

FOCUS PASSERINA E PECORINO HANNO FATTO SEGNARE UN BOOM DI VENDITE NEL TRIENNIO 2014-2017

«I vitigni autoctoni sono la strada giusta»

Il Consorzio vini piceni al Vinitaly promuoverà il territorio: «Più forti delle mode»

I NUMERI

NEL 2018 PRODOTTI 11 MILIONI DI BOTTIGLIE: DOMINA IL ROSSO PICENO DOC

LA FIERA

A VERONA 32 AZIENDE DI CUI 14 CON LA REGIONE E 18 FUORI DALLA COLLETTIVA

INVESTIMENTI IN EXPORT

Fuori dall'Europa la scelta è stata quella di puntare su Usa, Canada e Cina

VALORIZZARE LA ZONA

Falcioni: «Dobbiamo far conoscere questi posti, forse ancora poco scoperti»

di RICCARDO RIMONDI

SEMPRE più attenti ai vini autoctoni e al biologico, impegnati a far conoscere un territorio che forse, finora, è stato un po' sottovalutato negli itinerari turistici. E questo lo spirito con cui i 48 soci del Consorzio vini piceni (tra cui tre cantine, per un totale di oltre 500 produttori) arrivano al Vinitaly 2019. Con l'impegno, che va avanti dalla fondazione nel 2002, di tutelare, valorizzare e promuovere le quattro denominazioni di origine: il Rosso Piceno Doc, il Falerio Doc, il Terre di Offida Doc e Offida Docg. Siamo nelle province di Ascoli Piceno e Fermo, fino al confine con l'Abruzzo e con sfioramenti (per quanto riguarda il Rosso Piceno) nella provincia di Ancona. Qui c'è uno dei territori di vertice del vino italiano. E qui, nel 2018, gli imprenditori del Consorzio hanno confezionato nel 2018 circa 11 milioni di bottiglie: sei milioni di Rosso Piceno Doc, a cinquant'anni dal disciplinare festeggiati lo scorso anno, 2,1 milioni di Offida Docg, 2,7 milioni di Falerio e 29.500 della più piccola Terre di Offida. Complessivamente il Consorzio vale l'80% della produzione certificata e il 55% della produzione globale di vino regionale. I dati di mercato, in molti casi, parlano da soli: Passerina e Pecorino, due cavalli di battaglia dell'enologia picena, hanno aumentato tra il 2014 e il 2017 le vendite rispettivamente del 92% e del 55%. E il loro prez-

zo medio si attesta a 5,2 e 5,5 euro al litro, contro i tre euro di prezzo medio dei bianchi in vendita nella Gdo.

LE PERFORMANCE di vendita dei vini piceni derivano da un mercato diviso a metà tra Italia ed export: «Ci aiutano anche gli strumenti che ci fornisce la Regione, sia sul Psr per il mercato europeo, sia Ocm per i Paesi extra-Ue. Negli scorsi anni siamo arrivati a 1,7-1,8 milioni di euro di investimenti – spiega Armando Falcioni, direttore del Consorzio vini piceni –. Per quanto riguarda il Paesi fuori dai confini comunitari, abbiamo scelto di concentrarci su Usa, Canada e Cina. Ce lo chiedono i produttori, lì c'è maggior mercato».

AL VINITALY i vini piceni si presenteranno in forze: «Ci saranno 32 aziende, di cui 14 nello stand collettivo della Regione Marche e 18 fuori, ma abbastanza raggruppati, per dare un senso di comunità e di forza», calcola Falcioni. E non mancheranno le iniziative: «Ne abbiamo una, insieme a Imt, con Nomisma, che misurerà come risponde il mercato alle nostre promozioni. Poi faremo una degustazione di Offida, Pecorino e Passerina Docg, che per il momento rappresentano i nostri punti di forza. E sottolineeremo i vantaggi che ha avuto la politica vitivinicola picena nel pun-

tare sui vitigni autoctoni». Una scelta, quella di investire sulle peculiarità della regione, che per Falcioni è stata lungimirante, soprattutto nel lungo periodo: «Il nostro vino è noto per l'autoctonia. Non ci siamo fatti ammalare dai vitigni internazionali e questo oggi sta pagando». Non è finita qui. Tra i tanti eventi in programma a Verona, c'è una grande attenzione a quelli ideati per spiegare l'unicità degli aromi e dei sapori che rendono uniche le vigne di questa parte d'Italia. «Presenteremo un'iniziativa molto particolare - racconta Falcioni - ad ogni vitigno autoctono presenteremo i sentori corrispondenti presenti in natura».

INSOMMA, dopo un 2018 di ripresa produttiva, la sfida resta quella di sempre: promuovere il vino, puntando sulla stretta correlazione tra origine del vitigno e del territorio. «Un Offida Pecorino prodotto nella provincia di Ascoli Piceno non è lo stesso prodotto in Veneto – è l'esempio di Falcioni –. Dobbiamo far conoscere il nostro territorio, che forse è ancora poco scoperto, non sufficientemente apprezzato.

Attraverso i vini, cerchiamo di esaltare le bellezze delle nostre colline e la vicinanza tra mare e montagna, che è una prerogativa del Piceno».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



QUALITÀ
A fianco
un vigneto
di Passerina
e, a lato,
una foto
di gruppo
del cda
del Consorzio
vini piceni



AL VERTICE
A sinistra Giorgio Savini,
presidente
del Consorzio
tutela vini piceni,
e Armando Falcioni,
direttore;
in basso a sinistra
un vigneto
di Rosso Piceno Superiore,
a destra
un vigneto di Pecorino

