

Docg, qualità e immagine

INTERVENTI

BIAGIO PERRETTI * La Doc "Aglianico del Vulture" ha visto negli ultimi anni una vivace crescita dal punto di vista delle iniziative imprenditoriali, dell'investimento in nuove etichette e nella promozione.

Uno studio condotto di recente dall'**Università degli Studi della Basilicata** ha permesso di identificare i principali punti di forza e di debolezza del sistema Aglianico. I punti di forza sono costituiti da una forte integrazione vigna-cantina. L'uva usata dai produttori di vino, infatti, proviene per l'83% dai vigneti di proprietà della stessa azienda. Vi è un forte orientamento all'esportazione, con oltre il 35% del vino imbottigliato che esce dai confini nazionali.

L'immagine del prodotto è strettamente legata al territorio: nella percezione dei consumatori, non solo italiani, l'associazione Aglianico-Vulture è molto forte. Esiste poi sul territorio la presenza di un gruppo di aziende leader trainanti, sia per quanto riguarda l'immagine della filiera, che l'innovazione qualitativa. Vi è infine un notevole investimento pubblico a favore di beni materiali e immateriali, in iniziative promozionali e di sviluppo qualitativo, che vanno dalla promozione delle nuove Doc ("Alta Val d'Agri", "Matera"), a forti partecipazioni nelle principali fiere del settore.

Tuttavia esistono alcuni fattori di debolezza. Innanzitutto le piccole dimensio-

ni della filiera regionale, in confronto alle regioni concorrenti. Segue una frammentazione dell'offerta, dato che il 50% dei produttori di Aglianico produce meno di 400 ettolitri. Un coordinamento non ottimale delle iniziative di promozione. E, infine, un insufficiente sfruttamento delle possibilità offerte dalle Doc. Proprio nel caso dell'Aglianico del Vulture, quasi il 40% della produzione potenziale non è portata sul mercato con il marchio Doc.

Per fronteggiare i fattori di debolezza e costruire sugli elementi di forza, si sta sviluppando un vivace dibattito sia tra gli imprenditori che nelle istituzioni pubbliche. Una delle iniziative di cui si discute è quella della creazione di una **Docg** - la "**Denominazione di Origine Controllata e Garantita**" - per l'Aglianico del Vulture. La Docg è il marchio collettivo più elevato che possa essere scelto dai produttori italiani per segnalare la qualità del loro prodotto.

La istituzione della Docg Aglianico potrebbe avvenire mediante due diverse strategie, così come si è verificato per altre denominazioni di origine in Italia.

La prima potrebbe essere quella dell'istituzione di una Denominazione Docg basata su gran parte del territorio attualmente incluso nel comprensorio di produzione della Doc, con distinzione tra la qualità superiore da fregiare con la Docg e la produzione "media" da commercializzare con la Doc.

Il secondo approccio potrebbe essere quello della scelta di un territorio molto limitato a cui affidare il compito esclusivo di produrre la qualità di eccellenza. L'obiettivo fondamentale è quello di completare la "piramide delle denominazioni", per offrire ai consumatori il prodotto giusto per ogni occasione, se non per ogni tasca.

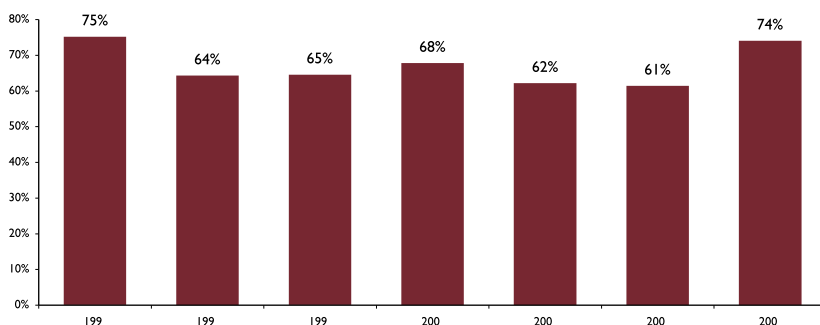
In entrambi i casi l'iniziativa, per poter avere successo, deve garantire due condizioni. Dapprima, contribuire alla soddisfazione degli interessi di tutti i produttori, in un gioco a somma positiva. E poi garantire che le risorse pubbliche spese nell'iniziativa producano benefici per l'intero territorio del Vulture e non solo per gli imprenditori interessati.

Sulla base di un'analisi economica dettagliata (analisi costi-benefici) sembra che queste condizioni possano verificarsi. È stato infatti calcolato che a fronte di un investimento pubblico di circa 900.000 euro, il beneficio economico complessivo sia nettamente superiore.

A favore di questo risultato, giocano due fattori fondamentali: l'interesse dei produttori, che sono disponibili a trasferire alla Docg oltre il 50% della produzione attuale di vino Doc, e l'aspettativa di un impatto positivo per tutto il territorio del Vulture, che potrebbe vedere rivitalizzato soprattutto il turismo rurale. ●

perretti@unibas.it

RAPPORTO TRA SUPERFICIE UTILIZZATA E SUPERFICIE POTENZIALMENTE UTILIZZABILE PER LA COLTIVAZIONE DI UVA DESTINATA ALLA PRODUZIONE DI VINO DOC "AGLIANICO DEL VULTURE"



Fonte: Elaborazioni su dati CCIAA di Potenza

* Università degli Studi della Basilicata - LUMIER, Laboratorio Università per il Marketing Innovativo per la Enologia Regionale