speciale
vini

Vinitaly e Faial grandi rassegne a Verona

In vetrina la nostra produzione vinicola

Con la presentazione, in anteprima, delle produzioni della vendemmia precedente e la prima serie di verifiche con l'universo degli operatori economici esteri, il Vinitaly, in corso a Verona fino al 22 aprile, dà inizio ad una fitta serie di contatti d'affari tra produttori e compratori su cui si articolerà il lavoro di tutto l'anno. È un ruolo che il salone, per le sue caratteristiche operative, svolge con rara efficacia consentendo, fra l'altro, quelle opportune modifiche che gli accadimenti del mercato richiedono.

Dare, quindi, uno sguardo d'insieme alla situazione contingente può rendere più agevole la comprensione del ruolo che il XIX Vinitaly di Verona si appresta a svolgere a sostegno del mondo vitivinicolo. Nell'attuale momento, come indicano alcune indagini di mercato, i detentori dell'offerta non esercitano particolari pressioni per vendere; tutto ciò vuoi perchè attendono gli sviluppi conseguenti alle varie distillazioni, compresa quella di sostegno concessa poco tempo fa, vuoi per la somma di attese riferite alla produzione dell'ultima vendemmia e per le quotazioni che, in generale, si mantengono su livelli elevati.

Così, nella prevalente volontà di possedere dati più concreti, l'interesse si sposta sulla valutazione delle vendite all'estero che, pur non essendo state caratterizzate da un volume di domanda eccezionale, hanno recuperato nella seconda parte del 1984 molte posizioni rispetto al 1983.

Nel complesso le esportazioni italiane, raggiungendo i 15,73 milioni di ettolitri per un valore complessivo di oltre 1283 miliardi di lire, hanno evidenziato una crescita, rispetto al 1983, del 15% in quantità e del 18% in valore (nella precedente annata commerciale l'export vinicolo italiano, infatti, si era attestato sui 13,7 milioni di ettolitri pari a circa 1084,6 miliardi di lire).

Rilevante la quota dei vini a denominazione di origine controllata e garantita che, attualmente, assommano all'11% della produzione totale italiana di vini del complesso dei Doc il 57,6% è formato da rossi e rosati ed il 42,4% dai bianchi.

L'analisi zonale della produzione dei Doc vede concentrato al nord il 59,2% per un totale di oltre 5,4 milioni di ettolitri (41,2% bianchi, pari a poco più di 2,21 milioni di hl, ed il 58,8% rossi, pari a 3,2 milioni di hl), nel centro Italia il 33,2% per complessivi 3,1 milioni di hl (il 37,8% bianchi per 1,2 milioni di hl ed il 62,2% rossi per 1,9 milioni di hl) ed al sud solo il 7,6% per complessivi 700 mila hl circa (il 71,4% bianchi per 490 mila hl ed il 28,6% rossi per quasi 200 mila hl).

Valutazione che sottolinea come al nord ed al centro predominino i vini rossi ed al sud i bianchi, conseguenza peraltro determinata da una filosofia produttiva e colturale da cui sono caratterizzate le tre

fasce della produzione vinicola nazionale il cui grado di approvvigionamento interno complessivo risulta del 126%.

Su questi elementi, oltre che sul valore delle analisi provenienti dallo studio dell'andamento della domanda dei maggiori mercati internazionali su cui il vino italiano riscuote da tempo alti indici di gradimento, si concentra la maggior parte delle aspettative di cui è oggetto la XIX edizione del Vinitaly di Verona che si snoda su una superficie di oltre 75 mila metri quadrati per proporre, ai numerosi operatori economici che hanno già garantita la propria presenza nel corso delle sei giornate, la più ampia panoramica della produzione vinicola nazionale in un aperto e costruttivo confronto con il mercato della concorrenza.

