

**Direttore responsabile:** Roberto Bartolini

**Vice direttore:** Beatrice Toni

**In redazione:** Alessandro Amadei, Francesco Bartolozzi, Dulcinea Bignami, Giovanni De Luca, Angelo Gamberini, Gianni Gnudi, Alessandro Maresca, Giorgio Setti, Lorenzo Tosi

**Comitato scientifico:** Francesco Mario Agnoli, Giorgio Amadei, Umberto Bagnaresi, Giovanni Ballarini, Enrico Bonari, Dario Casati, Michele Cera, Angelo Garibaldi, Giuseppe Pellizzi, Romano Prodi, Silvano Sansavini

© 2003 Il Sole 24 ORE Edagricole Srl

**IL SOLE 24 ORE EDAGRICOLE SRL**

**Direzione area pubblicità:**

Nino Piras

**Direzione, Redazione, Pubblicità,**

**Abbonamenti, Amministrazione:**

Via Goito, 13 - 40126 Bologna

Tel. 051-65751 - Telefax: 051-6575856

Cas. Post. 1206 - 40100 Bologna

Internet e-mail: tv@gce.it

Reg. Tribunale di Bologna

n. 4272 del 7-4-1973 - Spedizione in a.p. - 45% - art. 2 comma 20/b legge 662/96 - Filiale di Bologna

**Abbonamenti e prezzi in Italia:**

**vedi tabella di prenotazione nelle pagine**

**degli annunci economici**

(c.c. postale 24102550):

Abbonamento annuo: Euro 85,00

Un numero: Euro 1,70

Arretrati e numeri doppi: Euro 3,40

Annate arretrate: Euro 120,00

**Estero:** Abbonamento annuo ordinaria:

Euro 160,00

Abbonamento annuo prioritaria: Euro 290,00

**Fax ufficio abbonamenti: 051/6575900**

**Rinnovo abbonamenti in Italia:**

Attendere l'avviso che l'Editore farà pervenire un mese prima della scadenza. Per Enti e Ditte che ne facciano richiesta l'avviso verrà inoltrato tramite preventivo.

Iva assolta alla fonte dall'Editore ai sensi dell'art. 74, 1° comma, lett. c, D.P.R. 26-10-1972 n. 633 e successive modificazioni ed integrazioni. La ricevuta di pagamento del conto corrente postale è documento idoneo e sufficiente ad ogni effetto contabile.

**Tariffe per inserzioni:**

Annunci brevi, vedi rubrica.

Finanziari legali, L. 2.500 (Euro 1,29) mm-colonna

Gli articoli e le fotografie, anche se non pubblicati, non si restituiscono.

Tutti i diritti sono riservati: nessuna parte di questa pubblicazione può essere riprodotta, memorizzata o trasmessa in nessun modo o forma, sia essa elettronica, elettrostatica, fotocopia, ciclostile, senza il permesso scritto dell'Editore.

T ISSN 0040 - 3776

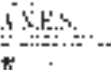
Progetto grafico: EMFD

Stampato in rotativa

Officine Grafiche Calderini Spa

40064 Ozzano Emilia (Bologna)

 **Questo giornale è associato alla:**  
Unione Stampa  
Periodica Italiana



 **ed è membro italiano di**  
**EUROFARM**

L'Associazione dei più importanti giornali e periodici agricoli europei



**Presidente:** Paolo Imperatori

**Direttore Generale:** Paolo Michetti

# Vino: quando piccolo è sinonimo di caro

■ di *Andrea Segrè*

**A**rchiviato il Vintaly, a bicchieri fermi o per meglio dire vuoti, fra tutte le cifre presentate due dati, anzi due prezzi, colpiscono l'immaginario collettivo. E anche quello dei produttori e dei consumatori: entrambi sempre più attenti alle loro azioni, peraltro intimamente collegate. Si tratta dei prezzi, astronomici a dir poco, della terra dove nasce la vite e della bottiglia da dove

