

Lambrusco, il sangue *rosso dell'Emilia*

**MATTEO
MARENGHI**

L'Emilia, nel sentire collettivo, è terra schietta e sanguigna, come la sua gente e la cucina gustosa, e il suo scoppiettante vino, il Lambrusco. Prodotto massimamente fra Modena e Reggio Emilia, il Lambrusco si caratterizza per la frizzantezza e la fragranza di profumi primari, floreali e fruttati. Caratteri, oggi, assolutamente *trendy* e rispondenti alle richieste di un consumatore che sempre più rifugge dai vini iperconcentrati, soverchiati dal legno ed eccessivamente alcolici. Non solo: per l'immediata piacevolezza il Lambrusco è ideale per la conquista di mercati emergenti, per il facile approccio organolettico e, inutile negarlo, il prezzo abbordabile.

Il nome Lambrusco, per vincoli di legge, è limitato a vini Dop e Igp prodotti principalmente nelle aree vitivinicole delle province emiliane di Modena e Reggio Emilia (circa 9.100 ettari im-

piantati). Minore importanza, dal punto di vista delle quantità prodotte, va riconosciuta all'area del parmense e al mantovano.

Un complesso panorama varietale

La viticoltura del Lambrusco ha tratti assolutamente peculiari. È storicamente concentrata in zone pianeggianti e con forme di allevamento espanse, eredita quest'ultima dalla *Vitis vinifera silvestris*, pianta ancestrale che si avviluppava agli alberi nei margini delle foreste. Nel tempo i vari territori hanno selezionato diverse tipologie di Lambruschi, disponibili oggi in altrettante varietà, ciascuna con specifici cloni al suo interno.

Di seguito le più diffuse: Lambrusco Salamino, che dà origine a vini dal colore particolarmente intenso; Lambrusco Grasparossa per vini di acidità non eccessiva e buon corpo; Lambrusco Marani spesso impiegato per la produzione di basi spumante (grazie alla buona acidità e scarso tannino); Lambrusco Maestri per vini molto colorati, di buon corpo e con marcata componente tannica. Poi vi sono il Lambrusco Montericcio, quello Viadanese, quello a Foglia frastagliata ed altri. Pochi dei Lambruschi citati sono impiegati in vini monovitigno (tranne il Sorbara, il Salamino e il Grasparossa), più spesso in uvaggio. La principale caratteristica del Lambrusco è quella di essere un vino rosso frizzante. La presenza di anidride carbonica disciolta è storicamente conseguenza della natura di tali vitigni

IN PILLOLE

Prosegue il nostro viaggio nel mondo della vitivinicoltura regionale. Dai colli piacentini ci spostiamo verso est per parlare dei vini frizzanti dell'Emilia-Romagna per antonomasia: il Lambrusco, nelle sue varie tipologie, consacrato recentemente come l'etichetta più venduta nella Grande distribuzione italiana nel 2015 (quasi 13 milioni di bottiglie), e il Pignoletto, che si fregia sia della Doc, sia dell'ancor più prestigioso marchio Docg, conferito nel 2010. Nelle pagine che seguono si riferirà del progetto per la nascita di un Distretto del Lambrusco e del crescente successo commerciale del bianco frizzante (ma c'è anche la versione ferma) che raggiunge l'apice qualitativo tra le cantine dei colli bolognesi.

TAB. 1 - I LAMBRUSCHI DOP E IGP DELL'EMILIA-ROMAGNA

- Lambrusco di Sorbara Dop
- Lambrusco Salamino Dop
- Lambrusco Grasparossa Dop
- Colli di Scandiano e di Canossa Lambrusco
- Grasparossa Dop
- Colli di Scandiano e di Canossa Lambrusco
- Montericco Dop
- Colli di Scandiano e di Canossa Lambrusco Dop
- Reggiano Lambrusco Dop
- Reggiano Lambrusco Salamino Dop
- Modena Lambrusco Dop
- Colli di Parma Lambrusco Dop
- Emilia Lambrusco Igp

che, grazie alla sostenuta acidità e tardiva maturazione delle uve, sono da sempre predisposti a fermentazioni incomplete e a riprese fermentative primaverili. Questo tratto naturale è stato poi regimentato negli anni '60 e '70 perfezionando la tecnica della rifermentazione in autoclave.

