

Il presidente del consorzio: buona gestione delle uve. Il direttore Gladich: palla ai giovani

# Quest'annata? Per noi è Soave

## Sandro Gini: vendemmia ricca e di qualità. Stock in crescita

DI EMANUELE SCARCI

**V**endemmia ricca e grande qualità per il Soave 2023. Dopo lo scivolone dell'anno scorso, favorito dalla siccità record: «Questa vendemmia si annuncia abbondante e di grande livello», giura **Sandro Gini**, presidente del Consorzio del Soave. «C'è stato il caldo giusto e le vigne sono state gestite nel modo migliore per impedire, dopo le piogge, il proliferare della peronospora e dello oidio». La prospettiva di una produzione abbondante è indistintamente confermata dallo stop del consorzio (dopo il via libera della regione Veneto) alla rivendica per due anni dei nuovi impianti delle denominazioni **Soave**, **Soave superiore** e **Recioto di Soave**. «Vogliamo riequilibrare produzione e offer-

ta. Da tempo cerchiamo di ridurre o selezionare i vigneti: i migliori devono produrre il Soave, gli altri il Garda e l'Igt». **Igor Gladich**, da 15 mesi direttore del Consorzio di tutela del Soave, spiega: «Abbiamo fatto questa scelta tenendo conto dello scenario generale, del mercato e degli orientamenti del consumatore: vogliamo evitare sovrapproduzioni. Una misura di salvaguardia che peraltro segue quella adottata qualche anno fa della riduzione delle rese». La denominazione veronese conta su 6.300 ettari in 13 comuni e mediamente 50 mln di bottiglie prodotte l'anno. In larga parte la produzione è destinata ai mercati esteri. I vitigni ammessi dal disciplinare sono la garganega (almeno il 70%), Trebbiano e Chardonnay. Allo scorso 31 luglio le giacenze di



Sandro Gini

Soave doc rilevate dal ministero dell'agricoltura ammontavano a circa 390 mila ettolitri (52 mln di bottiglie), il 33% in più sia del 2019 che del 2018. «Il confronto non è corretto», frena subito Gini: «Perché la vendemmia del 2019 è stata scarsa. In generale, considerando la media del decennio abbiamo sempre avuto una vendemmia in più in

cantina». La recente crescita degli stock ha sostanzialmente congelato i prezzi dello sfuso di Doc Soave e classico che, secondo le quotazioni della **Borsa merci di Verona**, sono gli stessi del 2018 pur con qualche oscillazione. Nel 2023 gli aumenti dei prezzi dei vini in generale hanno inevitabilmente depresso la domanda e Gladich segnala che a tutto luglio gli imbottigliamenti di Soave hanno perso circa il 4%. «I nostri listini sono aumentati mediamente del 20%», sottolinea Gini: «Ma il Soave mantiene ancora un rapporto prezzo/qualità molto favorevole». Quale il futuro prossimo del Soave nell'iper-competitivo mercato dei bianchi? «Soave è un nome generico: abbiamo 33 unità geografiche aggiuntive (piccole zone di produzione riportate in etichetta ndr) nella denominazio-

ne e su queste stiamo spingendo». Quest'anno le colline vitate del Soave hanno fatto ingresso nei siti **Gias** (Patrimonio agricolo d'importanza mondiale) della **Fao**, cioè in quelle zone agricole che promuovono un'agricoltura sostenibile e che conserva uno stretto legame tra paesaggio, prodotti locali e comunità rurali. Un riconoscimento importante che agevola il lancio del manifesto programmatico del Soave. «Vogliamo un Soave che parli ai giovani, nella lingua dei giovani», ha detto Gladich in occasione dell'evento settembrino **Soave Multiverso**. «Il Soave si prefigge di colpire la mente e il palato, soprattutto dei consumatori tra i 30 e i 40 anni, non necessariamente esperti di vino, ma curiosi e alla ricerca di cose buone e belle».

© Riproduzione riservata

## In Toscana è guerra aperta tra Coldiretti e Lactalis. Denunciato il gruppo francese

È guerra tra **Coldiretti** e **Lactalis**, l'azienda francese che lavora il 35% del latte italiano e detiene i marchi come **Locatelli**, **Invernizzi**, **Galbani**, **Cadernatori** e **Nuova Castelli** e che controlla **Parmalat**. «Abbiamo denunciato il gruppo Lactalis per pratiche sleali all'Ispettorato repressione frodi (Icqr) per la violazione del contratto sul prezzo del latte». Lo ha detto il presidente della **Coldiretti**, **Ettore Prandini** in occasione dell'evento «**Maccarese un allevamento sostenibile**». Secondo Coldiretti, Lactalis avrebbe «modificato unilateralmente il contratto con gli allevatori fornitori di latte (prevalentemente piccole realtà, ndr) diminuendo i prezzi riconosciuti ed introducendo anche un nuovo indice collegato tra l'altro alle quotazioni del latte europeo non concordato e fortemente penalizzante per i produttori italiani che devono affrontare un insostenibile aumento dei costi». A dare le cifre è Coldiretti Toscana: «Dall'inizio dell'anno, fatture al-

