vocata perché a quei tempi ognuno voleva avere il suo vino, i trasporti erano costosi e chi poteva si faceva il vino anche se in posti non troppo idonei.

Io che sono di Magrè sulla strada del vino, sono molto vicino alla realtà trentina, anche se naturalmente non la conosco in modo perfetto, pur avendo la mia campagna proprio al confine con i comuni di Salorno, di Cortina all'Adige e di Roveré della Luna.

Nel mio paese ci sono diversi viticoltori che conferiscono la loro uva alle cantine di Lavis e di Mezzacorona e non soltanto alla cantina sociale di Magrè e Nalles. Sono molto contento anche di poter dire oggi che non è tutto oro quello che luccica, perché nei 20 anni che mi occupo di viticoltura a livello di studio e di lavoro, nel nostro paese c'è stata molta invidia verso il Trentino, soprattutto da parte dei viticoltori quando si ragionava delle DOC che da noi hanno un massimo di 130 q. li/ha, mentre in Trentino possono farne di più e con l'aggiunta del 20% di supero! In Alto Adige il 20% da anni non viene neanche più retribuito dalle cantine, va cioè a prezzo zero.

Le soglie del DOC da noi non sono più nemmeno un tema da dibattere, perché tutte le cantine esigono che per la stragrande maggioranza delle produzioni si vada al di sotto dei limiti DOC per cui la discussione sul DOC ormai è obsoleta, non è più attuale ecco, perché ci sono le DOC individuali, diciamo, di ogni cantina; e parlo anche di cantine cooperative e naturalmente anche di quelle commerciali. Devo dire che tutte sono considerate private; non mi piace mai questa contrapposizione tra cooperativa e privato, perché tutti sono di diritto privato; di pubblico, almeno in Alto Adige, c'è solo Laimburg.

Come per la DOC, tutti hanno fin qui guardato con invidia verso i "roveraideri", come li chiamiamo, perché quando c'era un terreno in vendita nel triangolo tra Salorno (BZ), Roverè (TN) e Magrè (BZ), erano sempre quelli di Roveré della Luna ad acquistarlo dando anche 10-20 euro in più al metro quadro, senza battere ciglio! Orbene, devo dire che se adesso le cose vanno un po' meno bene, anche se nei 20 anni scorsi si sono rifatti la casa, hanno acquistato il trattore Fendt, hanno fatto

studiare i figli (e questa è una gran bella cosa); un giornale economico ha detto che in verità non c'è crisi, non è la crisi del vino questa, ha detto che questa è soltanto una scopa molto potente che sta ripulendo l'economia di cose che non vanno bene. Come dire "resettare" su dei livelli più normali. Comunque adesso l'invidia è sparita un po' perché anche i nostri compaesani che portano l'uva in Trentino hanno visto che i prezzi per ettaro - parliamo più concretamente di rese/ettaro che di rese/quintale - stanno scendendo di più, siamo cioè più su valori normali, se così si vuol dire.

Anche l'Alto Adige risente della crisi e devo dire che, un po' in contrapposizione con il mio amico Mario Poier che frequenta sì i vignaioli Sudtirolesi, ma molto probabilmente aziende che conosce da tempo, nel frattempo affermate e che sono sul suo livello: loro sì che hanno le cantine vuote, però ci sono tanti altri vignaioli, cooperative e commercianti che devono ancora impegnarsi a vendere in questi giorni i loro vini, passando più ore fuori cantina che dentro, nei ristoranti e nelle enoteche a proporre i loro prodotti. Non c'è, infatti, solo bianco e nero, ma ci sono tantissime tonalità di grigio. Comunque abbiamo reagito, abbiamo fondato in ritardo un Consorzio dei vini anche in Alto Adige e abbiamo capito che bisogna sempre andare insieme e mai separati perché le 16 cantine cooperative che vinificano più di due terzi dell'intera produzione, si avvantaggiano anche dell'immagine di tutta la regione creata soprattutto dalle aziende medie e piccole.

Noi oggi ci concentriamo, con un nuovo concetto di marketing, su vitigni guida per il lungo o medio periodo: Pinot bianco, Gewürztraminer e Sauvignon; e per i rossi la Schiava, il Pinot nero ed il Lagrein, sempre ammettendo naturalmente anche le altre varietà, ma concentrando gli sforzi di marketing non su mercati lontani che polverizzano i nostri investimenti, ma su mercati che abbiamo già, trattando questi sempre meglio.

Si parla spesso di mercato tout court e, secondo me, questo mercato non esiste; ci sono infiniti mercati, per cui i concetti che vanno bene per l'uno non vanno bene per l'altro e naturalmente anche viceversa.

Io sono molto legato al Trentino dal punto di vista emozionale, dalla storia e dalla famiglia; devo dire che mi fa sempre un po' male sentire della scarsa considerazione sul Trentino, cioè parlando con i trentini sento spesso che pochi sono fieri della situazione e tutti la pensano in modo diverso, molti si lamentano; i trentini si identificano troppo poco con la loro identità, non voglio dire che devono essere acritici verso la realtà, ma bisognerebbe che ci fossero più ragioni per essere fieri della propria terra.

Non mi è piaciuto tanto sentire che le produzioni di qualità si ottengano solo in colline; devo dire che forse c'è un preconcetto da parte mia: io produco tutto in pianura e il vino buono viene anche lì, ma basta avere le varietà giuste, la tecnica colturale adatta, sfruttando i risultati della zonazione.

Con le zonazioni in Trentino hanno cominciato molto prima che in Alto Adige per cui queste dovrebbero essere messe in pratica e non essere i criteri di

commercializzazione a breve termine a determinare se mettono una varietà al posto dell'altra! Questa secondo me è una delle cose più importanti.

Voglio qui dire che siamo fieri che le varietà che adesso si considerano di moda da noi ci sono già quasi da 200 anni; ricordo che è stato l'arciduca Giovanni, fratello dell'imperatore Francesco, a seguito dei suoi viaggi in Francia a consigliare che nell'impero austro-ungarico si cominciassero a sperimentare i vitigni nobili francesi, i bordolesi, ma anche della Borgogna e della Loira. Per questo da quasi due secoli in Friuli-Venezia Giulia, Trentino, parte della Lombardia e naturalmente anche in Alto Adige si coltivano questi vitigni, una volta poco interessanti per le scarse rese, ma di cui oggi possiamo andar fieri; fieri del nostro Chardonnay, del nostro Sauvignon e del nostro Pinot grigio.

A questo proposito devo dire che la politica del Pinot grigio non mi piace, anche se ha contribuito molto agli introiti aziendali e famigliari sia viticoltori trentini che dell'Alto Adige; spesso, una volta che un vino va bene, se ne fanno di tutti i tipi e anche tipacci per cui a casa mia, dove abbiamo il Pinot grigio da sempre, non l'ho chiamato Pinot grigio (perdendo molte occasioni soprattutto in Germania dove sono italo-fili), ma per autenticità - dato che sono di madrelingua tedesca - le mie realtà le chiamo nella mia lingua, - cioè "Grauburgunder" ossia Pinot grigio tradotto in tedesco.

All'inizio temevo che, facendo una certa tipologia di "grigio" e con determinati costi di produzione, prima o poi qualcuno si sarebbe accorto che vendevo lo stesso prodotto con un altro nome, ma questo non mi viene rinfacciato perché forse lo faccio un po' diverso da quello che è venduto in America.

Naturalmente importante, già che siamo a S. Michele, è sicuramente la ricerca; nella documentazione distribuita all'inizio dell'incontro ho visto con grande rispetto quante pubblicazioni sono state fatte a S. Michele. Forse per la fretta non ho visto l'elenco degli impegni per i convegni fatti, perché è molto importante che non si pubblicino solo lavori scientifici, ma anche quelli divulgativi. Infatti, parlando con la gente, non emerge una ricerca vicina alla produzione, mentre sarebbe molto importante che San Michele potesse lavorare maggiormente in questa direzione.

Per concludere, voglio dire che ricette non ne ho; ognuno deve veder un po' le cose sue; sicuramente è tempo di muoversi.

Per una volta noi dell'Alto Adige - avendo speculato poco, restando per 20 anni dietro al Trentino con minori introiti per ettaro - in questi momenti andiamo forse un po' meglio.

Vero è che bisogna vedere su cosa si punta: se si punta di più sulla grande, grandissima distribuzione tipo Pinot grigio o se si vogliono fare anche dei prodotti di nicchia.

Dico che il potenziale il Trentino ce l'ha senz'altro, per cui bisogna fare delle scelte.

Spero di non essermi dilungato troppo, grazie.

10. Intervento di Albino Armani

SOBRIETA' E CREDIBILITA'

Ripartire da ciò che dalle nostre genti e da questa terra ci si aspetta: tornare a vendere il Trentino come mix palpabile di turismo – territorio – prodotti e di una storia credibile.

Le derive commerciali troppo aggressive disorientano il cliente e costringono tutta la filiera a doversi caricare di strutture pesanti per sostenere un “palco” fumoso oggi poco remunerativo, dalla marginalità sempre più risicata in futuro ma soprattutto non compreso dalle nostre genti e nemmeno dal consumatore.

La commercializzazione di grandi masse di vino proveniente da territori limitrofi e rivenduti in Trentino ha certo aiutato a creare benessere e consenso all' interno ma forse non grande credibilità. Questi margini economici inoltre non sono stati utilizzati per far conoscere e crescere a sufficienza un marchio “Trentino” sin da farlo divenire marchio fortemente riconosciuto; oggi quelle aspettative di remunerazione basate su azzeccate strategie commerciali si sono fatte pretese e tornare indietro non sarà facile, sperare che si ricreino le condizioni che ne hanno permesso il successo nemmeno. Solo attraverso la divulgazione di un progetto credibile che parta dalla nostra terra, fatta da un leader accreditato ed accettato da tutti, si potrà chiedere al viticoltore un sacrificio economico. I nostri viticoltori si attendevano prima o poi un ridimensionamento, la saggezza ha sempre fatto comprendere loro quanto il delta di valutazione dell' uva trentina fosse aleatorio ed eccessivo: a quelle condizioni ci si pone fuori mercato. Pochi imprenditori privati infatti accettano la sfida di giocare la propria partita in trentino o di continuare a giocarla: questo credo sia un segnale negativo.

