

MAURIZIO BOLOGNI

L'INATTESO corto circuito si è verificato nelle centrali d'acquisto dei grandi discount in Germania e Stati Uniti d'America. Quando i produttori di Chianti si sono presentati con prezzi delle bottiglie ritoccati in alto, causa l'impennata del costo dello sfuso, i grandi discount hanno girato le spalle al vino toscano per antonomasia, preferendo rossi cileni, argentini, australiani. La botta è stata dura perché le catene della grande distribuzione e americana e tedesca sono buyer di primo livello. «Se da un anno all'altro una catena di discount riduce gli acquisti da cinque a un milione di bottiglie il colpo si sente», dice il presidente del Consorzio Vino Chianti, Giovanni Busi. È andata in crisi tutta la filiera, fino ai produttori, che nel 2016 hanno visto il prezzo dello sfuso precipitare del 30-35% da 140-150 euro a 85-90 euro ad ettolitro (nell'ultimo mese il prezzo è risalito a 95-100 euro). Ora il Consorzio Vino Chianti corre ai ripari. Lo fa con una coraggiosa manovra che anticipa di un anno la programmata modifica del disciplinare, tesa a ridurre le quantità prodotte e a riposizionare le bottiglie su una fascia qualitativa più alta.

La modifica del disciplinare prevede, dunque, che dalle vigne impiantate prima del 1986 - che sono ancora molte e rappresentano il 30-35% del totale - si possano raccogliere al massimo tre chili di uve a pianta, come è per i vigneti più recenti, e non fino a cinque chili come avveniva fino ad oggi. Più selezione dei grappoli, una spinta a rinnovare gli impianti, più qualità e minore quantità di vino, che peraltro si stima destinata a crescere dagli attuali 800mila ettolitri fino ad un +20% nei prossimi dieci anni grazie ai nuovi e più efficienti impianti. Intanto, però, il consiglio di amministrazione del Consorzio ha deliberato di ridurre del 10% la produzione massima di uva a ettaro per la vendemmia 2017.

Ma la modifica del disciplinare - che dopo audit e passaggi ministeriali si spera di vedere in vigore entro la prossima vendemmia - riguarda anche un altro aspetto, quello dell'attuale limite massimo di 4 grammi di residuo zuccherini a litro per il vino Chianti Docg e

Taglio alla produzione per tenere più alto il prezzo del Chianti

per il vino di tutte le sotto zone. Il Consorzio ha fatto propria la norma comunitaria che prevede che il contenuto massimo in zuccheri di un vino secco possa essere di due punti superiore al grado di acidità totale del vino. «Così - hanno spiegato il presidente Busi e il direttore Alessandro Bani - le cantine che lo vorranno, potranno decidere di aumentare leggermente il contenuto di zucchero per avere prodotti più morbidi e piacevoli, meno tannici, acidi e aspri, capaci di andare incontro ai nuovi gusti del mercato dei giovani e di quei Paesi a cui puntiamo, in Sud America e nel Sud-Est asiatico, in Cina, Corea, Vietnam Singapore. Ripeto - dice Busi - a smorzare eventuali accuse di "eterodossia" - è solo un'opportunità. Chi vuole lo fa, nessuno è costretto. Ognuno si gioca la partita che crede».

Così il Consorzio del Vino Chianti, le cui aziende fatturano 400 milioni di euro all'anno, cercano di rintuzzare la crisi che nel 2016 ha portato una riduzione del 4% delle quantità vendute. Ha tenuto il mercato della grande distribuzione italiana, che ha fatto segnare un +8,3% in quantità e +8,1% in valore, mentre le vendite all'estero sono scese del 5%. Soprattutto per quel voltafaccia della grande distribuzione tedesca e americana.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

La strategia. Tradite dai grandi outlet di Usa e Germania le aziende puntano a una maggiore qualità

IPUNTI

LA PRODUZIONE

Le aziende del Consorzio Vino Chianti producono 800mila ettolitri all'anno. Si stima che i nuovi impianti aumenteranno la resa del 20% in circa 10 anni

IL VALORE

La produzione delle cantine del Consorzio Vino Chianti vale circa 400 milioni di euro all'anno, ma il valore dello sfuso ha subito nel 2016 un crollo da 140-150 euro a 85-90 euro ad ettolitro

IL PREZZO

Il prezzo medio di una bottiglia di buon Chianti è intorno a 3,5-4 euro. Prodotto più pop rispetto al Chianti Classico (nella foto sopra il presidente del Consorzio Giovanni Busi)

IL TAGLIO

Il Consorzio ha deciso di ridurre la produzione e di aumentare la qualità sperando di incidere sui prezzi e di conquistare nuovi mercati soprattutto ad Oriente

