

Genere di media: stampato
Tipo di media: stampa specializzata

Tiratura: 4'750
Uscita: settimanale
Rilascio: in abbonamento

Attualità regionale

Né l'oidio, né la peronospora, né la grandine, il problema del vino ticinese è il mercato

Nella saletta degustazione dell'azienda agricola Bianchi ad Arogno, dopo i saluti di Luciano Lurati, della sezione Federviti di Lugano, che quest'anno ha organizzato la conferenza di presentazione dell'annata viticola e previsione del raccolto, ha preso la parola Giuliano Maddalena, presidente della Federviti cantonale: «La stagione è stata tutto sommato regolare e, nonostante le basse temperature di aprile e maggio, non si sono registrati problemi di gelate come nel 2017. Anche le temperature elevate di fine giugno - inizio luglio avevano sollevato qualche preoccupazione, ma non ci sono state ripercussioni di nessun tipo». Si prevedono quindi uve di buona qualità che inizieranno a essere vendemmiate nelle prossime settimane. Per quanto riguarda invece i quantitativi, si prospetta una raccolta al di sopra della media decennale.

Una tassa sui produttori per aiutare il mercato
Andrea Conconi, direttore dell'Interprofessione della vite e del vino (IVVT), ha sottolineato come la discussione sui prezzi delle uve quest'anno non sia andata liscia come qualche anno fa: «Gli stock di vino ticinese invenduto aumentano di anno in anno e, anche se si è mantenuto il prezzo di 4,15 franchi al chilo, si è deciso di introdurre una tassa del 4% per aiutare i rivenditori a smerciare l'invenduto». A questa tassa andranno ancora poi applicate le riduzioni relative alla deviazione percentuale dalla media decennale. Se la produzione annua dovesse arrivare a superare del 10% la media annuale, ai 4,15 franchi oltre ai 17 cts che andrebbero tolti da ogni chilo, bisognerebbe quindi toglierne ancora circa 40 cts, per un prezzo che si attesterebbe attorno ai 3,6 franchi al chilo. È ancora presto per conoscere di quanto la produzione annua supererà la media decennale, ma il prezzo indicativo dell'uva stabilito per quest'anno sarà tra i 4 franchi scarsi e i 3,60 al chilo.

Nuove abitudini di consumo, ma soprattutto prezzi troppo alti

Il consumo di vino negli ultimi anni è sempre più in calo, a livello globale e anche in Svizzera. Stanno cambiando le abitudini. C'è una nuova coscienza alimentare e le persone che bevono vino mangiando sono sempre meno. Il consumo oramai è per lo più saltuario e l'unico dato in controtendenza, a livello svizzero, è l'aumento del consumo di vino bianco. A questa nuova tendenza globale, che si registra anche in Svizzera e in Ticino, hanno senza dubbio contribuito anche le campagne di sensibilizzazione sul bere responsabilmente. Ma, per quanto riguarda i vini svizzeri e quelli ticinesi, la discriminante principale sembra rimanere quella del prezzo. «Il 75% dei vini venduti nel nostro paese ha un prezzo al litro



FEDERVITI

inferiore agli 8 franchi» così ha riportato Andrea Conconi. Inoltre, la grande distribuzione, con le «promozioni di vini esteri che vengono scontati anche del 50%», di certo non contribuisce all'affermazione dei vini locali. Per questo si è deciso di introdurre «un contributo di 17 cts al chilo destinato a sostenere le vendite e favorire il consumatore finale». L'accordo, raggiunto da produttori, trasformatori e rivenditori per cercare di arginare il problema degli invenduti è stato raggiunto in un'ottica di collaborazione costruttiva ma rimangono molti dubbi sulla sua efficacia.

Produzione, distribuzione, ma anche ristorazione

Per i produttori quest'anno l'applicazione di un bonus, vale a dire di un aumento percentuale di prezzo in caso di produzione scarsa, non è stata presa in considerazione. Ma l'auspicio è che negli anni a venire venga di nuovo considerato. Così come si vorrebbe venisse presa in considerazione la differenza dei costi di produzione su un vigneto di collina. In alcuni di questi vigneti, che non possono essere lavorati con mezzi meccanici, si arriva a costi di produzione anche di 6,5 - 7 franchi al chilo e andrebbero sostenuti, per lo meno per il grande valore paesaggistico che si riflette sull'apprezzamento del nostro territorio da parte dei turisti. Aiutare la vendita è senz'altro fondamentale, perché le «preoccupazioni del mercato sono anche quelle della Federviti» come ha sottolineato Maddalena, ma bisogna tentare anche altre vie, cercando nuove sinergie anche con il settore della ristorazione che è spesso uno dei veicoli più importanti per l'affermazione dei prodotti vitivinicoli.

CB