Fusioni: accorpamenti per far sì che ci siano meno attori sul mercato a me spaventano! talvolta la cooperazione mi pare veda nell' elephantiasi la soluzione di ogni problema commerciale; io non credo vada per forza sempre così: nei territori dove questo è avvenuto le remunerazioni al produttore e a tutta la filiera si sono invece spesso abbassate. Rifletto anche ad una serena discussione sul “secondo grado”: sono ancora validi i presupposti che tanto bene avevano funzionato sino a qualche anno fa o si può pensare ad un nuovo modello trentino che lasci più spazio alle capacità commerciali ed alle istanze dei singoli territori? E questo non è forse ciò che già sta avvenendo?

Più che fondersi per confondersi credo si possa far molto con un franco dialogo e un sincero confronto tra più attori, includendo invece di escludere: a volte mi verrebbe da credere che più di una fusione tra competitori potrebbe fare una chiacchierata franca tra leader educati ad un confronto su obiettivi, prezzi e strategie comuni: ma capisco che è un sogno. Mantenere vivo un confronto competitivo tra molti soggetti a me pare comunque essenziale. Anche in Trentino.

Pinot grigio: credo stia finendo un' epoca e ci si imponga di allargare gli orizzonti ad un mix varietale meno limitante, più allargato. Il Pinot grigio si produce ormai dovunque ed i prezzi tenderanno a stabilizzarsi, dall' Ungheria alla California, con leggere fluttuazioni più legate a singole capacità commerciali che ad un reale apprezzamento del delta qualitativo da riconoscere al un buon Pinot grigio. I nostri costi di produzione ci metteranno in seria difficoltà: oggi in Veneto ed in Friuli si parla di Pinot grigio attorno agli 80/90 euro al litro...

Piccolo nostro progetto: far tornare commerciante ed imprenditore anche il viticoltore attraverso contratti che lo legano ad una struttura dalla quale riceve il vino vinificato dalle proprie uve, già imbottigliato, ed alla quale si appoggia per adempimenti onerosi. Ad oggi Maso Michei in valle dei Ronchi, Corte Zardini in Valpolicella e nel prosecco in futuro funzionano bene. I viticoltori si appoggiano a noi con contratti chiari che vedono condivisa anche la valutazione del marchio e

rimangono sul territorio a vendere il proprio vino localmente, a parlare e testimoniare di loro stessi, della loro terra, del loro sapere. Centinaia di testimonial motivatissimi che aggiungono il valore della persona al valore del vino. Che sapranno toccare il cuore molto più degli uomini di marketing.

Vallagarina: un mea culpa per non essere riuscito a contribuire alla costruzione di un “sentire comune” attorno al “luogo” dell’uva trentina: qui si produce solo uva, e tanta, e buona: a volte pare invece d’essere appendice, periferia. Una storia antica di tanti imprenditori e piccole cantine, di vini antichi, andate pian piano a sparire. A quando un riconoscimento di questa indiscussa vocazione, a chi la voce ed il ruolo per interpretarla? Non credo che un nuovo “polo” in Vallagarina, sarà di per sé risolutivo. Vorrei invece vedere molti imprenditori trentini (e non solo) accettare il dialogo e la sfida ad operare attorno ad una consonanza territoriale inclusiva più che la ricerca di un altro comodo ombrello sotto cui ripararsi ed a cui ancora una volta demandare il proprio destino.

Essere imprenditori vitivinicoli privati in Trentino si può e si deve fare: la mia azienda è in tutto e per tutto trentina, sia come sede legale che amministrativa: le cantine sparse per il Veneto ed il Friuli sono satelliti ad una centralità che rimarrà indiscussa; da Ala passa tutto il controllo del gruppo. L’azienda è in utile, sana, pur non accedendo ad alcun contributo provinciale. Le difficoltà però saltano agli occhi e la lenta moria delle imprese non cooperative pone degli interrogativi. Ammesso che sia importante attrarre imprenditori in Trentino dovremo far sì che si crei un terreno fertile per attrarli. Credo stia qui un nodo importante della discussione: un modello che premia solo la cooperazione è ancora valido? Con timore assisto in terra friulana a ciò che succede nel loro “secondo grado” oggi in grande difficoltà, col trascinarsi anche delle cantine cooperative associate e di come in questo caso un tessuto imprenditoriale privato attivo e vitale possa dare un contributo importante. Torno a ribadire come una pluralità di soggetti operanti su un mercato non opacizzato sia più rassicurante che una concentrazione. Ammesso che un argomento come questo non susciti una scrollata di spalle credo si debba istituire urgentemente un ambito dialettico aperto alle istanze di un mondo oggi poco coccolato, quello “privato”, in cui le aziende imprenditrici di medie dimensioni non cooperative possano trovare un interlocutore dialogante. Ottima questa iniziativa, ad esempio: ma a chi si rivolge? Chi ascolta?

Intervento di Arrigo Pisoni alla Tavola rotonda UDIAS dd. 12.06.09 a San Michele

Grazie per questa opportunità, grazie per questa iniziativa di Udias.

Mai mi sarei aspettato di riuscire a mettere assieme qui un convegno, un congresso, un festival com'è di moda oggi.

Siamo qui tutti intorno al nostro ammalato che è il nostro vino e tutti hanno delle soluzioni. Io purtroppo non ne ho, ho sentito molte proposte concrete e penso che dobbiamo perseguirle.

Un mio pensiero, invece, vorrei esprimerlo per dire che questa crisi è una crisi ancorché economica, una crisi morale, una crisi di etica, una crisi di persone che hanno abbandonato un po' l'amore alla nostra terra.

Io sono un ammiratore della cooperazione, del Don Lorenzo Guetti il quale ha intravisto per primo la via per risollevare l'agricoltura; eravamo un'agricoltura di miseria, miseria bruciante; e un altro personaggio a cui mi ispiro con grande ammirazione è quel barbuto dai baffi là, zio Edmondo lo chiamo, che nel 1874 con la Scuola ha proprio aperto la via per risorgere; dalla nostra gloriosa Scuola sono usciti uomini che hanno guidato quella macchina possente che è l'economia, la cooperazione, ma anche molte altre aziende, ha guidato i magazzini sociali, i caseifici, le casse rurali, dappertutto ci sono stati i nostri colleghi e penso che abbiamo dato un buon contributo alla nostra economia trentina.

Vedo un'attenuarsi di questo impegno, vedo un disinteresse; forse il benessere ci ha portati a questo.

Mi viene in mente una frase con cui sono stati accolti i dirigenti della provincia a Lasino: il Fausto "Monec", in un'assemblea molto frequentata ha urlato ai dirigenti: "Voi siete dei mercenari perché venite qua, predicate, tirate i vostri soldi!" Aveva trovato questa frase, tratta dalle Scritture; non vorrei fosse tornato quel tempo anche per i nostri funzionari, i nostri dirigenti, i nostri politici; essi guardano ben bene alla loro carriera, alla loro paga, alle loro pensioni e il dovere morale di vedere la società passa un po' in secondo piano.

Io vorrei auspicare che ritornino quei galantuomini che, come diceva Don Guetti: "I nostri dirigenti, le nostre cooperative, lavorano a ricompensa a Verona!" Mentre oggi c'è la corsa ai gettoni di presenza, la corsa a fare il consigliere della cassa rurale, a fare il consigliere delle varie cooperative, e l'ultima cosa che importa è portare un beneficio a chi sulla terra lavora e a chi sulla terra suda; ecco, il mio auspicio è un po' questo: di suscitare un po' in tutti noi anche il piacere di portare un contributo di fantasia, di romanticismo e penso che lì troveremo anche la via per una soddisfazione economica. Non è la quantità, questo lo abbiamo già sperimentato, che ci dà la soddisfazione, perché abbiamo i magazzini pieni, i magazzini pieni di mele grosse così, stiamo spendendo miliardi per le reti antigrandine. Dicevo stamattina, venendo con Stefano, che potremmo risparmiare anche quei soldi e lasciar grandinare un po', ci risolverebbe il mercato per quelle mele, le butteremmo nel fosso perché non si può fare nemmeno marmellata e così con le uve: piantiamo 6.000 viti per ettaro, le concimiamo riempiendo il terreno di concimi chimici e letame, poi tagliamo l'uva in

eccesso, la buttiamo per terra e continuiamo così a perpetuare uno sfruttamento da parte delle grosse multinazionali che producono veleni e antiparassitari per alimentare questo mercato che noi dobbiamo rincorrere, continuando a cambiare anche gli antiparassitari perché i nostri parassiti, pidocchi e acari, si adeguano a veleni sempre più forti.

Butto qui una riflessione per la nuova generazione affinché si rifletta un pochino se non si sia uno spirito da riscoprire anche nelle campagne. Mi auguro che si esca da questa torre di Babele, dove tutti parliamo una lingua diversa, tutti siamo depositari della verità, hanno sbagliato sempre gli altri, gli altri non capiscono niente, ecc.

Ho colto con piacere l'invito a dialogare, a collaborare; grossi produttori, piccoli produttori, la comparazione, l'iniziativa privata, perché dobbiamo trovare uno spirito che ci aiuti a uscire da questa situazione e perlomeno vivere un po' più serenamente, bevendo un po' meno, come ha imposto la norma della circolazione; sopravviveremo anche senza il "bianchetto" a mezza mattina, come era nella nostra tradizione.

Grazie.

Intervento di Paolo Dorigati alla Tavola rotonda UDIAS dd. 12.06.09 a San Michele.

Salve!

Ringrazio UDIAS per l'invito, mi ha fatto molto piacere in quanto questo tema mi sta a cuore, probabilmente più per storie sentite raccontare che per quelle vissute ovviamente, vista la mia giovane età e diciamo che non sono qui per sentenziare, ma per domandare, chiarire, capire. Alla mia generazione di enotecnici, quindi giovane, arrivano molte chiacchiere, molte parole, anche molti fatti e noi ci troviamo purtroppo a doverci quasi schierare.

Questo evento va nella direzione di chiarire, soprattutto per noi giovani quindi, il futuro; anche l'argomento della crisi morale ricordata dal Signor Pisoni, mi trova personalmente molto propenso e sensibile. Essa è molto complessa e non può essere analizzata facilmente, soprattutto da una persona come me o dai miei colleghi giovani; è una cosa che va capita, va elaborata e quindi io sono qui anche per chiedere lumi ai miei colleghi più anziani, più esperti del settore e che sicuramente vedono la situazione da una prospettiva probabilmente molto più corretta, anche sincera spero. Aspettiamo di conoscere quale potrà essere la vera soluzione per un rilancio della nostra viticoltura, ma soprattutto del mercato del vino, dei DOC, di autocoscienza, di quello che potrà essere il territorio trentino per noi, di quello che ci può dare e come possiamo sfruttarlo.