Alimentazione «made in Italy»

Anello di congiunzione tra il settore primario, l'industria alimentare, il comparto commerciale e l'universo dei consumatori, la Fiera dell'Agrindustria Alimentare (Faial), la cui quarta edizione è in corso a Verona fino al 22 aprile prossimo, è ormai un importante terminale nell'affermazione tecnico-mercantile delle produzioni agro-alimentari italiane.

Nata nel 1982 con l'intento di sollecitare più cospicue attenzioni verso l'alimentare «made in Italy», la rassegna ha maturato, nel breve arco di quattro anni di attività, una somma di significative esperienze.

I risultati della edizione 1984 del Faial: 285 espositori italiani, 121 esteri di 15 Paesi, ed un totale di oltre 54 mila operatori, nazionali ed esteri, succedutisi nell'arco delle cinque giornate della manifestazione, si propongono — alla luce dei traguardi conseguiti dall'industria alimentare italiana nel corso della trascorsa annata produttiva — come una stimolante premessa per i programmi operativi della edizione 1985 della fiera. La recuperata predilezione dei consumatori italiani ed esteri per le produzioni alimentari italiane, la verificata crescita delle esportazioni di alcuni prodotti tipici nazionali, l'irrobustimento tecnologico dell'industria alimentare italiana, riportatasi su livelli di estrema competitività su molti mercati esteri, rappresentano, infatti, una più che lusinghiera premessa per il lavoro impostato dalla Fiera di Verona in preparazione del 4° Faial ed intorno al quale i consensi, da parte di imprenditori ed operatori economici, sono sempre più cospicui e lusinghieri.

Qualità e convenienza con i prodotti jugoslavi

Sorta nel 1983 come distributrice di prodotti chimici, dopo essere riuscita ad inserirsi positivamente sui mercati nazionali ed internazionali, la Ucc di Trezzano sul Naviglio (sede degli uffici via Leonardo da Vinci 143) da oltre un anno è anche esclusivista per la vendita di prodotti alimentari delle più note industrie jugoslave. La collaborazione tra la Ucc e le aziende jugoslave è nata grazie ad una operazione compensativa di import export che si caratterizza con l'esportazione di prodotti chimici e l'importazione di generi alimentari per un importo di pari prezzo. In sostanza, le industrie jugoslave, anzichè pagare in dinari i prodotti chimici ricevuti dalla Ucc, hanno deciso di concedere l'esclusività della loro produzione alimentare all'azienda italiana garantendo al tempo stesso una costante fornitura di generi di prima qualità. Grazie a questo interscambio e al fattivo lavoro dei titolari Onorio Puletti e Enrico Rovelli, la Ucc nel breve volgere di pochi mesi ha avuto un decollo verticale che gli ha permesso di farsi conoscere anche nel settore alimentare sia nella grande che nella media rete distributiva. «Le sempre più pressanti richieste di commesse — sottolineano i responsabili dell'azienda — ci hanno messo nelle condizioni di ristrutturare e potenziare la nostra ditta, di aprire un deposito a Zibido S.Giacomo, e di riorganizzare il carico lo scarico e la giacenza con dei sistemi computerizzati. Tra la sessantina di prodotti, confezionati parte in scatola e parte in vetro, importati dalla Emona di Lubiana, Podravka di Zagabria, Vocarcoop di Belgrado e kolinska di Lubiana, figurano i crauti, i peperoni, le cipolline, la salsa, i cetrioli, le carote, i piselli e la senape, nonchè prodotti ittici conservati e surgelati. Un ulteriore tocco di classe viene infine dato dalla prestigiosa birra del «Lasko», la più antica casa produttrice di birra jugoslava che ha la propria sede sociale in Slovenia nei pressi dell'omonimo fiume. Ma qual'è il motivo di questo successo? «Il prezzo — rispondono all'unisono i titolari della Ucc — che è notevolmente più basso dei prodotti nazionali che offrono le stesse caratteristiche». A questo importante requisito va inoltre aggiunto il non trascurabile particolare che questi prodotti oltre ad essere sottoposti ad un meticoloso controllo sanitario hanno anche il pregio di garantire un'ottima qualità e al tempo stesso la costanza della qualità. Visto la positività dell'inserimento sul mercato alimentare la Ucc ha anche deciso di affiancare ai prodotti jugoslavi alcune specialità italiane che gli permettono così di allargare la propria gamma. Parallelamente è stata inoltre potenziata la ramificazione dei corrispondenti sul territorio nazionale e sono stati creati dei punti di riferimento in numerosi paesi europei e africani che hanno immediatamente permesso alla Ucc di aprire il mercato internazionale dei «suoi» pregiati prodotti jugoslavi.

