

Prandini: il piano Coldiretti per la rinascita del vino dopo la pandemia

Il consumo domestico ha sostenuto il vino made in Italy durante la pandemia ma non è riuscito comunque a sanare il “buco” aperto dallo stop ai turisti dalla chiusura del canale Horeca, strategico per le etichette nazionali, e dall’export (-20% nel 2021). L’emergenza Covid 19 ha in ogni caso introdotto forti elementi di discontinuità destinati a incidere sul futuro del settore post-emergenza. La Coldiretti è pronta a sostenere i suoi produttori nelle nuove sfide ed è in questa ottica che ha organizzato il 21 aprile un incontro su “ Il mercato del vino dopo un anno di pandemia”, promosso con il Comitato di supporto alle politiche del vino, al quale con il presidente Ettore Prandini e il segretario generale Vincenzo Gesmundo hanno partecipato anche Francesco Ferreri, presidente della Consulta Vino, il direttore di VeronaFiere, Giovanni Mantovani, il direttore marketing di Conad, Alessandra Corsi, Marcello Meregalli del gruppo Meregalli, l’amministratore delegato di Tannico Marco Magnacavallo, Vincenzo Russo, Professore di Psicologia dei Consumi e Neuromarketing presso la Libera Università di Lingue e Comunicazione Iulm di Milano, Antonella Ricciardi, Enoteca Ricciardi Milano e l’enologo Riccardo Cotarella, coordinatore del comitato di supporto alle politiche di mercato del vino della Coldiretti, che ha moderato i lavori. Il presidente Prandini ha sottolineato come siano importanti per il settore vitivinicolo ripartenza e rilancio e per questo – ha detto “lavoriamo con il Governo per creare le condizioni per la riapertura della ristorazione e degli agriturismi”. Prandini ha aggiunto che la Coldiretti è anche in contatti con il ministro del Turismo, Massimo Garavaglia, per trovare nelle strutture ricettive formule per veicolare le eccellenze e in particolare i vini autoctoni made in Italy. In questo modo si punta a rafforzare il numero di turisti che degustano il prodotto e poi ordinano le etichette incrementando così le vendite. “E’ importante – ha sottolineato Prandini- poter contare su certezze e visione di carattere strategico”. Con Conad, tra le più importanti catene della Gdo, è stato portato avanti un lavoro che consente di dare una maggiore visibilità nel punto vendita delle produzioni enologiche e questo è un meccanismo da replicare. Il presidente della Coldiretti ha annunciato anche un prossimo incontro con il presidente di Federdistribuzione finalizzato a individuare spazi dedicati nel modo di presentare i prodotti anche nelle enoteche per le quali Coldiretti si è battuta molto affinché rimassero aperte. Quanto all’e-commerce è solo l’inizio, ma con prospettive di crescita. “L’e-commerce – ha sottolineato – offre le stesse opportunità alle imprese indipendentemente dalle dimensioni, anche la più piccola cantina può essere riconosciuta”. Prandini ha tracciato poi a 360 gradi le misure che, secondo Coldiretti, vanno messe in campo. Tra i primi punti posti al Governo – ha sottolineato – le infrastrutture, dalla digitalizzazione ai trasporti. Per il Paese si può fare di più in termini di informazione e cultura per rendere attrattivi i nostri prodotti. Per la ripartenza è importante anche il nuovo strumento dell’enoturismo e anche su questo fronte è partita la collaborazione con il ministero del Turismo. Intanto per l’immediato Prandini ha annunciato che c’è stato un confronto con il ministro delle Politiche agricole, Stefano Patuanelli, per allungare la decontribuzione oltre il mese di gennaio. Gesmundo ha evidenziato l’importante attività svolta dall’organizzazione nel portare ai tavoli di Governo dossier strategici per i produttori, non semplice anche per la instabilità politica nazionale e per il ruolo dell’Europa. Dobbiamo far percepire – ha spiegato - a chi deve poi emanare i sostegni gli interessi generali di un settore come il vino che è la punta di diamante del sistema

comunque ci sono, come è stato sottolineato da tutti gli esponenti del settore e in particolare da Cotarella che ha esaltato i valori economico e culturale del vino. Particolarmente positivo il bilancio tracciato da Conad che ha evidenziato una crescita dell' 11% in tutte le strutture della gdo, dai supermercati ai discount. E un aumento sostenuto per l'e-commerce (+150%). Nel 2020 Conad segnala un incremento pro capite dei consumi rispetto al 2018, segnato anche da un'inversione di tendenza per il vino comune a basso prezzo particolarmente richiesto nel lockdown anche come ingrediente per cucinare al pari di di uova e farina. Forte flessione invece dei formati conviviali per la cancellazione di eventi e feste con due Pasque e un Natale praticamente azzerati.