Penso che il punto centrale sia sul come viene sfruttata la nostra situazione, nel senso di sfruttata troppo, se in maniera onesta, disonesta, e da chi; e questo, sinceramente, per un giovane come me è veramente difficile capirlo anche dai giornali.

Purtroppo ci si basa sempre su racconti di persone singole, amici, parenti che spesso possono essere di parte, quindi si va a non conoscere bene le situazioni.

Come diceva appunto il Signor Pisoni, questa onestà e questa sincerità devono venire prima di tutto da noi produttori, a livello produttivo e commerciale con delle linee guida chiare. Capisco che indicare linee guida sia molto difficile, come pure fissare l'obiettivo; ognuno di noi probabilmente ha obiettivi diversi e forse è proprio convertire obiettivi diversi, il vero problema. Se non c'è un obiettivo comune si cerchino almeno linee comuni per più obiettivi e questo può essere un buon punto di partenza.

Sul come farlo non ho ovviamente riposte e chiedo appunto a voi colleghi più esperti, anche ai ricercatori perché dal punto di vista tecnico non è impossibile, come si può livello trentino soddisfare tutti, con l'apporto sia dei produttori, sia degli Enti preposti che dovrebbero avere queste capacità, ma che forse non si sfruttano bene.

Penso alla legislazione ed a tutto il resto: secondo me non c'è una base morale forse molto giusta. Faccio riferimento all'Alto Adige nel quale non vedo grandi differenze legislative, che pure ci sono, ma dove la vera differenza sta nell'autodeterminazione dei produttori e dei commercianti che riescono, con le stesse condizioni di noi

trentini, ad ottenere, non tanto maggiori profitti, ma sicuramente un benessere diffuso e meglio ripartito lungo la filiera.

Ovviamente questo è argomento molto difficile e quindi anche solo a parlarne bisogna sempre utilizzare i guanti, ma mi auguro che dai colleghi più anziani e dalle cantine con maggiori responsabilità e con più voce in capitolo, possano giungere apporti utili anche a quelli che come me sono giovani e inesperti.

Grazie.

Intervento di Fausto Campostrini alla Tavola rotonda Udias dd 12.06.09 S. Michele

Il titolo della giornata è quanto mai interessante e credo che molti operatori trentini stiano profondamente meditando sulla difficile situazione attuale che sta costringendo le nostre aziende a reinventare nuovi modi e nuove strategie per rimanere nel mercato e, se possibile, continuare a produrre quel valore, che sino a poco tempo fa, il comparto trentino ha prodotto con diffusa soddisfazione di tutti gli operatori della filiera.

Non è una novità e non è nemmeno frutto di una profonda riflessione, accorgersi che oggi il sistema non è più quello di qualche mese fa, o meglio, oggi dobbiamo fare i conti con alcune criticità del nostro sistema che, se fino a poco tempo fa, pur se presenti, potevano essere agilmente dribblate senza incorrere in particolari danni, oggi ci inducono a constatare che non c'è più "trippa per gatti" e quindi, per proseguire con i modi di dire, "tutti i nodi vengono al pettine". Gli anni buoni sono passati e mi sorge una domanda; come ne siamo usciti dagli anni buoni? Come sempre i treni passano una sola volta, oggi dobbiamo aspettare il prossimo che al momento annuncia ritardo non ben quantificato.

Non mi piace fare un'elencazione delle cose che non vanno, ma preferirei evidenziare alcune note, che ho fatto mie in questo periodo, e che vogliono essere propositive e più concrete possibili.

Sono convinto che la crisi attuale del settore, ovviamente collegata strettamente con la crisi economica in atto a livello globale, mi costringerà a fare di necessità virtù, ovvero sto cercando di vedere le opportunità che questa situazione mi evidenzia per affrontare le difficoltà non come criticità ma come possibilità di miglioramento.

Vorrei **rifocalizzare i valori** che stanno alla base del mio lavoro, ovvero in primis devo resettare il concetto del produrre valore in azienda come risultato di efficiente gestione dei costi e dei ricavi. È necessario che io analizzi con attenzione sia i costi di gestione che i risultati in termini di ricavi dell'attività lavorativa per verificare quanto, di tutto quello che si fa, serve veramente! Mi sto accorgendo che forse, fino a poco tempo fa, facevo delle cose che posso evitare di fare a tutto vantaggio della qualità del lavoro stesso. Oggi i costi sono certi; non altrettanto i ricavi che a volte, nonostante tutte le attenzioni del caso, si rivelano aleatori.

Secondo aspetto che mi passa spesso in testa: è tempo e ora che il **confronto delle opinioni**, delle competenze, delle conoscenze, delle professionalità possa produrre delle soluzioni alle nuove problematiche, soluzioni che scaturiscono dal primato del confronto collaborativo, rispettoso, profondo e onesto in cui non è il peso del potere che decide ma è la qualità del modello prodotto che impone la scelta. Tutti i soggetti del settore, grandi e piccoli devono trovare spazi e modi per dialogare sulle scelte strategiche comuni; serve uno sforzo comune che potrà solo arricchire di qualità le

scelte che si faranno. In tale operazione credo che si debba dare più ascolto anche ad operatori esterni al nostro comparto provinciale e a competenze più vicine al mercato quali buyer, ristoratori, consumatori diversi per evitare che il baricentro del confronto sia troppo intimistico e troppo autoreferenziale. Infine, più spazio ai giovani, a quanti hanno voglia di scommettere sul loro futuro.

Il rispetto delle regole; sia la crisi dei nostri modelli attuali che l'impatto della nuova OCM che a breve si farà sentire pesantemente sul settore, mi inducono a pensare che il settore non sia più disposto a mediare su regole che sono tali solo per essere eluse. Ovvero, le regole del gioco esistono, non siano per favore troppe, ma quelle che vi sono, siano rispettate da tutti quanti operano nello stesso ambito. A proposito di nuova OCM, mi sembra piuttosto evidente oggi che le strade per il futuro saranno due e ben distinte tra loro; o si farà del vino di qualità che non ha nel territorio alcun carattere distintivo ma ha nel marchio la leva potente per accedere ai mercati mondiali (e mi sembra un'opportunità e strategia per grandi aziende in grado di competere sui mercati mondiali, e per fortuna il Trentino dispone di queste realtà) o si farà del vino di qualità che nel territorio ha un plus spendibile e vincente, in grado di dare identità al prodotto enologico (e per fortuna il Trentino dispone di aziende con queste opportunità con i vitigni autoctoni e con le produzioni a forte connotazione territoriale vedi Trento doc).

Il concetto di identità; qual è l'emblema del Trentino? Qual è l'identità del Trentino sul mercato? Identità, citata nel titolo della giornata, ritengo sia fondamentale: l'identità consente di essere riconoscibili, di essere visibili, di assumersi le responsabilità della qualità del prodotto proposto, significa trasparenza, significa avere qualche cosa da comunicare, con forza, con energia, con determinazione e stile.

Lo stile del vino; non dimentichiamo che lo stile è qualche cosa di necessario perché un prodotto di qualità si affermi come tale, nel rispetto della propria identità. Lo stile di un vino non si improvvisa, servono energie, competenze, tempo, ma lo stile rimane segno indelebile al di là delle mode o delle crisi più o meno congiunturali.

Infine il **coordinamento** dei vari soggetti e delle forze in campo. Non è più il tempo di fare da soli. Costa troppo. Ritengo invece sia proprio il momento di individuare azioni comuni, su progettualità condivise e selezionate, per non disperdere energie ma rendere massimamente efficiente ogni sforzo operato. Questo non è sinonimo di sovrastruttura; per razionalizzare non credo servano strutture terze ma accordi finalizzati in un network informale di confronto.

Termino scusandomi per non essere presente di persona e per la limitata chiarezza che le poche righe e la penna modesta mi consentono, ringrazio per l'attenzione e mi rendo disponibile per ogni osservazione in merito.

Buona giornata

Intervento di Luca Rigotti alla Tavola rotonda UDIAS dd. 12.06.09, San Michele

Buongiorno a tutti,

Prima di iniziare devo fare una premessa: io non sono un commerciale per cui vivo il mercato in seconda persona, a livello aziendale però spesso si discute e si analizza cosa sta succedendo a livello di mercato, per meglio capire ed interpretare, quello che sta succedendo.

Questa, come tutti sappiamo, è per il settore vino la crisi nazionale peggiore dal dopoguerra, la vera crisi dopo di quella del metanolo che risale al 1986. È una crisi di tipo strutturale per quanto riguarda la produzione, unita ad una crisi congiunturale, oltre all'entrata in vigore della nuova OCM vino.

L'OCM vino sta pesando moltissimo su tutto il settore: tanto abbiamo lavorato, anche a livello di Comitato Nazionale, per far valere le nostre ragioni presso la Comunità Europea e poco abbiamo ottenuto. Si può dire che su 10 direttive 9 non sono certo vantaggiose per il nostro settore. Su questi problemi si dovrà cercare di essere più incisivi anche presso il Ministero. Per questo è doveroso riallacciare il dialogo con le Associazioni di categoria, non tanto in provincia di Trento dove il dialogo non si è mai interrotto, ma piuttosto a livello nazionale con la Coldiretti e con le altre Associazioni sindacali per trovare unità di intenti su molte tematiche che interessano il nostro settore, ad esempio sul tema "vendemmia verde" o per quanto riguarda il "disaccoppiamento" che per certi settori e per certe situazioni può andare bene, ma non può essere calato in egual misura su tutti ed in tutte le zone d'Italia. Sono aspetti che hanno delle serie conseguenze sul mercato, sulle società e di conseguenza sulle remunerazioni dei soci delle cooperative ma la crisi non interessa solo la cooperazione.

La vera crisi potrà manifestarsi verso l'autunno e non per l'OCM vino o non solo per quello. Siamo nel mezzo di una crisi economica: si iniziano a sentire sentori a livello europeo di problemi finanziari dei grossi distributori. Questo è il vero rischio: ci potrebbero essere fallimenti e di conseguenza mancati incassi e ciò sarebbe rilevante, molto più dell'OCM!

