

La redditività dipende dalla scelta della barbatella

scritto da Claudia Meo | 20 Maggio 2025



Leader mondiale nella produzione di barbatelle, Vivai Cooperativi Rauscedo affronta le sfide del climate change e dei mercati globali puntando su ricerca, qualità e visione strategica. In occasione del Vinitaly il presidente Alessandro Leon e il vicepresidente Enrico D'Andrea raccontano come innovazione, cooperazione e lungimiranza guidino il futuro della viticoltura.

VCR, Vivai Cooperativi Rauscedo, è leader globale nella produzione di barbatelle di vite. Fondata oltre 90 anni fa, rappresenta oggi un modello di cooperazione agricola avanzata. Con 200 soci produttori, una rete capillare di distribuzione e un centro di ricerca all'avanguardia, VCR esporta in 38 Paesi e, in virtù della sua forte propensione all'innovazione, è protagonista della transizione verso una viticoltura più

avanzata e sostenibile. In occasione del Vinitaly abbiamo intervistato il presidente **Alessandro Leon** e il vicepresidente **Enrico D'Andrea**, per approfondire aspetti operativi e strategie di questa realtà unica nel panorama vitivinicolo mondiale.

Negli ultimi anni il comparto vivaistico è stato chiamato ad affrontare sfide senza precedenti, dalla crisi climatica all'evoluzione del mercato. Come si sta orientando la vostra strategia di medio-lungo termine?

“Tutta la filiera vitivinicola è chiamata ad affrontare sfide importanti – sottolinea il presidente -. Nei vivai però c'è il vigneto di domani: una realtà come la nostra ha la responsabilità e l'onore di guardare al futuro e di indirizzare la filiera attraverso una programmazione della produzione che oggi è complicata dall'imprevedibilità non solo dei mercati ma anche del clima”.

“Il vincolo statutario della localizzazione della produzione – continua Leon – con 1.200 ettari di piante madri portinesti e altrettanti di barbatellaio situati tra i bacini dei fiumi Tagliamento e Meduna, è da sempre un punto di forza che ha garantito la crescita economica e sociale del nostro territorio, oggi però questa concentrazione produttiva ci espone ai rischi di fenomeni estremi sempre più frequenti, come le grandinate a tappeto. L'impegno è quello di garantire sempre un alto standard di qualità e per questo negli ultimi anni siamo intervenuti sull'organizzazione della **filiera, sulla cernita e sulla selezione, anche attraverso progetti che coinvolgono l'intelligenza artificiale**, per mantenere la nostra eccellenza”.

“Abbiamo vissuto a livello climatico – conferma il

vicepresidente – due stagioni tra le più difficili degli ultimi decenni, il 2023 e il 2024. Anche la nostra base sociale, composta da 200 soci, ne ha risentito. Parliamo di famiglie che si tramandano da generazioni un sapere artigianale. Pur lavorando sui grandi numeri siamo infatti costituiti da tanti piccoli artigiani che, attraverso il costante confronto, sono stimolati ad **innalzare continuamente la qualità complessiva** del prodotto”.

“Siamo una realtà leader, ma non siamo minimamente paragonabili a una multinazionale del settore – riprende Leon – perchè è proprio nella frammentazione della base sociale la nostra forza; oltre, naturalmente, al lavoro di coordinamento svolto dalla cooperativa. L'esempio più calzante è legato all'attività di cernita delle barbatelle: l'attenta selezione del prodotto viene sempre svolta da un socio diverso da chi lo ha prodotto, questa è una garanzia del nostro standard produttivo. Il contributo della direzione della cooperativa è invece soprattutto nella **visione**, nella **programmazione**, oltre poi, naturalmente, nella **commercializzazione**. Questi sono gli elementi su cui si fonda la nostra strategia. Per quanto riguarda la visione, in particolare, lavoriamo con il nostro centro di ricerca, il VCR Research Center, il più grande centro di ricerca privato del settore”.



Come sta cambiando la domanda di barbatelle?