Il vino più venduto nei supermercati italiani

Ma il mondo del Lambrusco è soprattutto business, dato che la sua filiera, nelle zone di Modena e Reggio Emilia, è la spina dorsale dell'economia agroindustriale. Altra caratteristica di questo vino è la "paternità" della produzione, rappresentata in modo predominante dalla cooperazione. Considerando il canale moderno – Gdo e distribuzione organizzata – che in Italia rappresenta la maggioranza delle vendite di vino confezionato, i vini Lambrusco sono i primi per volume e fatturato. Un po' più penalizzata invece la situazione del mercato Horeca, causa la localizzazione del consumo soprattutto nei luoghi di produzione e vicini. Per contro, il Lambrusco alimenta un'importante corrente di esportazione che fa di questo vino, nelle sue diverse tipologie, il secondo per importanza dopo il Prosecco, per destinazioni non solo europee (in particolare Germania, Spagna, Regno Unito, Benelux), ma riferite anche alla Russia, al continente americano e ai mercati di più recente avvicinamento al vino quali quelli asiatici. Il colosso cooperativo Cantine Riunite & Civ, tanto per citare l'azienda leader del comparto, ha visto nello scorso anno un'impennata dell'export di questo vino negli Usa di ben il 20% grazie a migliorate politiche distributive e di marketing.

Tornando alle vendite sul mercato interno, il predominio del Lambrusco è stato certificato recentemente da uno studio commissionato da

TAB. 2 - LAMBRUSCO DOP E IGP OTTENUTO DA UVE PRODOTTE NELLE PROVINCE DI MODENA E DI REGGIO EMILIA

ANNO	DENOMINAZIONE	VINO CERTIFICATO E IMBOTTIGLIATO (hl)	BOTTIGLIE da lt 0,750 (n.)
2012	LAMBRUSCO DOP (*)	373.365	49.782.000
2012	LAMBRUSCO EMILIA IGP (**)	335.344	44.712.533
2012	TOTALE	708.709	94.494.533
2013	LAMBRUSCO DOP (*)	370.201	49.360.133
2013	LAMBRUSCO EMILIA IGP (**)	816.832	108.910.933
2013	TOTALE	1.187.033	158.271.066
2014	LAMBRUSCO DOP (*)	351.744	46.899.200
2014	LAMBRUSCO EMILIA IGP (**)	999.290	133.238.667
2014	TOTALE	1.351.034	180.137.867

(*) di Sorbara, Grasparossa di Castelvetro, Salamino di Santa Croce, di Modena, Reggiano
 (**) La certificazione da parte di Valoritalia dei vini Igp Emilia è iniziata il 1° agosto 2012.

A VINITALY 2016 EN PLEIN DELL'ENOTECA REGIONALE

Grande affluenza di pubblico e alto interesse da parte degli operatori professionali e degli addetti ai lavori per i vini autoctoni. Questi i risultati positivi della partecipazione dell'Enoteca regionale alla 50ª edizione del Vinitaly di Verona (10-13 aprile). L'ente per la promozione dei vini dell'Emilia-Romagna ha ospitato nel padiglione 1 circa 200 aziende produttrici, in rappresentanza di tutta la viticoltura regionale. «Siamo state una delle poche regioni – ha sottolineato il presidente **Pierluigi Sciolette** – a esprimere un'identità e un'idea di insieme, riuscendo a mettere sotto lo stesso "tetto" piccole, medie e grandi imprese, privati e cooperative».

Imponente la macchina organizzativa messa in campo dall'Enoteca, con 500 etichette distribuite su sette banchi d'assaggio e tante iniziative, tra cui la presentazione dell'App "Via Emilia Wine & Food", una sorta di guida tascabile che offre un panorama completo dei vini, dei prodotti Dop ed Igp e dei pacchetti vacanze dell'Emilia-Romagna, integrando l'offerta enogastronomia e turistica. L'applicazione, scaricabile gratuitamente da Apple Store e Google Play, è curata da Apt Servizi Emilia-Romagna. A pieno regime il ristorante allestito all'interno del padiglione, dove gli ospiti hanno potuto assaggiare le specialità culinarie regionali in abbinamento alle migliori etichette nostrane.