Come possiamo intervenire?

È difficile, è molto difficile dirlo. Sicuramente in Trentino non siamo messi male, abbiamo nella nostra provincia tantissime realtà grandi e piccole, privati famosi e grossi gruppi. Abbiamo un distretto enologico che partendo da Ravina passa per Lavis e arriva a Mezzocorona che a livello europeo ci è invidiato da tutti. Come cooperazione abbiamo saputo costituire grosse società, abbiamo saputo organizzarci per gestire tutta la filiera, dare reddito, sostenere un'economia e si dovrà andare avanti a fare questo in sinergia con tutto il settore. Il gruppo Mezzacorona commercializza un terzo e forse più della produzione trentina; sta implementando e messo a punto delle strategie, delle tecnologie che dovranno essere discusse, condivise, elaborate dai vari esperti all'interno delle aziende, per vedere cosa si può

fare. Sicuramente serve un dialogo a tutto tondo fra tutti gli attori del settore, grandi e piccoli, per implementare la qualità, la notorietà del Trentino, del territorio, la nostra immagine ed essere capaci di mantenere questa titolarità sulla gestione del territorio, del prodotto e della commercializzazione.

Molto più non posso aggiungere anche perché il tempo è poco e non è facile sintetizzare tematiche così complesse.

Speriamo comunque di riuscire, anche con l'aiuto del Consorzio Trentino Vini, a mantenere la situazione sotto controllo. A livello nazionale la situazione è molto peggiore che in Trentino; ci sono vini invecchiati a 18 euro l'ettolitro, cisterne di vino pregiato di cui non ti chiedono neanche il prezzo! Questa è la realtà nazionale. In Trentino per fortuna la situazione è migliore, certo, anche qui si sente la crisi, che porta un certo livello di preoccupazione, che serve a farci preparare ed attrezzarci contro ulteriori difficoltà che potrebbero verificarsi. Tuttavia già nel 2010, si dovrebbero avere i primi segnali positivi, per cui si può affermare che rispetto al panorama nazionale abbiamo ancora dei punti di forza e la situazione non è così difficile.

Quindi siamo in dovere di fare tutto quanto è possibile perché la situazione non peggiori, per poter far fronte alla crisi nel migliore dei modi, per poter garantire il miglior reddito possibile ai viticoltori e per mantenere competitiva la nostra economia.

Grazie.

Intervento di Bruno Trentini alla Tavola rotonda UDIAS dd. 12.06.09 – San Michele

Buongiorno a tutti.

Sono sicuramente il meno competente sul tema di oggi, perché io lo vedo da fuori, cioè non lo vivo tutti i giorni come lo vivete voi. Voi che sulla vostra pelle toccate tutti i giorni quelle che sono le problematiche del Trentino.

Arrivano è vero, tanti messaggi, soprattutto sul mercato, vedo i posizionamenti e quindi qualche riflessione mi permetto di farla.

Qualche riflessione da operatore. Il mio sarà quindi un discorso molto schematico, a blocchi e forse poco politico, ma spero di darvi qualche spunto, da uno che il Trentino lo vede da fuori e lo vive da dentro, col cuore.

Parto dal presupposto che si riconduce al titolo: “Vino Trentino, Identità e Crisi Globale”.

Sì, c'è una crisi sicuramente globale che è quella che anche il dottor Rigotti ha citato poco fa. Dobbiamo però avere il coraggio di dire che è una crisi che non tocca il vino perché in termini di consumi mondiali, il vino si mantiene, quindi è un discorso di “riposizionamento” del vino. La crisi vera di un prodotto c'è quando di quel prodotto diminuiscono i consumi, mentre i consumi in termini complessivi non diminuiscono, c'è invece un riposizionamento da considerare.

Ecco quindi, l'utilità di questi incontri che voi con tanta accuratezza fate per incominciare a discutere in quali termini si deve riposizionare il settore per essere sicuramente prim'attori come è possibile nel futuro del Trentino.

Bisognerà partire però da punti fermi che sono quelli della situazione del Trentino. Trentino che voi probabilmente trascurate perché lo vivete tutti i giorni, ma da fuori è visto sicuramente come un territorio a grandissima vocazione vitivinicola per il suo ambiente; è un territorio con grandi capacità di gestione grazie anche a questa Scuola che ha formato dei personaggi che hanno grandi capacità e competenza per poter portare avanti a tutti i livelli la filiera del settore vitivinicolo.

Esso produce sicuramente qualità, produce in senso ampio, con dei costi - anche qua, sono un po' ripetitivo, ma giustamente l'analisi è già stata fatta prima di me da altri - con dei costi che sicuramente sono superiori a altri territori e che sicuramente non saranno mai competitivi con altri territori.

Dopodiché c'è anche la considerazione che il contesto è comunque piccolo perché, prima francamente non lo sapevo, ho sentito parlare di 10mila ettari: solo la nostra azienda di Soave ne conta 6.500; è evidente che il contesto complessivo è un contesto piccolo in un ambito globale. Questo è un dato di fatto.

Io sono uscito dal Trentino nel '92 lasciando un territorio che era proiettato su una vocazione spumantistica in grossa crescita. Questa doveva essere di traino per tutto il Trentino, questa era la situazione nel '92. Invece il Trentino è mancato. Perché?

O meglio: è rimasta in Trentino sicuramente l'azienda leader a livello nazionale nel campo dello spumante, ma di tutte quelle, non ricordo bene, 20-25, di quella miriade di aziende che c'erano allora, in tempi brevissimi perché sono passati solo 13-14 anni, si sono perse per strada. Questo, secondo me, è il primo elemento di grossa

perdita che ha avuto il Trentino. Ripeto, non per l'azienda che ha mantenuto la leadership trentina e nazionale, ma perdita per il Trentino in quanto possibilità anche perché le bollicine, comunque sia, si continuano a vendere, anzi hanno un trend più che positivo.

Certo che produrre un qualsiasi prodotto oggi non è solo, appunto, farlo e farlo buono, ma è anche capire come venderlo e forse è in questo ambito che il Trentino spumantistico è venuto un po' meno.

Dopo l'euforia nello spumante c'è stata e c'è, perché c'è per fortuna ancora adesso, in quanto questo prodotto tiene, l'euforia per quelli la cui redditività è legata al Pinot grigio che ha - uso un termine che usiamo noi tutti i giorni - "drogato" il mercato del Trentino, perché in realtà ha reso tutti bravi, tutti ricchi e tutti nelle condizioni di non pensare che questa sia una situazione transitoria.

Adesso - lo conferma l'avvedutezza dell'incontro di oggi - è proprio perché probabilmente ci si rende conto che la logica del Pinot grigio che ha portato a tante risorse economiche per i produttori e per tutta la filiera, sta finendo. E questo anche perché l'Italia a livello mondiale produce ormai solo il 50% del Pinot grigio che è destinato a ridimensionarsi su una quota sempre più bassa e ciò vale soprattutto sul Pinot grigio negli Stati Uniti. Vedo, infatti, quello che da tanti anni avviene con il Soave in Germania, dove la competizione è su un prodotto che fa grandi volumi a suon di ribassi, a suon di promozioni, quindi probabilmente, anche il Pinot grigio non potrà più in futuro lasciare quelle risorse economiche di marginalità che ha lasciato.

È evidente che a questo punto il Trentino con le logiche in essere e con queste premesse deve reinventarsi una sua strategia dal punto di vista delle produzioni prima ancora che di pensare al come porle sul mercato.

Che cosa produrre, che cosa identifica il Trentino e quindi con che cosa andare sul mercato?

E' fondamentale che ciò venga fatto rapidamente perché poi ci vuole tempo per giungere al mercato. Per portarlo sul mercato nell'ambito di una logica che è quella che ho detto prima, comunque di nicchia. Sono d'accordo che negli ultimi sei mesi è drasticamente franato il mercato dei vini di nicchia a più alto valore e bene ha fatto qualcuno a ricordare lo Champagne che è in calo del 40%, pur essendo per antonomasia il prodotto di più alta immagine in ambito enologico, assieme alla situazione del Brunello e dell'Amarone, tutti i vini che costano cari; nessuno li mette in discussione per la loro immagine, ma nessuno li può o li vuol più comprare perché sono cari.

Parlando di nicchia, il patrimonio ambientale è un grosso patrimonio che va sviluppato nell'ambito di questo segmento che è quello dei vignaioli, cioè le bandiere di un territorio per crearsi un mercato che è il mercato qualificante. Per loro natura, queste non possono essere grandi aziende che hanno altre logiche.

Io faccio parte di una grande azienda che sta sul mercato, anche quello di nicchia, ma che per forza di cose di fronte all'identità di un vignaiolo - verso il quale il ristoratore

ha un diverso modo di percepire la sensibilità qualitativa e produttiva - è evidente che deve essere sviluppato un discorso con queste aziende che devono essere aiutate a crescere. Noto forse, e ripeto come osservatore esterno, poca competenza, le vedo cioè molto brave a produrre, ma un po' chiuse, salvo qualche eccezione, pertanto dovrebbero riuscire a andare di più sul mercato.

Il Trentino si distingue a livello nazionale, come ha detto bene anche Rigotti, non solo a livello nazionale ma a livello mondiale per delle cooperative che non sono seconde a nessuno con strutture che oggi, a livello europeo, sono di prim'ordine e quindi con delle competenze che sicuramente sono invidiabili.

Sono delle strutture che però devono probabilmente cercare di trovare una strategia commerciale alternativa, come dicevo prima, al Pinot grigio, cioè devono cercare di capire come riuscire a trasferire ai loro soci ancora quella valenza, in termini economici, che tanta soddisfazione ha dato negli ultimi anni.

La devono scoprire analizzando quelli che sono i prodotti del Trentino da promuovere, perché francamente non credo che quella di fare, di muovere grandi masse, di muovere delle montagne, possa partorire niente se non qualche topolino. Sappiamo, infatti, che il mercato della grande distribuzione fatta in competizione con gli altri, lascia sì e no i costi di ammortamento e di produzione dei prodotti stessi.