“Indubbiamente non possiamo che confermare che il mercato in questo momento si sta spostando dai rossi verso i bianchi, e c’è un fronte trend positivo per le bollicine. La crisi dei grandi rossi si fa sentire in Italia, Francia e Spagna. In termini di commercializzazione circa il 60% del nostro prodotto resta in Italia, il restante viene esportato in 38 Paesi. Anche nel nostro settore si avverte tuttavia il peso delle tensioni geopolitiche che stanno penalizzando il commercio internazionale. Parallelamente alla minaccia di dazi si assiste infatti ad una proliferazione dei pretesti per imporre barriere non tariffarie, come ad esempio è successo recentemente anche in Marocco, che ha chiuso da un anno all’altro l’import di materiale da propagazione di vite e fruttiferi da tutta Italia, dopo il rinvenimento di casi

isolati di *Xylella fastidiosa subsp fastidiosa* in Puglia. Ad appesantire il mercato interno è invece la mancanza assoluta di programmazione. La particolarità del nostro business è infatti che in Italia solo in pochissimi casi si lavora su commessa, mentre all'estero ciò è la prassi, anche perché la domanda è spesso trainata da grandi gruppi. In Italia viceversa **il mercato è frammentato**: emettiamo oltre 25.000 fatture all'anno e l'agricoltore compra in media 1000 piante alla volta: diventa difficile programmare con numeri così piccoli”.

“La barbatella è un prodotto deperibile: ciò che non viene venduto nell'anno è difficilmente recuperabile. **La nostra è una filiera programmata su cicli annuali**, con innesto tra gennaio e marzo, messa a dimora a maggio; a novembre e dicembre viene sterrato il prodotto e fatta la cernita: in questo periodo specifico abbiamo circa mille persone che lavorano presso la cooperativa. Se pensiamo che gestiamo circa 4.000 combinazioni tra portinnesti, varietà e cloni si può comprendere che tipo di impegno e di investimento sosteniamo ogni anno. La repentinità dei cambiamenti della domanda gioca a nostro sfavore e per mantenere i livelli di eccellenza e sostenibilità economica **serve continuamente una lettura attenta del mercato** per capire in che direzione andranno le cose”.

Come state adattando la selezione delle materie prime, dei vostri portainnesti al cambiamento climatico e allo stress idrico?

“Il lavoro di ricerca e di investimento è continuo. Abbiamo l'esclusiva sui **quattro portainnesti della serie 'M'** sviluppati dall'Università di Milano in collaborazione con la società Winegraft, che si dimostrano particolarmente resistenti al climate change. Ai circa 25 anni di prove

sperimentali dell'Università di Milano si sono aggiunti oggi i dati in nostro possesso, derivanti da 10 anni di esperienza in pieno campo che dimostrano gli ottimi risultati in termini di resistenza alla siccità e alla salinità dei suoli. La viticoltura però è un settore tradizionale dove ci vuole tempo per accettare le innovazioni. La richiesta di barbatelle innestate su 'M' però sta crescendo: la fiducia delle aziende si sta consolidando".

"Per quanto riguarda i PIWI (le varietà resistenti agli attacchi di funghi patogeni, ottenute da incrocio ricorrente) il primo progetto risale a 17 anni fa, insieme all'Università di Udine. Ora li sviluppiamo autonomamente e ogni anno immettiamo nuove varietà caratterizzate da resistenza poligenica a peronospora e oidio. In Italia, come sappiamo, non è semplice farli accettare, anche per via del perdurante divieto ad impiegarle nelle DOC fissato dal Testo Unico della vite e del vino. In Francia, invece, la politica più centralista ha permesso un'integrazione più rapida delle varietà resistenti che oggi sono autorizzate anche per Aoc prestigiose come Champagne e Bordeaux. Il rischio, se non arriverà una rapida revisione normativa, è quello di favorire la competitività francese con varietà che invece sono state messe a punto per valorizzare la tipicità del vino italiano. Siamo naturalmente molto coinvolti nella promozione di questa innovazione varietale e **siamo soci fondatori di Piwi Italia**, a riprova del nostro *commitment* su questo fronte".

Cosa significa per Vivai Rauscedo essere presenti a una fiera come Vinitaly?

"Ogni anno produciamo da 700 a 900 microvinificazioni nella nostra cantina sperimentale, al fine di favorire la scelta degli imprenditori e degli enologi nostri clienti, che possono individuare il clone più adatto per ogni possibile obiettivo enologico. Per ogni varietà esistono in media 15-20 cloni di Rauscedo e in fiera possono essere tutti testati. Offriamo

anche dei quaderni tecnici dettagliati, in modo da dare tutti gli elementi utili per scegliere. Per noi rappresenta un investimento importante ed essenziale. Possiamo dire che siamo tra i pochi espositori al Vinitaly che non vendono vino e ci piace pensare che sia proprio **intorno al nostro stand** che si creino delle **anticipazioni sul futuro**, visto che siamo alla base della filiera”.

Quali sono i mercati esteri più dinamici per voi?