Venendo al Vinitaly, la kermesse ha chiuso i battenti con 130 mila operatori presenti, di cui quasi 50mila provenienti dall'estero. Gli espositori sono stati oltre 4.100 arrivati da oltre 30 Paesi. Tra i record dell'edizione 2016 quello relativo alla superficie espositiva, che per la prima volta ha superato la soglia dei 100mila metri quadrati netti.

Veronafiere e condotto da Iri Infoscan che ha indagato il canale dei super ed ipermercati nel 2015. Quasi 13 i milioni di litri venduti, più di mostri sacri quali Chianti e Sangiovese. Il totale delle vendite dei Lambruschi Doc è stato di oltre 46 milioni di bottiglie nel 2014, a cui ne vanno aggiunte 133 milioni di Lambrusco Igp (vedi tabella 2), per un giro d'affari complessivo stimato sui 600 milioni di euro. ■



Dell'Aquila



Cons. Tutela Lambrusco Modena

Doc unica e distretto: *i progetti in cantiere*

MATTEO MARENGHI

Il comparto del Lambrusco, scongiurato il pericolo rappresentato dalle forti pressioni comunitarie per liberalizzare i nomi dei vini cosiddetti identitari tra cui, appunto, anche il rosso emiliano (il direttore generale Agricoltura della Ue, Joost Korte, ha infatti dichiarato che proporrà al commissario Phil Hogan il ritiro dell'atto delegato che sanciva il via libera alla svolta, ndr), ha interpretato le ultime vicende come una sollecitazione al rinnovamento. Se n'è parlato anche nell'ultimo Vinitaly, nell'ambito in un convegno, promosso dai Consorzi di tutela, che ha affrontato l'argomento delle prospettive di sviluppo di questo vino, con una proposta per la creazione di un "Distretto del Lambrusco" che vede uniti il mondo della produzione e i rappresentanti delle istituzioni del territorio.

Tra Modena, Reggio-Emilia, Parma e Mantova il Lambrusco rappresenta 16mila ettari di vigneto, 180 milioni di bottiglie e un fatturato di circa 600 milioni di euro. Attualmente sono 10 – tra Dop e Igp – le denominazioni che si richiamano al rosso frizzante per eccellenza, con evidenti sovrapposizioni, mancanza di una visione strategica unitaria, per non parlare delle inevitabili contrapposizioni di stampo campa-

nilistico. La novità è che comincia a farsi strada l'idea di convergere verso una Doc unica che tuteli questo vino, semplificando anche la sua presentazione ai *buyer* del mercato internazionale, oltre ad evitare le complicazioni riscontrabili da sempre sul mercato interno. Altra azione proposta è quella di dare vita, grazie all'accesso a provvidenze comunitarie, al cosiddetto "Cluster del Lambrusco": non tanto una sovrastruttura, quanto un'infrastruttura funzionale a rilanciare e consolidare il settore.

Un piano di sviluppo per l'intero territorio

Il Cluster (o più semplicemente Distretto, ndr), è un programma di sviluppo agroindustriale che non si limita alle imprese della filiera vitivinicola, ma si propone di migliorare gli aspetti socio-economici del territorio con l'obiettivo di trarre una vitivinicoltura di precisione rispettosa dell'ambiente e attenta all'utilizzo delle risorse naturali. Includendo le attività di sperimentazione e ricerca, il Cluster sarebbe anche un osservatorio a 360 gradi sul mondo che gravita attorno al Lambrusco, arrivando a considerare il paesaggio, la ricettività, la ristorazione e,

prioritariamente, il consumatore.

Pur ricordando che il Lambrusco è una tipologia di vino contemplata anche nel disciplinare delle Doc di Parma e, al di fuori dell'Emilia-Romagna, in quello dei vini mantovani e del nord della Puglia (come Igp), la *governance* di questo vino è indubbiamente una partita che si gioca fra Modena e Reggio, condivisa fra colossi cooperativi e gruppi privati di dimensioni medie, ma anche piccolissime.