Le strutture trentine sono una grande risorsa, anzi, una grandissima risorsa, ma vanno un pochino ripensate nell'aspetto produttivo e nell'aspetto del mercato. E per quello che vedo io sempre all'interno di quelli che sono i soggetti, mi ha fatto piacere sentire che Albino Armani nella sua nota che ha presentato abbia fatto un cenno perché, io mi sento di dirlo, probabilmente una riflessione sul concetto del "secondo grado" va fatta, cioè un "ripensare il secondo grado" potrebbe diventare probabilmente una soluzione alla crisi di tante cantine cooperative di primo grado e penso che sicuramente una cantina di primo grado sia più vicina all'esigenza di un socio togliendo quella competitività fra soggetti di primo grado che tanti danni può recare. E' la chiave che potrebbe riportare nuovamente a un collegamento col territorio.

In definitiva, il Trentino ha bisogno di strutture, di cooperative che siano collegate con la base, ma non ha bisogno di una mega struttura che viaggi perseguendo logiche che sono staccate dalle necessità dei produttori, dal Trentino e dalla politica del Trentino.

Probabilmente ci sono gli elementi, in questo momento, per fare questo tipo di riflessione sul "secondo grado".

La base su cui probabilmente dovrà andare il Trentino è una base che, forse per esclusione, non è diversa da quella della valorizzazione dei prodotti che si riescono a fare solo qua e qua sono coltivati, cioè un po' quello che ha fatto l'Alto Adige prima ricordato: ossia scegliere delle varietà e puntare su quelle!

Arrivo a questa conclusione perché sicuramente oggi, per tutti, il mercato si fa o con una politica di brand o con quella di nicchia.

In America, se vogliamo vederla nell'ambito di quei 7milioni di ettolitri che vengono importati sui 14 milioni che vengono venduti, alla fine quello che viene venduto è ciò che persegue una politica di brand, possibile solo per le grosse aziende; la Gallo, dei 5 brand più performanti ne ha 3, tanto per fare un esempio, ma investe risorse che solo quelle aziende possono avere per le loro dimensioni, ma nessun'altra azienda, né trentina né nazionale; quindi neanche se mettessimo insieme tutto il Trentino potremmo fare una politica di quel tipo lì. Infatti, la politica di brand, mordi e fuggi, lancio e porto a casa quelli che sono i vantaggi a breve termine e nel frattempo studio un altro prodotto per ripartire, non può essere perseguita.

Sicuramente, dal punto di vista di queste opportunità, non può essere giocato il discorso della varietà - perché il discorso della varietà, come è il caso del Pinot grigio, è destinato ad un ciclo, quindi 5, 10, 15 anni - ma deve essere legato ad un discorso di originalità territoriale.

E' la via più difficile, è la via che comporterà sicuramente qualche sacrificio in più, però secondo me, è l'unica via che può dare la certezza e un futuro alla produzione trentina. Se ci mettiamo in competizione o per produrre più quintali a ettaro o per produrre più bottiglie, nelle aziende non vedo grosse prospettive.

Concludo dicendo che la vera capacità e la vera risorsa del Trentino, mi ripeto, sono gli uomini che ci sono, anche grazie a questa Scuola e alla capacità di porsi a confronto, di porre delle tematiche prima che le questioni economiche diventino irreparabili.

Quelle poche cose che vi dovevo dire sono queste, sono tante riflessioni e pochi suggerimenti perché la bacchetta magica è difficile averla, ma sono sicuro che il Trentino riuscirà a far valere le sue valenze.

Grazie.

Intervento di Roberto Zeni alla Tavola rotonda Udias dd 12.06.09 a San Michele

La parola crisi è divenuta oggi un termine ricorrente del nostro parlare, una forma di espressione comune che caratterizza il mondo economico e sociale da più di un anno dopo il crollo azionario, quasi fosse divenuta un'intercalazione di moda.

I giornali, le televisioni e i media in generale ne hanno fatto un must, cavalcando ahimè e in parte giustificata, l'onda della paura e dello spauracchio.

La realtà artigianale o industriale italiana ha dato segni evidenti di questa crisi, anche il Trentino isola felice ha avuto dei grossi scossoni in termini di posti di lavoro e tutti in cuor nostro speriamo intensamente di mettere alle spalle questa situazione per riprendere a pensare in modo positivo e rimetterci a lavorare e a produrre come abbiamo sempre fatto, forti anche di questa esperienza.

E' vero che i fatturati delle cantine hanno virato verso il basso, ma dobbiamo fare alcune considerazioni:

- La crisi non è da imputarsi al mondo del vino, come è successo in molti casi in passato vuoi per scandali o per frodi e questo fatto è sicuramente positivo.
- Il trend negativo del commercio del vino è collegato alla crisi globale.
- Il rallentamento del consumo di vino e alcolici legato a fenomeni quali:
 - il terrorismo psicologico correlato alle sanzioni per chi guida in stato "considerato" d'ebbrezza;
 - il rincaro alla mescita spesso non giustificato che non invoglia la consumazione;
 - l'insinuante quanto mai subdola campagna medica contraria all'assunzione dell'alcool sui generis, per motivi salutistici;
 - la consapevolezza morale o di costume che deplora l'uso degli alcolici in funzione degli incidenti (della serie.... Bevi? E allora sei un considerato un ubriacone.)

Malgrado questa lugubre premessa mi sembra importante sottolineare come il Trentino negli ultimi anni sia riuscito a valorizzare in maniera esponenziale la sua immagine territoriale fatta di cultura, di uomini, di paesaggi, di turismo, di ospitalità, di vino, spumanti e grappe.

Su questa lunghezza d'onda abbiamo continuato a valorizzare le nostre aziende sia in termini di strutture, rendendo più belle ed ospitali le nostre cantine, sia con azioni di pubbliche relazioni mirate alla conoscenza e divulgazione dei nostri prodotti con ingenti risorse economiche aziendali.

L'ente pubblico ha fatto la parte del leone, infatti, grazie ai Suoi investimenti economici ha valorizzato dapprima nel tempo il Trentino vacanze e turismo, cultura Festival dell'Economia e poi più specificatamente al vino (Trentodoc, Giro d'Italia, Juventus, Gerry Scotti, Umbria Jazz, La barcolada a Trieste, Centoenoteche, Trentino wine, Eventi in Palazzo Roccabruna, Mostra dei vini.

Oggi con orgoglio posso affermare che in Italia si parla finalmente di Trentino in termini di territorio, di vacanze e di prodotti tipici, tra i quali come fiore all'occhiello, brillano certamente i vini.

A livello Vignaioli del Trentino, “ ottanta soci, circa tremilioni e mezzo di bottiglie, con un range di produzione che va dalle diecimila fino ad oltre duecentomila bottiglie con la maggioranza di vini fermi rispetto alle bollicine” stiamo investendo su giornalisti ed opinion leader di tiratura nazionale e tedesca per valorizzare la figura del vignaiolo trentino stretto dalla morsa dei grandi enopoli, e tra due regioni forti quali il Veneto e l'Alto Adige per far capire al consumatore italiano che la realtà trentina è composta anche da piccole entità che con grande amore, passione e dedizione valorizzano il proprio territorio, con un lavoro meticoloso e certosino dalla vigna, al vino ed infine alla commercializzazione, puntando sicuramente sui vini legati alla varietà, ma anche frutto di interpretazioni territoriali e di fantasia personale che esulano dalla tradizione, per ottenere vini di grande impatto gusto olfattivo, estremamente personalizzati, unici e irripetibili che siglano la mano del vignaiolo: vini d'autore.

Abbiamo costituito la Fivi, organo indipendente che raggruppa i vignaioli italiani e poi associati al Cevi, organo interprofessionale europeo con due precisi scopi: valorizzare la figura del Vignaiolo in termini di conoscenza al consumatore e di avere presso le istituzioni italiane un ruolo di riconoscimento e certificazione professionale. Oggi si parla di agricoltura in generale, colture erbacee, allevamenti, latte, olio, ma il settore vino non ha avuto la considerazione che si merita, forse perché è riuscito a camminare da solo, (OCM a parte) le cooperative e gli industriali hanno i loro rappresentanti in seno al governo, noi lo stiamo costruendo.

La voce nel bilancio economico “ costi di pubblicità e pubbliche relazioni “è aumentata in questi ultimi anni in maniera esponenziale o addirittura raddoppiata a conferma della volontà da parte nostra di volere scrollare di dosso sia la parola crisi di questi ultimi periodi ma dettata anche dalla necessità di aprire nuovi mercati o quanto meno allargare il nostro giro d'affari.

La produzione dei Vignaioli si attesta sul sei per cento dell'intera produzione d'uva del Trentino e già da qui si può desumere quanto sia marginale la fetta di mercato rispetto ai grossi enopoli trentini.

Tuttavia riteniamo, con un po' di modestia, ma sicuramente con grande orgoglio di millantare le etichette più prestigiose della compagine vitienologica trentina.

La filosofia di vendita è rivolta al canale ho.re.ca, con una buona percentuale indirizzata al mercato locale, mentre la minor parte gestisce in maniera autonoma il mercato nazionale ed internazionale su mercati quali Germania, Svizzera, Gran Bretagna, Stati Uniti e Giappone.

Si parla sempre di piccole quantità che si rivolgono ad un mercato di buongustai, di ricercatori di cose impossibili e rare, di persone dai trent'anni in su, esperti di vino ed estimatori del buon bere.

Mercato difficile sicuramente perché influenzato dalle mode, dalle guide, dagli umori degli osti ed enotecari e dal fatto che il vino non è un alimento indispensabile ma strumento di piacere e soddisfazione personale.

Mercato reso ancora più difficile dalla grande quantità di etichette offerte, in Trentino, in Italia, per non parlare dell'invasione per opera di stati emergenti del vino come Nuova Zelanda, Cile, California, temendo l'arrivo del vino prodotto nei paesi dell'est dove molti produttori italiani e non hanno investito ingenti capitali per via dei prezzi della terra e manodopera davvero irrisori.

La chiave del successo dei nostri vini in questi ultimi trent'anni è caratterizzata dal fatto che siamo riusciti a fidelizzare i nostri clienti con prodotti buoni, sani e genuini sicuramente di qualità, con un prezzo interessante, sia per la remunerazione dei nostri capitali ed investimenti, che per il cliente finale.

In pratica si continua a puntare sui vini a bacca bianca, grande risorsa trentina, ma fanno bella figura di sé i vini rossi con i due autoctoni, la riscoperta di vini da antiche varietà trentine, vini d'autore o vini di legati alla doc trentina, con una differenza di prezzo assai importante tra classici e riserve.