Giorgio Villani

Successo di una iniziativa della Regione Emilia-Romagna

Va forte l'Enoteca di Dozza

DOZZA (Bologna) — Tempi duri in cantina, e non da oggi. Il 1984 e l'85, comunque, si segnalano tra le annate peggiori in tutti i sensi. Mercato, meteorologia, produzione e norme comunitarie: tutto concorre a rendere sempre meno agevole la vita dei produttori vitivinicoli. «Se le difficoltà aguzzano l'ingegno, in Emilia-Romagna non c'è paura — dicono in Regione — ultimamente stiamo andando abbastanza forte, con molte novità e buone prospettive per il futuro».

Le novità vengono su entrambi i versanti, produzione-trasformazione e mercato-promozione. Nei campi e nelle cantine la ricerca scientifica promossa dall'Ente regionale ha portato i vigneti e i processi di vinificazione all'avanguardia per qualità e tecnologie applicate. Nella competizione commerciale, poi, i nuovi strumenti di promozione e di conquista di sempre nuovi mercati, soprattutto esteri, hanno svolto una funzione determinante.

«In questi anni abbiamo puntato su quattro direttrici fondamentali per qualificare il comparto vitivinicolo — afferma l'assessore regionale all'Agricoltura Giorgio Ceredi — il miglioramento varietale, le tecniche di lavorazione, la ricerca scientifica, lo sviluppo delle tecnologie di trasformazione. I risultati sono stati consistenti. I nostri vini non temono confronti, sia quelli di alta qualità che la grande massa dei vini da tavola. A questo punto siamo pronti, e attrezzati, per puntare su una quinta direttrice, quella promozionale. L'Enoteca regionale di Dozza si sta affermando assai bene e, a fronte di programmi più puntuali e complessi, la Regione intende corrispondere con un progressivo incremento degli stanziamenti».

L'attività dell'Enoteca è in forte crescita, stimolata anche dalla spinta crescente che viene dai produttori. «All'inizio c'era una certa apatia da parte dei produttori ad impegnarsi collettivamente nella promozione — sottolinea il presidente dell'Enoteca, Giovanni Manaresi — adesso sono loro che ci spingono sempre di più ad intraprendere nuove iniziative». La storia dell'Enoteca non è lunga. Nasce nel 1970 per iniziativa del Comune di Dozza, della Pro Loco e di alcuni produttori locali, col concorso degli Enti pubblici del Bolognese. Nel 1978 ottiene il riconoscimento della Regione, che con una apposita legge le riconosce il ruolo di strumento pubblico regionale per la promozione enologica, in Italia e all'estero. Gli anni successivi hanno segnato un costante incremento di attività e di risultati. «L'esperienza e la professionalità maturate in questi anni ci consentono di svolgere un importante servizio per tutti i produttori, grandi e piccoli — rileva il responsabile del settore per l'assessorato regionale, dott. Fantini — affrontando problemi di immagine e di mercato che i singoli produttori certamente non potrebbero risolvere. Soprattutto all'estero. Ad esempio, prima di andare in un paese lontano, svolgiamo un'attenta analisi della situazione sotto diversi aspetti, dai rapporti politici fra gli Stati, alla reciproca bilancia commerciale, fino alle condizioni economiche idonee all'introduzione del prodotto. Insomma, non ci buttiamo al buio, conosciamo preventivamente condizioni e opportunità di penetrazione commerciale. I privati, da soli, difficilmente potrebbero permettersi un battistrada del genere».

