

IL DIBATTITO. Nel nostro stand ogni pomeriggio alle 15.30 confronto con i protagonisti del vino

Export e imitazioni, si vince con la qualità

Salvini: «Norme europee severe per tutelare il made in Italy». Timori e sfide: parola a Gini (Soave), Sartori (Valpolicella), Recchia (Coldiretti) e Riccardo Pasqua

«Qui a Vinitaly ho parlato con commercianti, produttori, agricoltori, che chiedono prima di tutto di difendere il made in Italy, cosa che l'Unione Europea fino ad oggi non ha fatto in nome del libero mercato. Per colpa della contraffazione perdiamo 41 miliardi l'anno». Parole del vice-premier Matteo Salvini, che ieri è stato intervistato nel centro multimediale Athesis, all'interno della fiera, pochi istanti prima dell'inizio della tavola rotonda su export, autenticità e contraffazione. E incalzato sul tema dal moderatore Maurizio Battista, Salvini ha detto la sua ricetta: «Servono nuove normative europee, ma è necessario coinvolgere anche i nostri ambasciatori e consoli all'estero per fare Sistema Paese, così come stanno già facendo nazioni come la Francia».

Ma servono anche investimenti e più vigilanza per stroncare il fenomeno, come hanno sottolineato gli imprenditori invitati al confronto moderato da Maurizio Battista de *L'Arena*: il presidente del Consorzio di Tutela Vini Valpolicella Andrea Sartori, Sandro Gini alla guida del Consorzio del Soave, l'ad di Pasqua Vigneti e Cantine Riccardo Pasqua e Chiara Recchia, dell'omonima azienda e responsabile di Donne Im-



Il confronto tra produttori nella sala Athesis in Fiera

presa di Coldiretti Verona. Proprio quest'ultima ha sottolineato che «i falsi vanno individuati e stroncati sul nascere, ma è necessario anche promuovere il più possibile il made in Italy, perché noi italiani andiamo molto forte specie nei Paesi emergenti».

E se il Soave è difficile da contraffare, secondo Gini, «perché non si possono replicare le sensazioni che lo caratterizzano, la sua raffinatezza, la sua anima»; il Consorzio del Valpolicella si è attrezzato creando con la Repressione Frodi del Ministero Politiche Agricole una task force per smascherare, anche sul web, i falsi made in Italy. «Ma servono investimenti

per fare vigilanza e proteggere il brand», ha detto Sartori, aggiungendo che in Cina «il consumatore oggi è consapevole che il 30, 40% delle merci che trova è frutto di contraffazione. Un fenomeno che riguarda soprattutto i vini francesi ma che a breve coinvolgerà anche quelli italiani».

Faccenda seria, considerando che tutti i produttori presenti hanno indicato proprio nella Cina il mercato su cui puntare di più. «Abbiamo ancora molto da dimostrare in quella parte del mondo dove i cugini francesi sono arrivati prima di noi diffondendo un messaggio di qualità», ha commentato Pasqua, aggiungendo che «quello cinese è

un mercato unico nel suo genere, che si sta spostando dalla produzione al consumo, con la classe media in crescita così come gli stipendi medi, e i millennials che vogliono assomigliare ai coetanei occidentali, anche per la cultura del vino. Le opportunità quindi sono incredibili».

C'è il grande potenziale della Cina, ma c'è anche la necessità di presidiare i mercati storici, come quello Nordamericano, «nell'attesa di capire come si muove l'area dell'Europa dell'Est», ha detto Sartori, «e quali saranno le conseguenze della Brexit». Se di conseguenze ce ne saranno. «Noi ne abbiamo già avvertite nei primi due mesi dell'anno», ha ammesso Pasqua, «quando i buyer inglesi cercando di tutelarsi hanno fatto molto magazzino. Tuttavia sono ottimista, il made in Italy nel Regno Unito è un'icona, ma è necessario investire per continuare a veicolare un messaggio di eccellenza e qualità che convinca in particolare i giovani».

Il Consorzio del Soave si è mosso su questa linea «e a breve faremo un grande investimento proprio a Londra: vogliamo restare su quei mercati e farci conoscere soprattutto dalle nuove generazioni». Per evitare le contraffazioni che con la Brexit, secondo Recchia, rischiano di aumentare: «Si apriranno le porte a dei falsi made in Italy, da Canada o dall'Australia. Dobbiamo puntare su qualità e tutela marchi, che sono la nostra forza». • F.Lor.



Da sinistra: i presidenti dei consorzi, Sando Giri (Soave) e Andrea Sartori (Valpolicella); Chiara Recchia (Coldiretti Verona) e Riccardo Pasqua (ad di Pasqua Vigneti e Cantine) al dibattito nello stand Athesis



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.