Tutte queste varianti hanno limitato i danni in termini di bilancio e benché tra sessanta giorni ritorneremo in vendemmia, non siamo neanche preoccupati se avanza un po' di vino nelle nostre cantine. Pazienza, chissà che buone riserve andremo ad affinare nelle nostri botti.

Sono trent'anni che la fortuna ci arride, sono più di trent'anni che le aziende vitivinicole sono cresciute, si sono abbellite, hanno dato da vivere alle nostre famiglie in modo davvero decoroso... Se questo ultimo anno non è andata come da copione, non importa, ci riproveremo nelle annate future.

Nei prossimi giorni andremo in vigna ad eseguire la potatura verde, sacrificheremo qualche grappolo in più e, se il Buon Dio ci assisterà, potremo contare su una vendemmia davvero superba, per essere pronti con vini ancora più buoni, quando la crisi sarà solo un brutto ricordo!

Cin, Cin e allegria!

Intervento di Francesca Negri (Corriere del Trentino)

Voglio premettere questo: io amo il Trentino e sono dispiaciuta di questa situazione e vorrei capire come fare ad uscirne perché anche questa mattina - immagino che sia difficile dire delle cose concrete - io non ho capito prima di tutto in che cosa si traduce la crisi, nel senso che abbiamo tagliato le pubblicità, abbiamo smesso di assumere persone, abbiamo licenziato degli agenti, per cui vorrei capire concretamente questa crisi che dimensione ha.

Quali sono state, quindi, le manovre attuate? Infatti, la prima cosa che viene in mente in un'azienda, prima di licenziare personale, è magari quella di ottimizzare, quindi tagliare tutta una serie di costi che possono essere il consulente, che non è dipendente, oppure appunto, la pubblicità o cose di questo genere.

L'altra cosa che volevo capire è cosa si fa concretamente, cioè se ci sono già delle iniziative concrete in campo, perché si parla da tantissimo tempo di aggregarsi, di mettere insieme vignaioli con cooperazione per lavorare tutti per lo stesso scopo, però ci diciamo sempre questo e non ci diciamo mai se c'è qualcosa che si sta muovendo. Giacomoni, per esempio, ha chiesto prima ai vignaioli di fare delle proposte concrete; ha detto che aspetta delle proposte concrete dai vignaioli perché sono importanti.

Poi in ultimo una provocazione, piccola, nel senso che vorrei capire anche come si fa a far recuperare la moralità di cui parlava il Signor Pisoni, moralità che io condivido molto e soprattutto recuperare l'amore per il nostro territorio che però non deve essere solo dei vignaioli, ma dovrebbe essere di tutti noi a partire dal tabaccaio, al ristoratore nel proporre un Trentino unito, concreto e compatto. Proporre, quindi, il prodotto trentino; mi chiedo se magari sarebbe ora, forse, di spendere un po' di milioni di euro, non per costruire delle cattedrali che rimangono vuote, ma - visto che c'è urgenza e la mentalità non si può cambiare da un giorno all'altro - se non convenga, non dico calare dall'alto ma quasi, una certa strategia che accomuni tutti; come dire: se devo spendere tanti soldi per qualche cosa, forse adesso sarebbe, vi domando, sarebbe forse il caso di spenderli per mettere in tutti i ristoranti un menu di un certo tipo, dei prodotti di un certo tipo, dei libri di un certo tipo, magari così si facilita l'ingresso di una mentalità nuova.

Grazie.

Intervento di Andreas Kössler

Buongiorno a tutti.

Qualcuno non mi conosce, allora dico che sono stato uno dei primi ambasciatori del Trentino, 20 e passa anni fa, quando lavoravo alle Cantine Mezzacorona; mi ricordo che era difficile far capire cosa fosse e dove fosse il Trentino, proprio perché oggi per creare un'immagine ci vogliono ben altri mezzi.

Il Trentino, come tutte le regioni vinicole, ha questo problema: il consumatore è talmente bombardato da mille comunicazioni di centinaia di zone vinicole per cui farsi riconoscere in questa marea mondiale 20 anni fa era più facile, mentre adesso è più complesso, nonostante i nuovi mezzi di comunicazione.

Ovviamente, c'è stato qualche tentativo importante 20 anni fa, del Trentino in Germania, grazie anche ai piccoli, meno piccoli e grandi produttori, che allora erano ancora abbastanza piccoli; quindi si era costruito un certo nome, fatta qualche immagine. Purtroppo la perseveranza è mancata, perché creare un'immagine che duri nel tempo richiede pazienza, piani, disciplina, compattezza e questo purtroppo è venuto meno quando, una volta avviate le cose, ognuno ha badato al proprio orticello. Così le cose si sono un po' perse.

Qualche tentativo buono per creare l'identità e l'immagine del Trentino c'era, ecco. Si puntava sui mercati importanti e ad es. negli Stati Uniti c'era qualche azienda che andava per conto proprio, però sempre tenendo a mente che il territorio era importante. Ciò per quanto riguarda un po' la storia dell'identità del Trentino vinicolo.

Crisi. Ovviamente è una parola che è stata ripetuta più di una volta; io credo che oggi il nostro settore senta la crisi come la sentiva già da qualche anno, ma nessuno voleva toccare con mano il problema, come del resto tutta l'economia; sulla crisi finanziaria si sapeva che la bolla prima o poi doveva scoppiare, però nessuno ha mai osato dire: attenzione! Qui c'è qualcosa che, prima o dopo, ci piomba addosso; ora c'è la crisi del consumo e noi siamo in un settore che in qualche maniera ancora si salva, ma se si guarda l'abbigliamento, le scarpe, ecc. la situazione è grave. Questo per noi può essere una piccola attenuante, però la crisi c'è; la crisi dei consumi l'abbiamo anche in casa perché e guardiamo anche solo ai giovani o meno giovani consumatori, troppi non conoscono il vino. Non è questione di età e forse neanche questione di disponibilità economica, dico "forse" perché ormai vini ne trovi di tutte le fasce, per cui potrebbe essere accessibile, ma credo che sia proprio lo stesso prodotto - vino, vuoi per gli scandali, vuoi per la stampa, vuoi perché è stato creato un prodotto di culto che allontana molta gente, giovani e non che hanno paura di accedere al vino; il mondo del vino, infatti, per molti è astratto, blasonato, floreale, poetico; anni fa il prodotto era magari povero, oggi si è arricchito, ma si è arricchito un po' troppo, cosicché abbiamo fatto un prodotto che i giovani proprio non sanno nemmeno cosa sia.

Se guardiamo un po' dietro nel tempo, l'industria della birra era uscita con una campagna forte, 20 anni fa, per sensibilizzare il consumatore con lo slogan "Bevi birra e sai cosa bevi".

Credo che siamo tutti nella stessa banca e se non riusciamo a invogliare, a stimolare i consumi - ovviamente nel giusto modo, con le regole giuste, rispettando la parte salutistica e tutti gli aspetti limitanti che conosciamo - non ne usciremo; si può farlo in diversi modi, gli strumenti li abbiamo, moderni o tradizionali, per toccare il consumatore finale con iniziative importanti; però bisogna insistere, bisogna continuare, oggi niente è sottointeso, cioè nulla è ovvio; oggi bisogna veramente lottare per qualsiasi bottiglia venduta.

Ovviamente oggi la disponibilità economica è quella che è; io ho un piccolo Wine Bar gestito da mia moglie e vedo questa piccola realtà stando in trincea: il terzo bicchiere, cioè, non lo beve più nessuno perché non vogliono, non hanno i soldi, incolpano la parte salutistica e così via, per cui è quello che manca è quell'incremento che tutti noi speravamo potesse continuare. Ma non c'è più. Ormai bisogna, purtroppo, accontentarsi.

C'è da dire poi, che la concorrenza è enorme e la crisi l'abbiamo un po' tutti, anche la Gallo e i grossi gruppi mondiali; c'è una rapidità talmente elevata sui mercati che stargli dietro è difficile.

Questa è un po' la mia analisi generale, mentre penso che il Trentino abbia diverse chance sui mercati specie nell'ambito dove me ne intendo un po' di più, cioè dalla parte delle bollicine, dove sicuramente c'è uno spazio ancora da sfruttare.

Lo Champagne. Perché è in calo? Perché è stato sì è esagerato col prezzo ed oggi ci sono alternative buone. Ci sono poi, mercati interessanti e vicini dove il Trentino manco ha messo piede, come per esempio la Svizzera. Almeno a livello istituzionale. La stessa Germania offre ancora delle possibilità. L'Austria è un fenomeno che abbiamo sottovalutato, con la rinascita dei bianchi di loro produzione, al pari della Germania. I nostri bianchi non vanno perché i tedeschi si sono svegliati, hanno fatto degli ottimi prodotti gli ultimi 7 - 8 - 10 anni e adesso sono competitivi sul mercato per cui, analizzata la situazione, ogni azienda deve fare scelte precise.

Purtroppo, anche nell'Alto Adige, nel recente passato, sono sparite un sacco di aziende per non avere valutato bene questa situazione; oddio, sparirà qualcuno anche nel settore vinicolo mondiale o nazionale e trentino.

C'è troppo vino, questo è il dato di fatto.

Grazie.

Intervento di Enzo Merz alla tavola rotonda Udias dd 12.06.09 a San Michele

Una provocazione la mia perché, tante volte, sia nella pubblicità, sia soprattutto nei vari rapporti ci definiamo sempre i campioni del mondo. Guardo la realtà italiana, e allora noi, tempo fa, eravamo circa collocati al 3° posto nei vini bianchi; prima di noi c'era il Friuli e l'Alto Adige, mentre adesso siamo superati dall'Irpinia, dalle Marche, dall'Abruzzo, e da altre regioni. Eravamo primi come produttori e come qualità nelle bollicine, oggi siamo superati dalla Franciacorta. Nei vini rossi, i vignaioli prima hanno detto che tutto va bene, che il Trentino funziona, mentre se vado nei ristoranti, confermo quanto dice Mario Poier. Alla voce carta dei vini, nei vini del Trentino-Alto Adige ci sono quasi esclusivamente vini dell'Alto Adige e da qualche raro Teroldego, ci sono dei Teroldego di altre case che qui non sono presenti.