Di fatto sono diversi gli enti che se ne occupano. «Da una parte ci sono i vari Consorzi del Lambrusco Doc – spiega **Ermi Bagni** (foto a fianco), direttore del Consorzio Tutela del Lambrusco di Modena e del Consorzio Marchio Storico dei Lambruschi modenesi, oltre che di quello Tutela Vini Emilia – il cui compito istituzionale è appunto la valorizzazione e promozione delle rispettive denominazioni di origine controllata, mentre il Consorzio dei Marchio Storico si occupa della gestione del marchio privato che viene rilasciato ai consorziati. Il Consorzio Tutela Vini Emilia, infine, cura la tutela legale e la valorizzazione dei vini Igp Emilia, cioè quelli a Indicazione geografica protetta. L'attività di monitoraggio sui mercati mondiali è particolarmente intensa, in quanto la denominazione "Lambrusco Emilia" è molto diffusa all'estero e, di conseguenza, sono numerosi i tentativi di imitazione e contraffazione.

Ma quali sono le iniziative attualmente in corso e quelle programmate per il prossimo futuro per la promozione di questo vino in Italia e all'estero? «Negli ultimi anni – aggiunge Bagni – i Consorzi di Modena e di Reggio Emilia hanno organizzato diverse azioni comuni per la promozione, allestendo spazi espositivi per le imprese consorziate alle fiere internazionali Prowein di Dusseldorf, in Germania, e al Vinitaly di Verona. Altri interventi a favore del Lambrusco in Asia e Nordamerica sono previsti nel quadro dell'Ocm del settore vitivinicolo, mentre i progetti promozionali nei Paesi comunitari trovano attuazione nell'ambito del Regolamento CE 1144/2014.

Viticoltura di precisione e sostenibilità

Per quanto riguarda le prospettive future, il settore vitivinicolo legato al Lambrusco ha individuato due priorità: da

un lato la viticoltura di precisione finalizzata ad una produzione sempre più ecosostenibile e dall'altra il progetto *Wine cluster*. «Per essere competitivi nel mercato globale – conclude Bagni – occorre innovare e investire per tragguardare l'obiettivo della sostenibilità ambientale e assecondare le aspettative del consumatore. I Consorzi di tutela e promozione di Modena e di Reggio Emilia hanno predisposto progetti che puntano alla valorizzazione dei biotipi Lambrusco e al miglioramento dell'efficienza dei modelli viticoli attraverso strumenti di viticoltura di precisione. Il Wine cluster è invece soprattutto l'occasione per le imprese di condividere e armonizzare le potenzialità produttive; non soltanto sinergia di servizi o razionalizzazione di costi, ma un una strategia che mira a consolidare il patrimonio Lambrusco per dare distintività ad un territorio esclusivo». ■



Cons. Tutela Lambrusco Modena

Sopra, Ermi Bagni, sotto Davide Frascari

LE BOTTIGLIE IGP AVRANNO UN CODICE ANTI-CONTRAFFAZIONE

Il Consorzio Tutela Vini Emilia è di recente nascita, essendo stato costituito nel novembre 2011 con l'obiettivo di modificare il disciplinare di produzione dei vini etichettati Emilia, appunto, di cui il Lambrusco rappresenta oltre l'80% in volumi produttivi. «In questi anni – puntualizza il presidente, **Davide Frascari** (nella foto in basso) – oltre a modificare il disciplinare, il Consorzio è stato un ottimo laboratorio di confronto per i produttori e gli imbottigliatori dell'intero distretto del Lambrusco. Il Consorzio esercita la tutela della denominazione, ovvero protegge dalle imitazioni e dalle contraffazioni i vini Igp Emilia. Abbiamo depositato il marchio Lambrusco in diversi Paesi al mondo, l'ultima registrazione è stata ottenuta nel gennaio scorso in Cina».

Quali sono i programmi a breve termine? «Il consiglio di amministrazione ha già deliberato di utilizzare il sistema alternativo alla fascetta di Stato per il controllo dei volumi e della rispondenza fra volumi prodotti e confezionati. Applicheremo un codice alfanumerico sulle bottiglie di vino Igp Emilia e, in caso di contraffazione, saranno applicate le stesse sanzioni o pene previste per chi falsifica la fascetta di Stato. L'introduzione del contrassegno, associato all'attività di vigilanza, rappresenterà un notevole passo in avanti nella tutela, prima *mission* del Consorzio. Inoltre sono convinto che occorra predisporre un forte piano di promozione perché diventerà sempre strategico creare prima, e comunicare poi, uno stile "bollicine rosse". Per fidelizzare il consumatore non basta la qualità del vino, ma occorre creare una tendenza».



