

Dentro il settore enologico

Il vino non ci sta più a fare la «cenerentola»

di Giorgio dell'Orefice

Essere la regione che conta il maggior numero di riconoscimenti Dop e Igp porta con sé una controindicazione: e cioè che il vino, prodotto che ovunque in Italia rappresenta la punta di diamante del settore alimentare, in Emilia-Romagna appare quasi una "cenerentola", un comprimario. Un aspetto paradossale visto che l'Emilia-Romagna, con una produzione 2013 di 7,2 milioni di ettolitri (+15% sul 2012) proprio con la vendemmia dello scorso anno ha scavalcato la Puglia, piazzandosi alle spalle del Veneto (che produce 8,5 milioni di ettolitri). Una regione quindi nella quale il vino non può definirsi una "nicchia". Certo molto dipende anche dal fatto che il vino emiliano-romagnolo è ancora in gran parte percepito come un prodotto che può solo vantare grandi quantità. Ma in realtà, e già da tempo, non è più così.

«Il vino in questi anni ha compiuto passi da gigante - spiega il neo presidente dell'Enoteca regionale, Pierluigi Sciolette -. Molto si è investito in campo anche grazie agli interventi di ristrutturazione dei vigneti cofinanziati da Bruxelles per migliorare la qualità del prodotto e favorire un contenimento dei costi di produzione. Investimenti che hanno prodotto un generale miglioramento qualitativo con molte punte di vera e propria eccellenza».

Non più solo Lambrusco o vino da tavola (segmenti sui quali pure sono stati compiuti importanti progressi) ma anche nomi nuovi che stanno uscendo dall'anonimato. «Ad esempio il Pignoletto - aggiunge Sciolette - vino bianco frizzante prodotto fra Bologna e Modena, è da qualche anno in vetta alle classifiche dei vini più venduti nella grande distribuzione, con progressi a doppia cifra. Ma grandi novità si registrano anche in altre aree con nomi come il Gutturmo o il Sangiovese di Roma-

gna che ormai in molti casi non ha nulla da invidiare alle griffe di altre regioni». Insomma secondo il presidente dell'Enoteca regionale occorre scrollarsi di dosso i luoghi comuni del passato e la sudditanza nei confronti delle grandi Dop dell'alimentare «e puntare su un'immagine unitaria del vino della regione magari costruita sulla via Emilia, strada millenaria che va da Rimini a Piacenza e attraverso una fetta importante della nostra regione».

«Gli investimenti degli ultimi anni - spiega il presidente dell'Assoenologi regionale, Pierluigi Zama (che è anche diret-

QUANTITÀ E QUALITÀ

Emilia-Romagna seconda produttrice alle spalle del Veneto. Per Sciolette, presidente dell'Enoteca regionale, gli investimenti hanno prodotto un generale miglioramento qualitativo

tore tecnico di Caviro, una delle principali coop regionali con un giro d'affari di 150 milioni di euro) - hanno cambiato il volto della viticoltura in particolare in Romagna, che rappresenta il 60% del settore regionale. Riconversioni con le quali sono aumentati i sesti di impianto ma si sono ridotte le rese per ettaro, tutto all'insegna della qualità. Una qualità che però ancora non è percepita come tale dal mercato, aspetto che finisce per penalizzare il settore con prezzi ancora non all'altezza degli sforzi che sono stati compiuti. Per questo occorre una forte azione promozionale, che punti sulla valorizzazione anche turistica del vino e dei suoi territori e possa far percepire al mercato le caratteristiche di un settore che da un punto di vista tecnologico e di cultura enologica può competere per posizioni di vertice in Italia».

Nuovi percorsi

Sicurezza alimentare, si gioca su tre tavoli

di Natascia Ronchetti

L'Emilia-Romagna si candida a diventare l'apripista in Italia di una nuova cultura della food safety. Una sfida che si basa su tre pilastri. Partendo da Parma, sede di Efsa (l'authority europea per la sicurezza degli alimenti), ma anche cuore della piattaforma agroalimentare della rete ad alta tecnologia della regione ("fucina" di ricerca e innovazione al servizio delle imprese), la grande scommessa è quella di portare all'attenzione dell'industria, del mondo scientifico e della politica, una nuova strategia di sviluppo del settore alimentare con il World food forum, itinerario di incontri che avrà il suo apice durante il semestre di Expo 2015. «Grandi nomi del mondo delle imprese, della ricerca e della politica - spiega Marco Baccanti, presidente della commissione Innovazione e ricerca di Confindustria Emilia-Romagna e membro del comitato promotore del Forum - saranno messi a confronto per una analisi strategica che coinvolge gli stakeholder e riguarda tutti i temi del settore, compreso quello della sicurezza».

Forte del peso della sua food valley la Regione si presenta all'appuntamento con grandi numeri - la filiera, tra produttori e industria della trasformazione, vale più di 24 miliardi di fatturato annuo (dato 2013) - e con il risultato dell'investimento su ricerca e innovazione. I laboratori della piattaforma agroalimentare della rete ad alta tecnologia - undici tecnopoli - dall'inizio dell'attività hanno siglato infatti 256 contratti di ricerca per un valore che sfiora i dieci milioni di euro. «Tutti progetti nei quali è sempre presente anche l'aspetto legato alla safety», dice Arnaldo Dossena, direttore del dipartimento Scienze degli alimenti dell'Università di Parma e responsabile della piattaforma agroalimentare del network della ricerca.

