

Chianti, il Consorzio va l'export raddoppia e dà fondo alle riserve

L'ORGANIZZAZIONE RINOVATA HA DATO UN FORTE IMPULSO ALLE VENDITE ALL'ESTERO, TANTO CHE SI VUOLE ANTICIPARE L'ARRIVO SUL MERCATO DELL'ULTIMA VENDEMMIA. POLEMICHE SULLA QUALITÀ MA CON LE NUOVE RISORSE SI PUÒ TORNARE AD INVESTIRE

Paola Jadeluca

Roma

«A dicembre ci confronteremo per valutare l'immissione al consumo anticipato: il fatto che si stia pensando alla fattibilità di questa ipotesi è già un segnale: siamo usciti dal tunnel e il Chianti ha ripreso a correre». Giovanni Busi, alla guida del Consorzio Vino Chianti, è appena tornato da Tokio, dove è arrivato da Pechino e Hong Kong. Una breve sosta a Roma, per il Chianti in piazza e già pronti sulla rampa di imbarco per gli Usa, la Russia e poi la Svizzera. «Inonderemo il mondo di Chianti», aveva dichiarato due anni fa, prima di iniziare il *road show* che ha visto tornare il Chianti in piazza in mercati, come il Giappone, dove mancava da una decina d'anni. I risultati sono scritti nei dati: l'export è arrivato a toccare il 70% delle vendite totali, contro il 40% di due anni fa, dichiara il Consorzio.

Questa denominazione, tra le più grandi in Italia, era finita in un cono d'ombra, tanto da aver praticamente inventato il "3x2 in cantina", pur di smaltire le giacenze, a un certo punto troppo consistenti. Ora si pensa addirittura

a far uscire il vino a gennaio anziché a marzo, come previsto dal disciplinare (per alcune sotto denominazioni anche più tardi). «Grazie alle aziende agricole che hanno accettato di vendere il prodotto intorno ai 70-80 euro a ettolitro, il Chianti è riuscito ad arrivare su scaffali dove non era presente. Con la quantità abbiamo reagito e ampliato il mercato. Ora le richieste si sono impennate e rischiamo di non poter accontentare la grande distribuzione e tutti gli altri canali», racconta Busi.

Il dibattito è acceso all'interno e fuori dal Consorzio. C'è infatti chi ha paura che questa mossa possa fungere da calmiera dei prezzi, penalizzando i produttori top. E chi invece pensa il contrario, a venire incontro a tutti: «Potremmo dare fondo alle riserve per favorire gli investimenti in questo momento di crisi di liquidità», commenta Busi. Tutto è in fase di verifica: dalle valutazioni del ministero dell'Agricoltura, ai disciplinari. Ma quello che conta è il risveglio di questo territorio, oggi ancora più unito dopo l'approvazione da parte del ministero dell'*erga omnes*, che fa del Consorzio il cuore di tutte le attività di promozione, valorizzazione e di tutela: in pratica il consorzio non opera più solo per i soci, ma per tutti i produttori di DO, denominazioni d'origine. Con ricadute sui budget promozionali che in questo modo aumentano.

Nonostante gli alti e bassi, il Chianti resta comunque uno dei simboli più prestigiosi del Made in Italy, come rileva una indagine di AstraRicerche: ne emerge che nell'immaginario collettivo è in-

tensa e ben chiara la realtà delle dolci colline e dei paesaggi dove frotte di americani, tedeschi e nord europei si sono riversati per anni, a degustare, mangiare e rilassarsi. Le mode passano, ma tutti, indistintamente, identificano il Chianti con la Toscana; molti l'hanno bevuto, e chi non l'ha mai provato lo conosce comunque come fama e localizzazione. Ma, allora? Paradossalmente è sempre stato talmente famoso da vivere sugli allori, fino a diventare "vecchio", surclassato da nuove etichette, più agguerrite, più innovative che hanno portato sulle tavole del mondo altri vitigni, altri territori.

Scendere in piazza, per tornare a stupire, riconquistare la curiosità del mercato globale. E' questo il senso del *road show*, che con la sua carrellata di degustazioni e abbinamenti locali, anche quelli con le cucine più difficili e lontane, come quella cinese e giapponese, ha ripreso a raccontare la storia delle diverse aziende, la tradizione, le caratteristiche, i profumi e aromi dei tanti vini che si raccolgono sotto il brand Chianti.

All'asta record per i vini italiani che si è tenuta a Hong Kong la settimana scorsa, 12 bottiglie Chianti Riserva il Poggio 2001 sono state assegnate con un incremento del 97% sul prezzo iniziale. E' un Chianti, Rufina, il Nipozano dei Marchesi Frescobaldi, sempre in cima alle classifiche. E' un Chianti il Chigi Saracini di proprietà di Banca Mps, che proprio sabato scorso ha presentato l'annuale report sul mercato del vino. E' la prima linea, destinata a tirar-

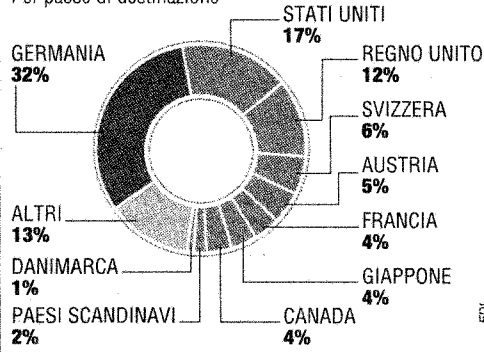
si dietro l'esercito dei viticoltori del *Chiantishire*: 3.600 che insieme producono 800 mila ettolitri pari a un giro d'affari di 300 milioni di euro l'anno. «Ottocento produttori imbottigliano; di questi solo 300/400 hanno un brand riconosciuto - racconta Busi - il resto lavora sullo sfuso. E il prezzo dello sfuso diventa fondamentale, va a regolare il prezzo di vendita della bottiglia sullo scaffale soprattutto per i grandi imbottiglieri». L'alto di gamma convive con il mass market, fatto di bottiglie, che hanno toccato su scaffale anche il prezzo di 1,1 euro, oggi risalito a 1,70. E' la logica del busi-

ness, anche quello del fashion funziona così. Insieme si tiene su una filiera che copre 15.000 ettari vitati, che si distendono lungo i Colli aretini, i Colli fiorentini, i Colli senesi, le Colline pisane, Montalbano, Rufina e Montespertoli, l'ultimo arrivato. Il minimo comun denominatore è il Sangiovese, il vitigno base del Chianti. C'è chi lo vinifica in purezza chi invece aggiunge Canaiolo, Trebbiano o Malvasia, nelle percentuali fissate dal disciplinare. Tutte le sottozone fanno capo al Consorzio vino Chianti, meno una, il consorzio del Chianti Classico, quello del Gallo Nero. Una divisione degna delle storiche guerre di campanile toscane. L'ultimo atto: il ritorno del marchese Piero Antinori nel consorzio Chianti Classico. Un segnale di prestigio che si riverbera su tutto il territorio. Dove il vino mette in moto un indotto che tra turismo ed enogastronomia moltiplica il giro d'affari.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'EXPORT DEL CHIANTI

Per paese di destinazione



Nel disegno, **Giovanni Busi**, presidente del **Consorzio Vino Chianti** visto da **Massimo Jatosti**. Busi è appena tornato da un road show in Asia e ora ripartirà per Usa, Brasile e Russia

