Un 2022 da incorniciare per il Consorzio Vini del Trentino, Molon: ”I veri protagonisti? I produttori”

scritto da Emanuele Fiorio | 2 Gennaio 2023

Un anno complesso e sui generis sotto molti punti di vista che ha coinvolto il settore vitivinicolo e orizzontalmente tutto il tessuto produttivo italiano. Nell’ottica di definire un **bilancio dell’annata** che sta volgendo al termine e **conoscere le prospettive** del prossimo futuro, abbiamo voluto intervistare **Graziano Molon, direttore del** Consorzio Vini del Trentino.

Si sta per chiudere un anno molto complesso, caratterizzato da un conflitto alle porte dell’Europa, da una inflazione galoppante e dall’escalation dei costi energetici e dei materiali secchi (vetro, tappi, capsule, carta, cartone). In questo contesto, qual è il quadro e la valutazione generale

dell’attività del Consorzio Vini del Trentino e quali strategie avete adottato per gestire questa congiuntura sfavorevole?

La congiuntura economica internazionale è in tutta evidenza difficile e molti sono i fattori di criticità, in primis il conflitto russo – ucraino, che sta assumendo in maniera preoccupante i caratteri di una guerra mondiale e la contrazione dei consumi, unita all’incertezza nel futuro. Ciononostante, il comparto del vino tiene ed **i dati in nostro possesso fotografano una situazione che ad oggi presenta più luci che ombre: le esportazioni confermano complessivamente un trend positivo**, seppur differenziato tra i tradizionali paesi di destinazione, **i consumi tengono e registrano anzi performance buone**, in particolare per il metodo classico trentino, ma non solo. Il quadro risulta quindi ad oggi positivo; si tratta ora di capire come si svilupperà l’inverno 2023 e come l’economia italiana (e trentina) reagirà, poiché molte sono le incognite. Per quanto attiene alle strategie, il Consorzio ha funzioni di tutela, vigilanza e promozione e quello che possiamo implementare e gestire al meglio sono le **iniziative di promozione a supporto di tutte le produzioni viticole tutelate.**

Nonostante il contesto, il Consorzio quest’anno ha raggiunto uno storico accordo di partnership con l’Istituto Tutela Grappa del Trentino che punta alla promozione e alla comunicazione dei rispettivi prodotti e mette in sinergia ben 115 realtà aziendali per raggiungere obiettivi comuni. Come si sta evolvendo questa collaborazione e quali saranno le prossime tappe?

Siamo soddisfatti di aver iniziato questo percorso virtuoso in partnership con l’Istituto, per il quale, oltre a fornire il necessario supporto amministrativo, coordiniamo le attività di comunicazione e promozione assieme ai suoi storici collaboratori. È stato un anno intenso e di grande attività e come tutte le cose richiede tempo, impegno e obiettivi a medio

lungo termine. Il prodotto grappa del Trentino – assieme ai suoi produttori – rappresentano una grande eccellenza ed un vero e proprio giacimento dello storytelling legato al settore grappicolo e dei distillati; **questo importante comparto merita di trovare una dimensione adeguata nel panorama dei prodotti del territorio.** La strada è lunga, ma abbiamo cominciato col il piede giusto!

Il Bilancio di Sostenibilità presentato a giugno rappresenta un primato, si tratta infatti del primo realizzato da un Consorzio di Tutela nel settore vitivinicolo. Come avete sfruttato sinora questo primato in chiave comunicativa?

Mi si consenta prima di tutto di ringraziare ancora la grande squadra che ha contribuito al successo di questa grande premiere nazionale, della quale peraltro fa parte anche Wine Meridian. Abbiamo tentato di valorizzare al massimo la realizzazione del bilancio, spingendo tutti i canali comunicativi a disposizione e numerosi sono stati i feedback positivi; seppur nelle intenzioni si intenda comunicare al grande pubblico, si deve comunque tener conto che si tratta di un'informazione prevalentemente tecnica, più adatta quindi ad un pubblico esperto. Grande è stata comunque la **soddisfazione di essere approdati per la sezione Enti Pubblici ed Associazioni di Rappresentanza tra i finalisti del concorso nazionale FERPI per gli Oscar di Bilancio 2022.**

Qual è la sua opinione sulla proposta di uno standard unico di sostenibilità, soprattutto in chiave export, visto che oltre il 70% del vino Trentino viene spedito all'estero?

L'individuazione di uno standard unico di sostenibilità dedicato specificamente al comparto vitivinicolo **ritengo sia un traguardo imprescindibile per valorizzare correttamente i grandi sforzi che si stanno compiendo** per una sostenibilità concreta, misurabile e coerente con il territorio. Il tema è piuttosto individuare anche con chiarezza e lungimiranza i parametri che ne determineranno la qualità e la credibilità.

Durante il 2022 avete organizzato e portato a compimento una serie impressionante di eventi, fiere ed iniziative, tra cui la partecipazione a Vinitaly (con 61 produttori), a ProWein (con 15 realtà trentine), diversi incoming con influencer, enotecari ed iniziative di degustazione per presentare i vini dei produttori consorziati alla critica enologica. Quali sono stati i riscontri principali di queste attività e quali saranno i prossimi step che avete programmato nell'ambito degli eventi?

L'anno che si volge al termine è stato veramente un **percorso straordinario, caratterizzato da tanta fatica, ma anche costellato di soddisfazioni**, soprattutto tenendo conto che la struttura che mi onoro di dirigere costa di poche, qualificatissime unità, che ringrazio sempre del supporto e dell'impegno. Tanti sono stati i riscontri positivi dal mondo dei media e tutte le attività danno evidenza di come vi sia ancora spazio, se si lavora per obiettivi ed in maniera coerente, per crescere nella comunicazione dei prodotti vitivinicoli locali.
Il Trentino è uno straordinario playground per chi ha la fortuna di lavorare con i prodotti di eccellenza di questa terra ed il futuro non potrà che vederci altrettanto impegnati su questi fronti, eventi, comunicazione e social in pole position, consci del fatto che **sarà difficile ripetere quanto raggiunto quest'anno, ma determinati a raggiungere nuove mete, che vedranno la sostenibilità e l'enoturismo tra i principali driver della comunicazione. In ogni caso, i veri protagonisti devono essere i produttori** e per questo ogni iniziativa che veda un loro coinvolgimento – comprese le attività di formazione – deve essere salutata positivamente.