Il programma del Forum - che, con la Regione capofila, coinvolge atenei e associazioni di categoria - nasce anche dalla volontà di

colmare un vuoto storico, ovvero l'assenza in Italia di una authority nazionale preposta alla sicurezza alimentare (oggi tutto fa capo al ministero della Salute), e di individuare un percorso condiviso per l'armonizzazione delle normative. «I principali ostacoli alle esportazioni dei nostri prodotti - prosegue Dossena - sono le barriere costituite dalle certificazioni richieste. Per questo è necessario un confronto tra l'Europa e gli Stati Uniti che poi dovrà essere esteso anche a Russia e Cina».

Il sistema agroalimentare dell'Emilia-Ro-

FOOD SAFETY SOTTO LALENTE

Il tema sicurezza coinvolge l'Efsa a Parma, progetti della piattaforma agroalimentare della rete ad alta tecnologia della regione e il World food forum, percorso di incontri con apice nel semestre di Expo 2015

magna compete sui mercati globali con autentiche eccellenze. Ma è contemporaneamente indebolito, oltreconfine, dalle dimensioni delle imprese, prevalentemente piccole e medie. Una caratteristica che contribuisce a spiegare una sensibilità ancora scarsa da parte dell'industria nei confronti della food safety, nello scenario di un Paese, aggiunge Dossena, «che paga il prezzo di un grado di preparazione non ancora elevatissimo e l'assenza di un ente preposto solo alla sicurezza, a differenza degli altri Stati Ue». Ma con l'Efsa, punto di riferimento di Bruxelles per le normative comunitarie, l'Emilia-Romagna parte avvantaggiata.

I prossimi appuntamenti del Forum sono previsti a Cesena, in occasione del Macfrut, la fiera dedicata all'ortofrutta che si terrà a fine settembre, e al Cibus Tec di Parma (28-31 ottobre), vetrina della tecnologia per l'industria alimentare.



prodotti Dop e Igp forse richiede tempi più lunghi ma alla fine paga. D'altro canto si tratta di una strada obbligata perché gli alimentari made in Italy devono tenersi lontani dalla competizione di solo prezzo. E l'unica alternativa che hanno per guadagnare spazio sul mercato è far conoscere al pubblico che il maggior valore legato a un marchio Dop o Igp è strettamente connesso a una differenza, tangibile, nella qualità finale del prodotto».

Una strada quella del rapporto diretto con il consumatore che per molti non è nuova ma sulla quale vanno ora moltiplicati gli sforzi. «Si tratta di iniziative che abbiamo avviato già 3 o 4 anni fa - spiega Stefano Fanti, direttore del Consorzio del Prosciutto di Parma (nel 2013 nove milioni di pezzi prodotti, un giro d'affari di 850 milioni di euro alla produzione che diventano 1,5 miliardi al consumo, il 27% realizzati all'estero) -. Logiche alle quali sono improntati tutti i nostri progetti promozionali soprattutto nei 10 nostri principali sbocchi esteri, dagli Usa al Regno Unito e ai paesi del Nord Europa, dal Giappone fino all'Australia». Contatto diretto con il consumatore nei punti vendita della grande distribuzione come nei negozi specializzati «premiando chi utilizza l'affet-

tatrice a mano o ci dedica spazi ad hoc perché considera la mano di Parma qualcosa di speciale - aggiunge Fanti -. Puntare sul contatto diretto con il consumatore significa cimentarsi in un "work in progress" nel quale via via mettiamo a punto iniziative nuove e focalizziamo i target ai quali puntare. Adesso ad esempio in Italia stiamo valutando iniziative mirate alla ristorazione specializzata nelle famiglie, un segmento del tutto nuovo».

E che questa sia una strada obbligata ne sono convinti anche al Consorzio della Mortadella Bologna Igp. «anche se nel nostro caso - spiega il presidente del Consorzio, Corradino Marconi - abbiamo ancora bisogno di farci conoscere prima in Italia che all'estero. È vero che il nostro export è ancora fermo a una quota del 13% del giro d'affari (di circa 300 milioni di euro nel 2013) tuttavia siamo ancora poco conosciuti in Italia e in particolare nelle regioni del Centro-Sud. Per questo lavoreremo privilegiando il rapporto diretto, ma nei punti vendita, ovvero fra gli scaffali della grande distribuzione facendo capire che la Mortadella Bologna Igp è diversa dalla Mortadella generica e che va quindi sempre più sganciata dalle vendite promozionali».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

© RIPRODUZIONE RISERVATA

La buona direzione

In Emilia-Romagna il buono è di casa, perché coincide con l'opera degli uomini e con la loro volontà assidua di lavorare le cose per cambiarle. Per trasformarle in valori e idee buone, capaci di affrontare la sfida planetaria dell'**EXPO 2015** nella direzione giusta.

Per questo la Regione Emilia-Romagna mette insieme antichi saperi e scelte innovative, come l'attenzione per la sicurezza alimentare, l'agricoltura sostenibile, la certificazione delle filiere, il rispetto della biodiversità.

Così i **39** prodotti **DOP** e **IGP** di questa regione continuano a tramandare e rinnovare lo straordinario "saper fare" che tutto il mondo ci invidia.