“La nostra è una posizione di leadership ma condividiamo gli stessi obiettivi e le stesse aspirazioni dei tanti operatori vivaistici presenti, con pesi variabili, nelle diverse zone vocate internazionali. I nostri due mercati esteri principali rimangono **Francia e Spagna**. L’Est Europa è molto dinamico ma frammentato. Con l’impatto del climate change la viticoltura si sta spostando verso Nord e segnali positivi stanno venendo da Paesi non tradizionali come Belgio, Olanda e Inghilterra. In Nord Africa siamo presenti come in tutta la fascia mediterranea. A maggio avremo una missione in Cina, che potrebbe rappresentare il mercato più ampio, ma è un’area che ha specifiche importanti, a partire dal fatto che tutta la produzione di uve da tavola si pianta a piede franco. Si sta iniziando, in alcune piccole zone, a impiantare innestato, ma è un mercato tutto da scoprire, che per il momento potrebbe avere per noi un interesse spot”.

State integrando intelligenza artificiale e digitalizzazione nell’attività vivaistica?

“Sì, stiamo facendo molta ricerca anche in questa direzione e, in un certo senso, dobbiamo fare tutto da soli in quanto **i produttori di tecnologie si concentrano soprattutto sulla viticoltura, non sul vivaismo**. Abbiamo 23 progetti di ricerca

in corso, alcuni finanziati da noi, altri grazie a fondi PNRR e fondi UE e abbiamo un ottimo rapporto con la Regione Friuli Venezia Giulia sul fronte progettuale”.

“Abbiamo investito 10 milioni di euro solo nella struttura del nostro nuovo centro ricerche, inaugurato 5 anni fa. Non esiste un competitor che abbia messo in campo un investimento simile. Abbiamo visitato anche la Napa Valley dove possediamo una quota in un’azienda vivaistica, creata grazie a noi, ma abbiamo visitato tante altre realtà e, **in quello che è il principale mercato del vino, non abbiamo trovato tecnologie più avanzate delle nostre**. La ricerca è ciò che ci ha sempre contraddistinto, ciò a cui non rinunciamo mai, neanche quando le marginalità sono all’osso”.

Quale suggerimento strategico dareste ai produttori che ci seguono?

“Occorre ribadire un messaggio semplice ma troppo spesso trascurato: **il vino si fa con l’uva**. Quando si impianta un vigneto, **la scelta della barbatella**, della giusta combinazione tra varietà e portinnesto e soprattutto del fornitore, **è fondamentale**. Per farlo bene occorre saper immaginare cosa sarà e cosa venderà la propria azienda tra 10 anni per capire che la redditività è legata alla giusta scelta della barbatella, prima e molto di più dei pali, delle tecniche d’impianto e dei sistemi di allevamento. È necessario affidarsi a chi offre garanzie, esperienza e un accompagnamento post-vendita adeguato, avvalorato anche dalla storicità della presenza sul mercato. Occorre la volontà di **creare un progetto condiviso con un fornitore strategico**. Suggeriamo quindi di programmare insieme l’impianto, non rincorrere l’offerta ma scegliere le combinazioni corrette. La buona pianificazione è sempre sinonimo di qualità. La frammentazione e la mancanza, talvolta, di figure professionali adeguate non devono essere pretesti per una tendenza all’improvvisazione. Per nostra esperienza può

bastare una visita presso il VCR Research Center per capire e testare cosa conviene impiantare”.

Punti chiave:

- 1. La barbatella è la chiave della redditività futura:** la scelta della giusta combinazione tra varietà e portinnesto è cruciale per il successo economico di un vigneto;
- 2. Il vivaismo è il punto di partenza della filiera vitivinicola:** Vivai Cooperativi Rauscedo guida il settore grazie a una cooperazione solida, una rete capillare e un centro di ricerca tra i più avanzati al mondo;
- 3. Innovazione e AI per affrontare le sfide climatiche**
VCR integra intelligenza artificiale e nuovi portainnesti resistenti investendo fortemente in ricerca e tecnologia;
- 4. Il mercato cambia: più domanda di bianchi e bollicine**
La richiesta si sposta dai rossi verso i bianchi e le bollicine. L’Italia resta il primo mercato, ma l’export in 38 Paesi e l’attenzione ai trend globali restano centrali;
- 5. I PIWI e la sostenibilità hanno bisogno di una normativa più evoluta**
Le varietà resistenti rappresentano il futuro sostenibile della viticoltura, ma le barriera normativa rischiano di penalizzare la competitività nazionale.