La Provincia è intervenuta moltissimo nel campo del vino, è intervenuta con un sacco di finanziamenti ma, vivaddio, l'altro giorno un vignaiolo mi diceva che ha presentato domanda per infittire il suo impianto, questa domanda gli è stata respinta perché non è previsto un aiuto per chi infittisce un impianto, infittire l'impianto vuol dire produrre meno, produrre anche maggior qualità. Viceversa, se presentava una domanda sulla pergola doppia, questa naturalmente dalla Provincia gli veniva accolta. Cosa aspetta l'Assessorato all'agricoltura a pensare alla campagna? Prima si diceva che il coltivare la campagna costa dalle 500 alle 600 ore a ettaro; ma se vado nei paesi emergenti del vino, lì sono 50 ore a ettaro e se mi confronto con aree più o meno come le nostre, sono 200 ore a ettaro. Allora vuol dire che il nostro sistema di allevamento della vite, naturalmente con ricorso alla meccanizzazione per affrontare il mercato, è completamente da rivedere. Noi abbiamo delle cantine gigantesche, ipertecnologiche, grandi aiuti per ampliarle ed altro, ma è sufficiente? Sono tutte necessarie?

Prima è stata citata la Champagne e se vado da quei vignaioli indipendenti, anche dai medio/grandi produttori, questi in cantina non hanno niente; arriva il camion enologico attrezzato che gli fa tutte le azioni tecniche ed imbottiglia; per tanto che costi questo servizio, costa sicuramente meno che non acquistare una linea di imbottigliamento che si usa per soli 15 giorni, o forse meno, durante l'anno.

La stessa cosa, a proposito di aiuti, vale anche per le nostre campagne che, oltre a disporre di sistemi di allevamento superati che fanno grande quantità di uva, per cui non si può parlare sicuramente di qualità, pochi sono meccanizzabili e pochi soprattutto sono "ergonomici". Infatti, tra un campo e l'altro, in Champagne, in Borgogna o da qualsiasi altra parte, la distanza tra una proprietà e l'altra è di 30 - 40 cm, con un cippo a bordo strada che mi indica la proprietà. Da noi, con la proprietà polverizzata, ci sono 3 m. perché attorno al campo c'è la possibilità di far girare il trattore con comodità e nell'altro campo, altrettanti 3 m. per permettere al vicino di girare con comodità anche lui; questi sono terreni sprecati.

Allora se veramente c'è crisi e la crisi c'è e si sente, e si vede dalla frequentazione nei ristoranti che spesso sono con l'acqua alla gola, hanno difficoltà a pagare i fornitori e,

a cascata, questo si riversa sul produttore di vino; esattamente come i negozi, come altri e cose del genere.

E' vero anche che c'è spazio per tutti, non deve morire nessuno, ma dobbiamo capire che la produzione di vino deve interessare sia il vino scarsamente remunerato, sia i grandi marchi e poi, soprattutto - e questa sì è una battaglia che la Provincia deve fare - si deve capire che la vite è una coltura arborea per cui non ci deve essere difficoltà a sostituire un bosco con un vigneto e, con la subirrigazione, le profonde radici della vite trattengono il terreno come nessun'altra pianta. E piantiamola con certi luoghi comuni, perché se è vero che la produzione è migliorativa in pianura, è altrettanto vero che la qualità si fa soprattutto in montagna.

Thank you for trying PDF Suite

Intervento di Christian Scrinzi alla Tavola rotonda UDIAS dd.12.06.09 San Michele

Volevo dare un piccolo contributo anch'io, rafforzando un po' chi si pone dalla parte della crisi sostanzialmente perché, devo essere sincero, io la sto vivendo in maniera molto, molto intensa. Poi vedremo anche da che parte.

Chiaramente la vedo con un profilo tecnico, parlerò cioè da un punto di vista tecnico di persona che si trova a studiare e poi a far applicare le strategie per cercare di risolvere le problematiche di questo periodo.

Preciso subito che non posso e non voglio assolutamente permettermi di fare le veci del Signor Pedron.

La cosa che mi preme, come responsabile del coordinamento enologico di GIV, è quella di dire subito che a livello italiano la crisi c'è, la crisi si sente ed il fatto più grave è che ci sono parecchie zone viticole italiane che producono sottocosto e questo già da qualche anno.

Potrà andare avanti ancora un anno o due, però queste situazioni si vede già che iniziano a cedere e io l'ho visto in Sicilia e lo sto vivendo in una maniera molto drammatica anche in Puglia.

Determinate produzioni ad alberello - con 60-70 quintali ad ettaro, sostanzialmente Primitivo di Manduria, che fanno dei vini spettacolari - vengono abbandonate per ricevere i contributi per l'espianto, ma questo è un po' generalizzato e secondo me è un rischio, quindi c'è un rischio di perdita della viticoltura di qualità, della materia prima di qualità.

Concordo anche con chi mi ha preceduto che la crisi del vino è una crisi nella crisi più generale, la quale è nata già da prima degli attuali problemi economico-finanziari; a monte, nasce da un fatto strutturale, dalla frammentazione e polverizzazione delle aziende agricole con scarsa attenzione e scarsa ottimizzazione dei costi; essa viene anche da, permettetemi, una scarsa cultura aziendale - manageriale.

Girando per l'Italia si vedono troppe cantine studiate dagli architetti in funzione dei giornalisti, piuttosto che dall'ottimizzazione dei processi o comunque da un uso ragionato dei costi.

Chiaramente esistono anche altre cause che portano a questa crisi come determinate denominazioni DOC e D.O.C.G. che andrebbero riviste. Poi magari vediamo qualche appunto.

Forse troppo spesso si è puntato, parlo almeno per i grossi gruppi, anche al massimo della qualità, lasciando perdere la progettualità e il progetto enologico sui vini magari cuore di gamma e quindi questa, secondo me, è la fotografia del momento attuale.

Qual è allora la situazione?

Oltre a quanto detto, abbiamo effettivamente i consumi che stanno cambiando; è finita un'era salutistica dove si parlava di consumo moderato, del resveratrolo, per arrivare ai problemi alcol-correlati, abbiamo anche un cambio di stile dei prodotti che deve essere recepito velocemente.

In questo il Trentino e l'Alto Adige hanno delle chance maggiori rispetto ad altre regioni, una possibilità che mi sento di dire e magari la ripeterò dopo, sarà la possibilità di proporre anche dei vini a bassa graduazione alcolica: mi vengono in mente varietà tipo Müller Thurgau che naturalmente già la hanno e quindi potrebbe essere questa proposta a permettere una differenziazione rispetto ad altre tecniche che magari l'OCM consentirà.

Momento di crisi anche perché c'è una grossissima concentrazione dei buyer che sostanzialmente impongono dei prezzi e degli stili non aderenti alle nostre possibilità e noi facciamo spesso di tutto per assecondarli.

Concordo su quanto aveva detto prima Poier: con i prezzi sempre più bassi, c'è un servilismo verso questi buyer perché mentre parlano di milioni di bottiglie, stanno snaturando anche gli stili e questo spinge le direzioni tecniche, chi gestisce o chi propone il marketing in aziende più strutturate, a creare vini che non sono più aderenti alla varietà e al territorio. Ed è quanto si fa ultimamente dopo gli scandali che abbiamo avuto.

In alcune zone si corre a modificare i disciplinari portandoli, spostando le peculiarità tradizionali, verso una strana tipologia di vini da tavola rossi. Faccio un esempio fra tutti: io ho operato in Chianti e il Chianti, secondo l'ultima proposta che viene fatta, potrà essere un Sangiovese con un 30% di bordolese. Così esso viene completamente snaturato e quindi accumulato a tanti altri vini concorrenti che magari si permettono delle percentuali di vitigni bordolesi ancor più alte.

Questo modo di pensare va pertanto nella logica di snaturare la personalità dei vini, mentre potrebbe esserci addirittura uno sforzo e un ritorno al 100% varietale per poter dare personalità al vino.

Un'altra cosa, secondo me molto grave, è che solo da poco si sta parlando dell'OCM, la si è presa un po' troppo alla leggera. Anch'io all'inizio, non ho prestato le dovute attenzioni ed ora che siamo a poco più di un mese dall'applicazione, a livello aziendale non abbiamo ancora delle regole ben definite su cui operare; sappiamo benissimo cosa ciò significhi in un'azienda, non solo per i tecnicismi, ma anche per le strategie e questa è una mancanza veramente grave. Un'OCM che comunque ha facilitato più la base della piramide perché possiamo utilizzare i vitigni con l'annata e pertanto sappiamo benissimo come fare, come operare cioè sulla parte più bassa della piramide: chiaramente la strategia di cui tutti parlano, è la forza del marchio.

Io francamente sono molto, molto più preoccupato invece per l'apice della piramide, quindi per la parte più qualitativa che tocca e insiste proprio la "nostra" zona del Trentino, visto che anch'io sono un po' di Rovereto.

Per quanto riguarda le DOC e le D.O.C.G. bisognerebbe lavorare e lavorare in modo forte e veloce. Dobbiamo lavorare in tempi stretti, perché se in qualche modo e in qualche forma la parte sotto della piramide si sta definendo, essa va comunque a rodere e a ledere la parte sopra. Se sulla parte sopra non prendiamo delle decisioni

diventa tutto difficile. Anche che le ultime proposte, ben 40 mi sembra, sono state fatte per evitare di discutere a Bruxelles e vanno comunque nella direzione opposta, cioè nel senso di alzare un po' le rese, di allargare un attimino le cose...

Oltre alla voglia di aumentare un po' le rese c'è anche quella di avere delle basse gradazioni: quindi aumentano le rese, si vendemmia un po' prima e si torna col gusto del "verde vegetale" nei vini che qualcuno di noi ricorda.

Non condivido questa politica, mentre credo serva una legislazione molto più snella, molto più fluida, molto più precisa e che sia anche facile da comunicare, perché quando dobbiamo andare a spiegare ai buyer ed ai giornalisti come siamo strutturati diventa tutto difficile. Pertanto diventa importante dare linearità e semplicità alla parte delle denominazioni; il rischio lo abbiamo già visto: è quello che spariscono delle viticolture qualificate.

Troppo tempo, e questo veramente da fastidio, l'abbiamo speso per parlare della questione dei "cips" senza guardare alle cose veramente più importanti.