Cons. Tutela Vini Emilia

L'irresistibile ascesa *del Pignoletto*

**GIANCARLO
MARTELLI**

I vini frizzanti *made in Emilia-Romagna* trionfano sulle tavole degli italiani. Se il Lambrusco, nelle varie tipologie, è l'etichetta in assoluto più venduta negli iper e nei supermercati del Belpaese (vedi articolo a pag. 36), la vera novità è l'ascesa quasi trionfale del Pignoletto, altro vino-simbolo del territorio regionale e in particolare dei colli bolognesi, protagonista nell'ultimo triennio di uno spettacolare incremento delle vendite nel canale della moderna distribuzione, con percentuali di crescita a due cifre.

In effetti a leggere le statistiche targate Iri Infoscan c'è da restare davvero sbalorditi: + 19%

gli acquisti nel 2013, +8% nel 2014 e, di nuovo, +9% il consuntivo 2015. Un vero e proprio boom, sull'onda di un trend di mercato favorevole per le bollicine, destinato a ripetersi anche quest'anno. Il Pignoletto Doc viene infatti accreditato di un ulteriore incremento del 14% delle vendite complessive nel 2016. Così come si stima una crescita dell'8% per il Pignoletto Colli Bolognesi Docg (Denominazione di origine controllata e garantita), il massimo riconoscimento in Italia per un vino di qualità, conquistato nel 2010 con la versione ferma (Classico) e ora esteso anche alle tipologie frizzante, spumante e superiore. In totale, sempre secon-

*Un'immagine
del Vinitaly*



do le previsioni, parliamo di circa 12 milioni di bottiglie di Pignoletto che saranno immesse sul mercato nel 2016, di cui circa 10,5 milioni a marchio Doc e 1,5 milioni Docg.

La riunificazione in un unico Consorzio

Per comprendere appieno le ragioni del crescente successo commerciale di questo vino tipicamente emiliano-romagnolo, ideale come aperitivo e con gli antipasti – vino ottenuto dal vitigno autoctono Grechetto Gentile, noto fin dai tempi degli antichi romani – bisogna fare un salto indietro di qualche anno, quando è stata presa la decisione di razionalizzare l'area di produzione, mettendo insieme un territorio che ora abbraccia le province di Modena, Bologna e una parte di quella di Forlì-Cesena. L'obiettivo? Molto semplicemente quello di far nascere un'unica grande area Doc al posto delle quattro preesistenti (Modena, Reno, Colli Bolognesi e Colli di Imola), senza considerare i due marchi Igt (Rubicone e Emilia) presenti sul mercato. Mentre per il bianco più blasonato dei Colli bolognesi fin dall'inizio si è imboccata la strada della Docg. «Una scelta, la nascita di un unico ente che vigila su un unico disciplinare, che si è rivelata vincente – sottolinea il direttore del Consorzio del Pignoletto Emilia-Romagna Doc, **Giacomo Savorini** (foto a fianco) – e che ha indubbiamente giovato all'immagine di un vino dalla grande storia alle spalle come il nostro, rendendolo più chiaramente identificabile da parte dei consumatori».

«Oltre al miglioramento della qualità, il senso dell'operazione – aggiunge Savorini, che ricopre lo stesso ruolo anche nell'organigramma del Consorzio Vini Colli bolognesi, che tutela invece la Docg – era quello di dare un'ulteriore spinta ad un vino emergente, favorendo le sinergie tra piccoli produttori e grandi cantine. I risultati ci stanno dando ragione, al punto che siamo diventati un esempio anche per altre parti d'Italia».