la mano, il prezzo pagato agli allevatori è passato da 60 centesimi di gennaio agli attuali 50/51 (-15%)». Questo, sottolinea sempre Coldiretti Toscana che cita l'Osservatorio dei prezzi del ministero delle Imprese e del Made in Italy, «nonostante in un anno il prezzo sugli scaffali della grande distribuzione sia aumentato del 6,7% per il latte intero di alta qualità (da 1,79 a 1,91), del 9,5% per il latte fresco (da 1,88 a 2,06) e dell'11% per il latte scremato a lunga conservazione (da 1,06 a 1,2). Prezzo che ha raggiunto, alla cassa, anche i 2,26 euro alla fine di agosto». Nel 2020 Coldiretti e **Italatte**, controllata di Lactalis Italia, avevano sottoscritto un accordo per tutto il 2021 che aveva suscitato perplessità nelle altre organizzazioni in quanto prevedeva un prezzo ritenuto troppo basso, da non coprire i costi di produzione, e l'introduzione di penali che richiamano le quote latte.

Andrea Settefonti

© Riproduzione riservata

## DI VINO

**Cresce il consumo vini italiani fra turisti stranieri.** L'Osservatorio della **Edoardo Freddi International** ha calcolato che quest'estate grazie al turismo, si è avuto un aumento delle vendite del 18% rispetto alla scorsa estate. I 10 principali vini esportati nonché quelli maggiormente richiesti dai turisti stranieri sono stati: Pinot Grigio (9%), Chardonnay (7,5%), Lugana (7%), Bolgheri Rosso (6%), Gavi (5,5%), Montepulciano (5%), Cerasuolo d'Abruzzo (4%), Aglianico (3,5%), Lagrein (3%) e Trento Doc (2,5%). L'export della Edoardo Freddi International è cresciuto del 1,5% nei tre mesi d'estate.

**I fine wine protagonisti della quinta edizione della Monza Wine Experience** in programma fino a domenica. Tra le novità della manifestazione c'è, infatti, **Eccellenze in Villa**, una degustazione walk around unica con oltre 50 vini rari e pregiati dalla Val d'Aosta alla Sicilia. Tra questi Sassaica, Ornellaia, Monteverzine, Barolo Monvigliero di Burlotto, Barolo biodynamici di Ceretto, San Leonardo, Brunello di Montalcino Biondi Santi, Solaia, Amaro della Valpolicella Bertani, Taurasi di Joaquin, i bianchi di Terlano, Chianti Classico di Castell'in Villa, Rosso del Conte di Tasca d'Almerita, Giulio Ferrari riserva del Fondatore, Franciacorta Annamaria Clementi di Ca' del

Bosco e Bagnadore di Barone Pizzini, le cantine di Roagna, Flaccianello, Marroneto.

**Buone prospettive per la doc Pinot grigio delle Venzie** che registra giacenze in calo e imbottigliamenti in crescita a settembre del 10% pari a +106.268 ettolitri. Che porta il totale a 1.174.900 ettolitri da inizio anno. Il 2023 vede un trend costantemente positivo rispetto al periodo gennaio-agosto dello scorso anno, con un giugno a +38% e agosto con un +14%. Per quanto riguarda la disponibilità della Doc, a fine stagione produttiva nelle cantine si registrano circa 80 mila hl in meno di giacenze rispetto a dodici mesi fa (-15%).

© Riproduzione riservata

## Lo spot di Pomì sul 100% sostenibile è corretto



Il Giuri assolve la pubblicità di Casalasco Società Agricola

Il Giuri di autodisciplina pubblicitaria ha rigettato il ricorso presentato dal presidente del comitato di controllo nei confronti di **Casalasco Società Agricola** spa e **Publicitalia '80** spa, con il quale aveva chiesto il blocco della diffusione su ogni mezzo degli spot relativi al prodotto passata di pomodoro **Pomì** in quanto manifestamente contrari all'art. 12 C.A. (Tutela dell'ambiente naturale). Secondo il comitato, il messaggio avrebbe violato il disposto dell'art. 12 C.A. nella misura in cui non faceva comprendere con chiarezza a quale aspetto del prodotto o dell'attività produttiva fosse riferibile il vanto di beneficio ambientale rivendicato attraverso le espressioni «i nostri pomodori... 100% italiani, 100% sostenibili». Neppure l'ulteriore frase «solo da filiera certificata», presente nella versione di 30" dello spot contestato, contribuirebbe a chiarire l'apodittica promessa di totale sostenibilità del prodotto reclamizzato. L'articolo 12 Cap recita che: «La comunicazione commerciale che dichiara o evoca benefici di carattere ambientale o ecologico deve basarsi su dati veritieri, pertinenti e scientificamente verificabili». Per il Giuri, le affermazioni contestate rivendicano non il vanto di avere creato un modello di attività in grado di coprire – in tutta la sua ampiezza – il concetto di produzione sostenibile, bensì di utilizzare soltanto pomodori ottenuti attraverso pratiche agricole conformi a protocolli di sostenibilità riconosciuti e oggettivamente verificabili. Infine, per gestire la necessità di richiamare nella pubblicità tutte le informazioni a sostegno di un vanto di sostenibilità il Giuri ha suggerito di ricorrere all'utilizzo, in posizione ben visibile, di asterischi che rimandino a una sezione speciale del sito dell'insertionista, oppure – ove fattibile – di QR code che consentano di memorizzare informazioni leggibili da uno smartphone mediante un apposito programma.

Alberto Grifone

© Riproduzione riservata