Giappone, Canada, Usa, Urss, sono solo alcuni dei mercati principali battuti in questi anni. Con buone prospettive. Si sta pensando addirittura, in alcuni di questi Paesi, di realizzare forme nuove di strumentazione promo-commerciale, con l'istituzione di "trading" e di "joint ventures" in grado di garantire una presenza delle produzioni emiliano-romagnole sempre più consolidata e sistematica. «Da piccola vetrina di bottiglie, come siamo partiti — ricorda il presidente Manaresi — stiamo assumendo funzioni di grande portata per l'intero settore regionale. Perfezionando i nostri strumenti, migliorìamo i risultati e questo porta con sè adesioni sempre più numerose e convinte da parte dei produttori. L'Enoteca intende cogliere questa sollecitazione che viene da tanta parte dei produttori per svolgere un'azione promozionale capillare attraverso i centri più qualificati di produzione, senza trascurare alcuna provincia. L'immagine dei nostri vini migliori va rilanciata e intendiamo farlo insieme ai produttori, alle Camere di Commercio, all'ICE, ai Consorzi di tutela e alle Amministrazioni provinciali».

Intanto viene intensificato il dialogo col mondo della scuola, per incrementare le visite guidate (già numerose, del resto) alla sede dell'Enoteca, nel suggestivo Castello di Dozza. «È una forma importante di corretta educazione — precisa Manaresi — il vino è un alimento e come tale va consumato. Insegnarlo ai giovani mi sembra estremamente importante».

Lo stesso impegno di informazione ed educazione all'uso corretto del vino viene messo a disposizione anche delle numerose comitive che quotidianamente affollano il Castello e visitano l'Enoteca posta nei sotterranei.

Cosa si può vedere?

«Tutti i migliori vini della Regione, dagli spumanti ai classici Doc, che sono ormai una trentina — precisa Manaresi. — Ma non solo vedere, soprattutto assaggiare ed anche acquistare, in piccole quantità».

A questa vetrina stabile, ogni anno se ne aggiungono molte altre, in tutto il mondo, nelle varie iniziative fieristiche e promozionali alle quali l'Enoteca partecipa assiduamente.

Nel solo calendario dei prossimi tre mesi sono già fissati appuntamenti di grande rilievo: appena conclusa Agritalia a Mosca (26 marzo - 2 aprile) ecco Vinitaly a Verona, dal 17 al 22 di questo mese, poi subito dopo a Berna, alla Casa d'Italia (26 aprile - 5 maggio), e a Parma col Cybus (4-8 maggio).

In giugno sarà la volta del Giappone, con l'esposizione vinicola di Osaka, e in campo nazionale il Fiercato di Bologna e il «Bus operators flash market» di Rimini.

«A Verona la nostra presenza è estremamente qualificata — sottolinea Manaresi. — Contiamo su un padiglione di 1240 metri quadrati, organizzato dalla Regione e dall'Enoteca, nel quale sono presenti col loro stand 24 produttori di tutta l'Emilia-Romagna. È il modulo migliore per le fiere internazionali, con l'immagine complessiva unificante e l'impegno diretto dei produttori».

Florio Amadori

Un vigneto grande come l'Italia.

... nel grande vigneto Coltiva,
il "tuo" vino,
quello che più ami, c'è.

Coltiva: tanti vini di Qualità di cui 44 D.O.C. delle zone viticole italiane più tipiche ottenuti dalle uve di 45.000 Viticoltori Associati ed imbottigliati in 12 moderne Aziende.

