

La parola ai produttori FIVI al Mercato dei Vini

scritto da Giulia Ledda | 5 Dicembre 2023



Dal 25 al 27 novembre si è svolta la 12° edizione del **Mercato dei Vini dei Vignaioli Indipendenti**. Tra gli *highlights* di quest'anno, il cambio di location della manifestazione, che si è spostata da Piacenza a Bologna, la consegna di importanti riconoscimenti – il premio “Leonildo Pieropan” attribuito al produttore Emidio Pepe e quello denominato “vignaiolo come noi” consegnato a Stefano Belisari di “Elio e le Storie Tese” –, quattro masterclass sui vitigni autoctoni e il “Fuorimercato” con il coinvolgimento degli esercenti della città.

Con oltre 1.000 espositori e più di 20.000 visitatori in 3 giorni, la kermesse è stata un successo. Lorenzo Cesconi, Presidente FIVI, afferma *“L'evento, che quest'anno si è tenuto a Bologna e ha consentito a chiunque di arrivare comodamente,*

è da sempre un momento chiave per i produttori che serve per tirare le somme, visto il periodo in cui si svolge, a fine vendemmia. È anche una festa, un'occasione di scambio e di incontri, in cui emerge lo spirito associativo dei vignaioli".

Come si sono espressi dunque i produttori presenti alla fiera, sulla vendemmia, sul mercato e in particolare sull'importanza della vendita diretta al consumatore finale, vista la natura *B2C-oriented* della manifestazione, come dimostra l'iconico "carrello" per gli acquisti dei visitatori? Wine Meridian ha rivolto queste domande ad alcune aziende da Nord a Sud, tra cui diverse *new entries* valorizzatrici dei vitigni autoctoni.

Il panorama emerso alla FIVI è variegato: una realtà italiana caratterizzata da una grande diversità, che si è mostrata resiliente, nonostante alcuni produttori, in particolare al Sud, abbiano vissuto momenti difficili durante la vendemmia. Nel mosaico delle aziende presenti emergono storie di passione e dedizione come quella di **Mimmo Vinci**, un nuovo arrivato alla FIVI con ottimismo per il futuro nonostante le sfide affrontate. Azienda calabrese di Cirò, è stata fondata di recente con l'obiettivo di valorizzare vitigni autoctoni come il Gaglioppo. La vendita a livello locale si sta dimostrando fondamentale, anche se il wine shop è ancora un obiettivo futuro.

Tra le piccole cantine che vivono di passione, c'è stata la testimonianza della *new entry* **Lasterosse**, azienda trentina della Val di Non produttrice dell'autoctono Gropello di Revò ed esempio di viticoltura eroica di montagna. Nonostante il vino non sia il loro core business in un'area che vive di meleti, Silvia e Pietro Pancheri tengono moltissimo alla loro produzione vinicola e vivono di vendita diretta e di relazione costante con il consumatore, grazie anche all'utilizzo dei social media.

Tra le aziende che hanno già partecipato in passato alla

fiera, Ottavia Ricotti di **Bosco Longhino**, in Oltrepò Pavese si dimostra soddisfatta della manifestazione e in generale dell'andamento dell'annata. Con un approccio orientato al consumatore, la cantina è aperta nel weekend per le degustazioni, sfruttando pubblicità e passaparola e offrendo varie opzioni come taglieri, pranzi e picnic in vigna. Tra i progetti, la vendemmia per i turisti, inizialmente rivolta ai bambini ma ora orientata verso gli adulti.