Attualmente il Consorzio Pignoletto Emilia-Romagna, nato nel 2013, mentre la nuova Doc unica è stata riconosciuta solo l'anno seguente, "governa" su un comprensorio che è tra i più vasti d'Italia che vanta la presenza di oltre 700 ettari coltivati a vigneto. Per le sole attività di vinificazione, imbottigliamento e confezionamento l'area interessata si allarga alle confinanti province di Reggio Emilia e Ravenna. Se ai 700 ettari della Doc sommiamo anche le vigne

SUI COLLI BOLOGNESI CRESCONO LE AZIENDE BIO

Crescono in Italia i consumi di vino biologico (+29% nel 2015, per un totale di 2,5 milioni di bottiglie, secondo i dati Iri Infoscan) e i vigneti coltivati senza far ricorso ai presidi chimici. Una tendenza che sta prendendo piede anche nei colli bolognesi. Le aziende socie dell'omonimo consorzio già convertite al bio sono numerose e rappresentano circa il 12% della produzione complessiva di vino: Pignoletto, ma anche Sauvignon, Cabernet, Merlot e tutti gli altri vini del comprensorio.

A far da battistrada in questo campo è stata la cantina Corte d'Aibo, che da sempre ha scelto la strada del biologico. Tra le altre aziende più note la Tenuta Nugareto, le aziende Orsi-Vigneto San Vito, Montevicchio-Isolani e la Tenuta San Felice. «L'obiettivo – sottolinea il direttore del Consorzio, Giacomo Savorini – è arrivare ad una quota di produzione certificata del 20% nel giro di 4-5 anni. Stiamo lavorando per inserire sempre di più il vino biologico nel circuito della ristorazione locale, oltre a spingere sull'export verso i mercati più ricettivi in questo senso come la Germania, l'Olanda e i Paesi scandinavi».

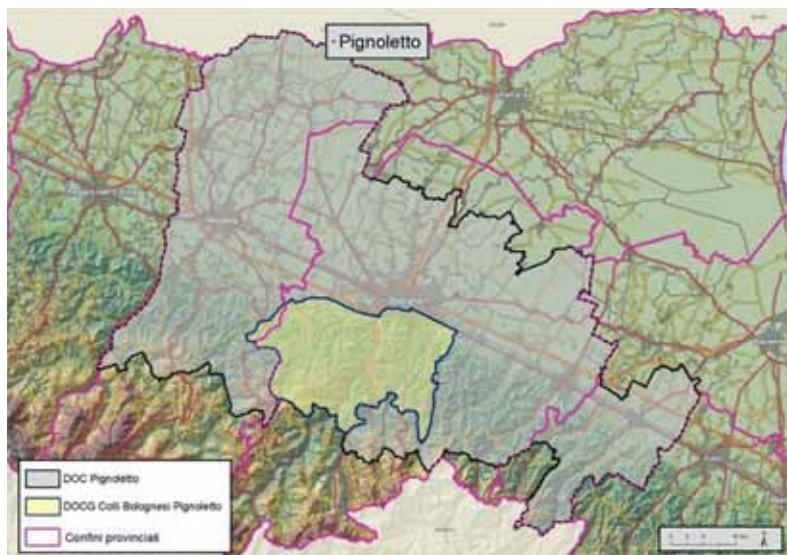
Una strategia che si inquadra in un più ampio progetto di sviluppo di un distretto del biologico nell'Appennino bolognese che coinvolge amministrazioni pubbliche, associazioni agricole ed altri organismi. Nel 2015 le vendite dei vini bio dei Colli bolognesi sono aumentate del 12%, un trend destinato a ripetersi anche quest'anno.



Cons. Vini Colli Bolognesi

*Giacomo Savorini,
direttore
del Consorzio
del Pignoletto
Emilia-Romagna
e del Consorzio Vini
Colli Bolognesi*

ricomprese nel comprensorio del Consorzio vini Colli bolognesi che vinificano soprattutto la Docg (circa 600 ettari), arriviamo in totale a circa 1.300 ettari di vigneti targati Pignoletto. Attualmente i soci del giovane sodalizio sono 25, in prevalenza grandi gruppi cooperativi del calibro di Cantine Riunite & Civ, Cevi-



L'area di produzione del Pignoletto dell'Emilia-Romagna Doc e, all'interno (in giallo) quella del Pignoletto dei Colli Bolognesi Docg

co, Cantina di Carpi e Sorbara, Agrintesa solo per citare le sigle più note, affiancati da aziende private come Chiarli, Ferrari, Pezzuoli, Bassi. «I nostri soci – prosegue Savorini – hanno capito l'importanza di un progetto che si basa sul gioco di squadra tra piccoli produttori che fanno della qualità la loro bandiera distintiva e grandi imprese che hanno i numeri per affrontare con determinazione la sfida dei mercati mondiali».