Coltiva, Consorzio Nazionale Vini, Modena, Via V. Santi, 14, tel. 059 333850, telex 512017.

I risparmiatori possono fare molto per l'agricoltura del Piemonte, della Liguria e della Valle d'Aosta:

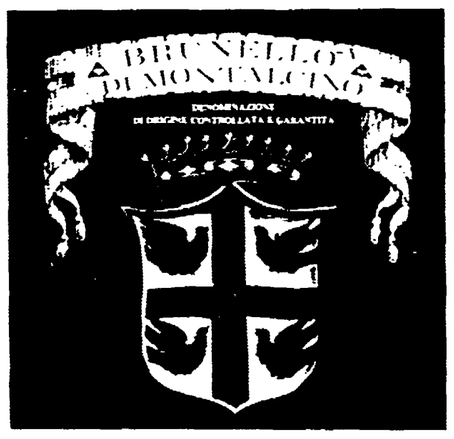
"guadagnarci per esempio!"

Acquistando i Certificati di Deposito "Risparmio Agricolo" dell'ISTITUTO FEDERALE DI CREDITO AGRARIO per il Piemonte, la Liguria e la Valle d'Aosta, disponibili presso gli sportelli degli Enti qui appresso elencati:

CASSE DI RISPARMIO del Piemonte e della Liguria
BANCHE POPOLARI Piemontesi.

Insomma: l'agricoltura può fare molto per i risparmiatori. Federagrario

ISTITUTO FEDERALE DI CREDITO AGRARIO PER IL PIEMONTE, LA LIGURIA E LA VALLE D'AOSTA



Imbottigliato all'origine dal vinificatore

FATTORIA DEI BARBI

PROPRIETÀ COLOMBINI

MONTALCINO
I BARBI (Italia)

Prodotti originali jugoslavi

qualità eccellente - prezzi eccezionali

PISELLI
CETRIOLINI
CRAUTI
CIPOLLINE
ALICI SALATE E SOTT'OLIO
SALSA AJVAR
SALSA CON CREN
SENAPE
INSALATA MISTA
CAROTE, DADI E FILETTI
PEPERONI TONDI
BARBABIETOLA ROSSA
SALSA CON CETRIOLO
PEPERONATA
SALSA CON PEPERONI

birra Lasko in bottiglie da 500 cc e in lattine da 330 cc

Presso i negozi COOP-ITALIA e CONAD

UNIONE COMMERCIALE C. — Via Leonardo da Vinci, 143
TREZZANO SUL NAVIGLIO (Milano) - Telefono n. 44.55.403

A.C.M.
Azienda Cooperativa Macellazione

Un'azienda facile da conoscere e facile da riconoscere.

CARNE & SALUMI
ASSO

Se vi trovate a passare da Reggio Emilia venite a conoscere l'A.C.M.

C'è più di una persona che vi potrebbe raccontare la storia dell'azienda.

Sono quasi quarant'anni di progressi. Dal 1946 ad oggi l'A.C.M. ha incrementato l'attività produttiva. Si è dotata con sollecitudine delle più moderne tecnologie. Ha programmato adeguati investimenti destinati a consolidare la prestigiosa posizione che occupa nel settore. Ogni anno un fatturato di 160 miliardi, 180 000 capi macellati. Oltre 700 dipendenti e collaboratori. Questi dati rappresentano la dimensione della nostra azienda.

Queste dimensioni rappresentano per noi una precisa responsabilità nei confronti del consumatore. Dal 1960 il marchio ASSO permette di riconoscere i prodotti A.C.M. e ne garantisce la qualità. Abbiamo sempre condotto le fasi di allevamento e di lavorazione con l'obiettivo di conservare le caratteristiche del prodotto tipico reggiano. L'A.C.M. ha puntato, punta e punterà sulla genuinità ed è proprio sulla genuinità che è cresciuta. E a crescere l'A.C.M. vuole continuare, sempre di più.