si mesce il vino. Secondo l'Istituto nazionale di economia agraria per un ettaro di Chardonnay in Trentino si possono sborsare oltre 430 mila euro, più di 830 milioni di vecchie lire per chi non si fosse abituato alla conversione. Al noto gastronomo Davide Paolini è invece capitata una carta dei vini con un "Afro" marchigiano a centonovanta-190 euro. Sempre per chi avesse perso dimestichezza con il

cambio si tratta di una bella somma: un po' più di 360 mila lire. Non male considerando che ci si deve aggiungere ancora il companatico. Tanto che alla fine della serata bisogna fare un mutuo, come per acquistare della terra.

C'è un legame dunque fra i due valori, si potrebbe pensare. Non sempre è la risposta. Allora si tratta di punte, qualcuno dirà. E invece rappresentano una tendenza, alla crescita, che pur giustificabile entro certi limiti, comporta qualche rischio in un mercato certamente interessante e dinamico come quello dell'oro rosso o bianco (o rosé naturalmente). Qui non c'è euro che tenga e arrotondamenti vari per spiegare prezzi così elevati. La giustificazione classica, da manuale verrebbe da dire, è che tutto dipende dal rapporto offerta domanda. Un'offerta ridotta, pochi ettari e meno bottiglie, fa aumentare il livello dei prezzi. Questo è il mercato bellezza, direbbe qualcuno.

Vero, ma è necessario allora che ai prezzi elevati si accompagnino qualità per il vino da far bere al consumatore e strumenti finanziari per la terra a vigneto da far acquistare al produttore. Per i vini la scarsità deve essere accompagnata

da una qualità riconosciuta: troppo spesso i prezzi di molti vini sono gonfiati, come dice Paolini, dalle presenze in tavole o pranzi famosi, dalle votazioni illustri, dalle quantità appunto troppo limitate. Insomma in Italia gli "Afro" sono molti e sparsi ovunque. Forse riempiranno le tasche di qualche fortunato produttore, o più probabilmente di uno scaltrò ristoratore, ma la cultura

del vino e la prospettiva di incrementare i consumi non ne guadagnano molto. Ciò che manca invece sono etichette di qualità affidabile e con prezzi abbordabili, fra i 14 e i 18 euro, al riparo anche dell'ormai forte concorrenza dei vini esteri e alla portata di molti consumatori. È soprattutto qui che si convince e si vince.

Sul fronte dei valori fondiari dei vigneti l'incremento del

**Troppo spesso il prezzo dei vini è gonfiato dalla quantità limitata di prodotto e lo stesso accade per la terra, che ormai raggiunge cifre da capogiro. Come possono fare allora le aziende ad ingrandirsi?**

4,5% nel 2002 (1,7% in termini reali) rilevato dall'Inea testimonia che il fenomeno sta acquisendo una rilevanza notevole. E tutto lascia prevedere che i prezzi continuino a correre, in salita peraltro. Del resto, in tempi come quelli attuali, con le borse in crisi, il ritorno alla terra non sorprende i più accorti investitori. E tuttavia, al di là delle sempre possibili speculazioni, che in un modo o nell'altro sono destinate ad influenzare il mercato fondiario, il problema si pone seriamente per chi produce il vino e, visto il trend positivo, vuole - come si usa dire - allargarsi. Cioè crescere, aumentare i vigneti, migliorare gli impianti, sfruttare le economie di scala come fa qualsiasi altra impresa. Ma con i prezzi che corrono disporre di nuovi vigneti diventa un'impresa appunto quasi impossibile, anche per i più volenterosi. Ben vengano dunque tutti quegli strumenti finanziari innovativi e anche ovviamente i crediti agevolati, che permettano di aumentare la scala dell'azienda. Perché ciò porta, mediamente, ad un accrescimento del livello qualitativo dei vini a costi inferiori. Insomma non sempre vale il famoso detto "piccolo è bello", perché spesso è solo caro. ■