Un altro aspetto di criticità potrebbe essere il discorso dei contributi perché adesso si sta parlando soprattutto dei contributi alla commercializzazione. Va bene, ma siamo attenti che questi non vengano polverizzati eccessivamente perché poi non abbiano più l'efficacia necessaria.

Un altro rischio che vedo è quello che per cercare di ottimizzare i costi e dare o aumentare la redditività dal punto di vista viticolo; noto con crescente frequenza il passaggio dal Guyot al doppio archetto col miraggio dell'aumento delle rese. Si pensa sia la prima soluzione per assicurare maggiore redditività. Ma questo è pericolosissimo perché non siamo ancora arrivati ad avere o siamo appena arrivati ad avere, una qualità "giusta" da porre sul mercato; se torniamo indietro secondo me perderemo qualche bel punto.

Per quanto attiene al Pinot grigio, credo comunque che sia da tener presente la quantità di Pinot grigio californiano che sta venendo avanti in un modo molto, molto importante. E ciò al di là della questione interna italiana.

Francamente, per determinate denominazioni - ed io lavoro in Collio anche sul Collio Pinot grigio, ma può valere anche per Pinot grigio Trentino - bisogna insomma porre veramente delle attenzioni.

Cosa fare?

Nelle aziende la prima parola d'ordine è: "Saving, saving, saving!"

A 360 gradi quindi bisogna cercare di risparmiare; questa è la prima cosa che abbiamo messo in atto, soprattutto dal punto di vista della campagna puntando molto sulla meccanizzazione, questa è la cosa che noi stiamo facendo, ma anche in cantina e come coordinamento enologico. Tutta l'attività di ricerca e sviluppo, poi, è centrata sull'ottimizzare e razionalizzare i flussi nel rispetto della qualità.

Chiaramente altri interventi sono stati fatti sul marketing, sulla parte commerciale. Noi per esempio, abbiamo fatto un restyling per cercare di ridurre i costi che ha interessato 15 milioni di bottiglie su 85 milioni. Avviato l'anno scorso ai primi del 2008, quindi è stata una cosa decisamente pesante.

Ancora una volta, è importante la tempestività degli interventi: ogni settimana, ogni giorno bisogna, infatti, cercare di ridurre le spese.

Molto importante è anche tutta la parte della gestione del personale, la flessibilità, riduzione dello straordinario, ecc. sono cose di cui si parla e si discute per giornate e nottate intere.

Cosa si può fare però da un punto di vista un po' più generale?

Innanzitutto abbiamo tutti poche energie e quindi bisognerebbe concentrarsi su pochi prodotti e comunque comunicarli bene. Ciò vale anche a livello italiano dove, con un portafoglio prodotti talmente grande, si lanciava una varietà poi, giocata per qualche anno, se non andava più, la si abbandonava e se ne lanciava un'altra.

Questo è successo in parte anche in Trentino dove, mi ricordo, si puntava su Marzemino, Teroldego, Nosiola, Müller; adesso c'è il Traminer, mentre manca una specificità molto, molto forte.

C'è bisogno anche di personalità dei vini, questo si vede. C'è, infatti, una riscoperta degli autoctoni.

Noi per esempio, spingiamo le varietà Grillo, la Verdeca, la Malvasia nera...

Sui mercati inglesi si vede anche **il pecorino (?)** che sostanzialmente qualche anno fa era abbastanza inusuale vederlo. Quindi c'è bisogno anche di una forte progettualità trasversale tra produzione, marketing e il commerciale; bisogna parlarsi, parlarsi veramente di più. La gente, i buyer, e anche i clienti finali hanno bisogno di questo.

Le soluzioni poi si trovano, come diceva proprio il titolo sulla "identità". Questa deve essere comunque riconosciuta e percepita dal mercato, bisogna far in modo di lavorare in questa direzione. Può essere anche il nome "Trentino", dato che con la nuova OCM bisognerebbe vedere di ancorarsi bene al territorio visto che le tipologie varietali lavoreranno sulle fasce probabilmente più basse.

Sicuramente concordo sulle sinergie, perché questo è il momento delle sinergie; non voglio parlare di fusioni, di aggregazioni, ma di sinergie a 360 gradi con delle fantasie manageriali. E questo sia tra cantine private che tra società cooperative.

Per quanto riguarda le società cooperative, concordo che sia giunto il momento di ridefinire quantomeno i rapporti fra primo e secondo grado. Questo credo sia molto, molto importante. Ciò permetterebbe chiaramente di ottimizzare strutture e risorse umane e al tempo stesso permetterebbe anche di dare identità (e questo è il titolo) al territorio, perché si potrebbe iniziare finalmente a dire che in una zona facciamo una cosa e nell'altra ne facciamo un'altra; quindi dare specificità di zona su prodotti mirati.

Credo sia fondamentale anche il ruolo delle cooperative nel dare una mano alla parte viticola: è il momento di impegnarsi nell'ottimizzazione dei costi e quindi la cooperazione crei delle società di servizi, delle cooperative di servizi. Ciò potrebbe essere importante. Si parlava prima ad es. che non abbiamo delle vendemmiatrici: il costo di una vendemmiatrice è molto importante e questo potrebbe essere una soluzione, dopo aver sistemato i vigneti.

Parimenti sono auspicabili delle sinergie anche tra e con produttori privati, un tema nuovo e sicuramente interessante.

Credo che il Trentino, mi riferisco a quanto detto anche da Trentini, abbia cantine eccezionali, dei tecnici preparati e dei know how molto, molto importanti. Ha delle possibilità soprattutto quando trattasi di innovazione, anche di innovazione tecnica, come l'elaborazione di vini a bassa gradazione alcolica, ma anche dei vini "etici" che cito senza approfondire, ossia più rispettosi della materia prima...

Ecco, il Trentino qui potrebbe rispondere prima rispetto che ad altre zone.

Serve fantasia manageriale perché, secondo me, i conti questa volta non vanno fatti solamente con le cifre, ma anche con il tempo, perché ogni giornata e ogni settimana persa in questo momento peserà parecchio.

Grazie.

Dibattito. Intervento di Roberto Zeni

Forse sarebbe il caso di incominciare a parlare di variare la pergola trentina. Il 90% della viticoltura trentina è ancora imperniata su questo concetto. Un concetto che sicuramente non ci dà né fama, né importanza, in quanto la pergola è sempre sinonimo di grande quantità, quindi bisognerebbe sostituirla con una spalliera come i nostri amici dell'Alto Adige hanno già fatto, perché lì siamo già al 40% di spalliera rispetto a pergola; i dati parlano in questi termini; ciò sarebbe importante per due concetti: primo, per un discorso di qualità; secondo, per un concetto di abbattimento dei costi. Parlavamo di vendemmiatrice automatica, ma sicuramente, per dare la sicurezza al posto di lavoro, abbiamo ad esempio una legge che ci impone di porre il trattore in sicurezza con l'arco di sicurezza. Ebbene, oggi il 90% dei viticoltori trentini sono tutti dei banditi perché non possono assolutamente applicare questo arco sul posto di lavoro, quindi se parliamo di sicurezza, ne parliamo in maniera vera, onesta e seria fino in fondo. Per la cronaca, per non essere un menagramo, domenica è morto un altro mio collega viticoltore e questo perché probabilmente non aveva l'arco di sicurezza! Quindi io chiedo anche al Dottor Dagostin che si incominci veramente a parlare in modo serio e costruttivo in questa direzione, perché è inutile parlare e parlare, quando non c'è la volontà di affrontare questo problema in maniera organica. Io non sono sostenitore di un sistema o di un altro, però bisogna guardare la realtà, la realtà ci impone che la spalliera, come era anticamente in Trentino, debba essere rispolverata per la sicurezza, quantomeno, del nostro posto di lavoro.

Grazie

Dibattito: 2° intervento di Fabrizio Dagostin

Rispondo velocemente.

Penso che il caso di quel vignaiolo a cui faceva riferimento Enzo Merz, mi sia noto perché sono stato contattato da lui anche telefonicamente, sia un problema di carte che non di sostanza perché il piano di ristrutturazione viticola della Provincia di Trento prevede, tra le fattispecie che sono ammissibili a contributo, anche il discorso dell'infittimento degli impianti. Nel caso specifico, credo ci sia un problema di particelle che erano state dichiarate in un modo e che risultavano già infittite e quindi diventa difficile metterle a contributo.

Accennavo al discorso della difficoltà di andare a fare impianti, quindi disboscare aree boscate per fare impianti di vigneti; io sono membro del Comitato tecnico forestale: ci riuniamo tutti i mesi e tutti i mesi vengono approvati impianti di vigneto, quindi disboscato di superfici boscate; pertanto, vengono sempre fatte delle valutazioni anche dal punto di vista del vincolo idrogeologico e c'è stato effettivamente qualche caso di soluzioni proposte in aree eccessivamente clivi che non sono state accolte.

Su questi termini generali, diciamo di tutela del territorio, c'è anche da dire che il nuovo piano urbanistico provinciale ha definito tutte le aree agricole di pregio come invariabili, cioè intoccabili e quindi in qualche modo per salvarle da quella che è l'erosione del territorio da parte di insediamenti industriali, artigianali e così via. Le uniche deroghe previste in queste zone sono, a fronte di necessità, da parte di aziende agricole che vengono valutate da un apposito Comitato in cui è presente l'agricoltura, l'urbanistica, un rappresentante delle organizzazioni sindacali o dei Comuni proprio per valutare effettivamente queste deroghe una per una.

Sul discorso della sicurezza sono perfettamente d'accordo con Roberto Zeni, nel senso che effettivamente questa è una delle cose che probabilmente fino adesso sono state un po' sottovalutate e sulle quali, proprio in prospettiva della gestione anche degli impianti, dobbiamo sicuramente prenderci la nostra responsabilità.

Noi stiamo finanziando l'acquisto di cabine antiribaltamento omologate per trattori proprio per salvaguardare la vita dell'operatore nel caso in cui dovessero succedere proprio delle situazioni di pericolo.

Credo che però poco sia stato fatto e sicuramente di più dobbiamo fare in questo senso e me ne faccio sicuramente carico nel futuro per risolvere questo problema.



UDIAS

Unione Diplomati Istituto Agrario S.Michele
Via Edmund Mach, 1
38010 - S.Michele all'Adige (TN)

www.udias.it