Le strategie per l'export

Proprio l'export, in un momento in cui il mercato interno continua a dare segnali di contrazione dei consumi (-5-6% nel 2015), si sta rivelando come una formidabile opportunità per incrementare il giro d'affari. Già adesso oltre la metà del Pignoletto Doc finisce all'estero (mentre la quota del vino a marchio Docg, che ha un mercato prevalentemente locale e regio-

nale, si limita ad un modesto 3-4%) e il 2015 si è chiuso con una crescita del 15% delle vendite oltre confine. Un trend che dovrebbe confermarsi anche nel prossimo triennio, stando agli ordinativi d'acquisto pervenuti ai grandi gruppi cooperativi da parte degli importatori dei principali mercati esteri.

Insomma, spazio di crescita all'estero ce n'è ancora tanto, basta saper cogliere al volo le occasioni con adeguate strategie commerciali. Ma quali sono i Paesi più ricettivi? «Se guardiamo all'Europa il nostro mercato di riferimento resta la Germania – precisa ancora Savorini – anche se negli ultimi due anni il trend di crescita più elevato c'è stato in Inghilterra, dove i vini bianchi frizzanti stanno conoscendo un vero proprio boom, con il Pignoletto molto richiesto anche dalla ristorazione».

Fuori dall'Ue sta dando parecchie soddisfazioni la Russia, nonostante la crisi economica, soprattutto per i prezzi interessanti che si riescono a spuntare in quel mercato. Performance positive anche negli Usa, in particolare il Texas, in Canada e nel sud-est asiatico. Per quanto riguarda i principali canali commerciali, circa il 70% del Pignoletto Doc viene venduto nella Gdo, mentre per la tipologia Docg il rapporto si inverte, con l'Horeca – in particolare la ristorazione – a far la parte del leone.

La promozione viaggia insieme ai prodotti tipici

La strategia di valorizzazione punta molto sull'abbinamento con il buon cibo: molte le iniziative congiunte con i Consorzi della Mortadella di Bologna Igp, del Parmigiano Reggiano, del Prosciutto di Parma e dell'Aceto Balsamico di Modena.

A questo proposito sta per decollare un progetto finanziato dall'Ue per la promozione del Pignoletto nei più importanti Paesi europei come Germania, Inghilterra, Francia, Danimarca e negli Stati Uniti, in compagnia delle più rinomate specialità gastronomiche regionali e dei cugini del Lambrusco. Il target privilegiato sarà la ristorazione.

Sul piano locale, infine, la scommessa è rafforzare il legame con il turismo, in forte crescita sotto le Due Torri. L'obiettivo è intercettare una parte dei flussi attraverso l'organizzazione di tour enogastronomici nella collina bolognese guidando gli ospiti stranieri, ma non solo, alla scoperta dei prodotti di eccellenza del territorio, Pignoletto in testa. ■

BOOM DI NUOVI VIGNETI DOC, IMPIANTATI 350 ETTARI NEL 2016

Il crescente successo di mercato del Pignoletto Doc trova un riscontro anche nell'incremento delle superfici investite. In particolare negli ultimi mesi del 2015, in vista della scadenza del regime comunitario dei diritti di impianto, sostituito dal sistema delle autorizzazioni, s'è scatenata una vera e propria corsa da parte dei produttori emiliano-romagnoli per accaparrarsi i relativi certificati in varie regioni d'Italia, senza badare a spese.

Il risultato è che in questo primo scorcio del 2016 sono stati impiantati 350 ettari di nuove vigne, concentrate nelle aree di pianura, con una crescita degli investimenti colturali del 50-60%. In pratica dagli attuali 700 ettari o poco più si è arrivati a superare in un colpo solo la soglia dei mille ettari. Ciò significa che nel giro di due-tre anni, quando i nuovi vigneti saranno entrati in produzione, si passerà dagli attuali 12 milioni a circa 16-17 milioni di bottiglie prodotte.