Affiliato alla FIVI dal 2014 e delegato di zona per l'Oltrepò Pavese, **Alessio Brandolini** si fa portavoce dei piccoli produttori di questo territorio. *"La vendemmia è stata molto positiva nonostante le abbondanti piogge poiché il terreno ha rapidamente ripristinato l'asciugatura"*, afferma Brandolini *"Il nostro spumante Pinot Nero Metodo Classico continua a darci grandi soddisfazioni sul territorio nazionale, nonostante all'estero ci sia ancora tanto lavoro da svolgere per farsi conoscere"*. Per quanto riguarda le vendite dirette B2C, il 10-15% di esse per l'azienda sono rivolte al consumatore. *"Durante la pandemia ci hanno salvato proprio gli acquisti diretti dei wine lover, ma anche adesso sono importanti, perché finalmente si può viaggiare e tanti appassionati stanno scoprendo l'Oltrepò come territorio da visitare"*.

Altra cantina che non è una new entry in FIVI, **Marco Canneddu**, produttore di Cannonau a Mamojada (Nuoro), esprime soddisfazione per la partecipazione alla fiera. Ci racconta che ha sofferto un po' per la vendemmia di quest'anno, con condizioni climatiche avverse che hanno favorito la peronospora. Le sue rare vigne storiche, però, hanno resistito al meglio alle avversità. Il focus della cantina è incentrato proprio su questo lembo di terra, dove si lavora con rese basse ma si ottengono vini di altissima qualità. Per l'azienda, le vendite dirette al consumer, che costituiscono il 40% del totale, comportano marginalità alte e costituiscono un'occasione unica per far conoscere il territorio.

Da parte sua, **La Maseira**, cantina piemontese di Erbaluce di Caluso Metodo Classico, ha vissuto invece il primo anno di associazione con la FIVI. C'è stata soddisfazione per la vendemmia, che ha privilegiato la qualità rispetto alla quantità. Per quanto riguarda l'approccio al consumer, la vendita diretta costituisce il 10-15% delle vendite totali aziendali e i wine lover giocano un ruolo chiave: la relazione è ciò che conta di più e ripaga a lungo termine.

Colleluche, produttore di Vernaccia di Serrapetrona, vitigno autoctono di nicchia, è entrato a far parte della FIVI da aprile di quest'anno. Secondo Franca Malavolta dell'azienda, l'esperienza della vendemmia è stata positiva senza problemi di peronospora. A livello di vendite c'è stata una flessione, ma le aspettative rimangono alte. Il consumatore? È sicuramente importante, e si può attrarre grazie alle degustazioni guidate, ma non bisogna dimenticarsi di rivenditori e distributori, in grado di raccontare le storie dei viticoltori e di fungere da *brand ambassador*.

Anche Siro Buzzetti dell'azienda **Terrazzi Alti**, produttore di Nebbiolo in Valtellina, attribuisce un'enorme importanza ai rapporti interpersonali: *"Le relazioni costruite nel tempo sono memorabili e sono ciò che crea fascino attorno al vino"*. Nonostante altre aziende abbiano sofferto durante la vendemmia, Buzzetti si ritiene fortunato e la raccolta è andata bene. Il futuro è incerto, ma le vendite, orientate verso acquirenti di fascia alta, hanno comunque successo.

Ultimo tra gli intervistati, Gianni Serra dell'azienda **F.lli Serra** in provincia di Oristano, che ha debuttato in fiera con la sua Vernaccia di Oristano, largamente apprezzata dal pubblico. L'obiettivo della famiglia: rilanciare la produzione di questo vino, una volta tra i più rinomati della Sardegna. Per l'azienda, il 90% delle vendite è orientata al consumatore e le manifestazioni di questo tipo costituiscono un'ottima opportunità.

Per tirare le somme, la presenza variegata di produttori al Mercato dei Vini, dalle storie singolari e dalle prospettive differenti, ha creato un'atmosfera vibrante e ricca di spunti, evidenziando la vitalità e la diversità del panorama vinicolo italiano. La vendita diretta è emersa come una strategia di successo per molti, non solo per le marginalità alte, ma anche come investimento a lungo termine nella fidelizzazione del consumatore. Con la promessa di nuove sfide e opportunità in arrivo, l'evento si è dimostrato una piattaforma per celebrare la passione, la tradizione e l'innovazione del settore, promettendo un futuro luminoso per il vino artigianale italiano.