

Morellino, un brand che “cavalca” il futuro

di Giovanni Pellicci

La Docg ottenuta nel 2007, una costante crescita sui mercati esteri e un prezzo che resiste ai rincari. Storia di un vino che si ispira al nome di una razza equina e che ora è pronto al decollo

Il “diploma” è arrivato nel 1978. Poi una “cavalcata” inarrestabile lunga venti anni fatta di qualità e sviluppo di una mentalità vincente coronata con la “laurea” chiamata Docg nel 2007. Il Morellino è il vino del momento, anche perché a Scansano hanno fatto “karpediem” e dato vita a un percorso in cui sono i numeri a parlare: dal 1997 a oggi la superficie vitata è cresciuta esponenzialmente fino a raggiungere i 1.500 ettari vitati. La produzione annua ha superato i centomila ettolitri. I mercati nazionali ed esteri si sono presto innamorati di un gusto schietto e sincero (il Sangiovese è la base per l’85%) proposto a prezzi decisamente abbordabili. Il tutto come a stilare il brillante curriculum di un vino che, dopo aver tagliato il traguardo della denominazione più prestigiosa poco più di un anno fa, è entrato di diritto nell’élite del vino italiano. E adesso punta a proseguire la sua “cavalcata”.

“Eh sì, ora che ci siamo “laureati”, ci attende un nuovo esaltante percorso – spiega Alessandro Bargagli, presidente del Consorzio di Tutela nato nel 1992 e che attualmente riunisce 222 aziende socie (su 421 totali e di cui 122 imbottigliatrici) – lungo il quale non dovremmo perdere di vista le nostre peculiarità fatte di tipicità, tradizione e ottimo rapporto qualità/prezzo. La Docg ci ha portato vantaggi soprattutto qualitativi e d’immagine ma in realtà in vigna il lavoro lo avevamo impostato già cinque anni fa, cominciando a seguire i parametri di quello che sarebbe stato il nuovo Disciplinare. Adesso ci attende una fase in



cui dovremmo affrontare nuove sfide, dimostrando la capacità di saper reggere l’urto di un’economia congiunturalmente complessa. Vogliamo rafforzarci nei mercati in cui già operiamo già da anni (Stati Uniti e Europa in particolare), ma anche cominciare a penetrare verso nuove frontiere come l’Oriente e la

Russia”.

In un contesto italiano che si è lasciato alle spalle un primo semestre difficile (come confermano i dati relativi all’export dei primi mesi del 2008), il Morellino di Scansano punta a stabilizzarsi in una fascia di mercato che lo vede tra i vini più richiesti nella grande



distribuzione (unica etichetta toscana nella top ten 2007) ma, sempre di più, anche nel settore dell'alta ristorazione e delle enoteche di qualità. A patto di non commettere l'errore di alzare i prezzi.

“Dobbiamo essere in grado di creare equilibrio all'interno della nostra realtà – prosegue Bargagli – perché ci sono alcune eccezioni che possono complicare il nostro percorso. Non possiamo infatti far lievitare il costo del nostro vino ma nemmeno proporlo a prezzi troppo bassi. La nostra fascia di prezzo ideale è quella compresa tra i 5 e i 9 euro: come Consorzio ci siamo dati l'obiettivo di non andare oltre un aumento di 1 euro entro i prossimi 5 anni. Crediamo possa essere un percorso ragionevole se si pensa a quanto abbiamo lavorato e lavoreremo per esaltare la qualità della nostra produzione”. Ma come in tutte le cose c'è sempre un rovescio della medaglia sul quale è necessario riflettere per trovare le più adeguate contromisure. “La fase congiuntale dell'intero sistema economico mondiale mi preoccupa, – osserva Bargagli



– noi siamo estremamente convinti delle nostre potenzialità ma dobbiamo confrontarci quotidianamente con un mercato influenzato da fattori indipendenti dalla nostra volontà. Non possiamo far nulla infatti se l'euro è ogni giorno più forte del dollaro e se il caro petrolifero condiziona tutto il sistema economico. Noi dobbiamo solo continuare a lavorare bene come abbiamo fatto da tanti anni a questa parte, mantenendo comunque i piedi per terra”. L'ultima frecciatina è indirizzata verso il potere che hanno i media di condizionare, in modo positivo ma anche negativo, un'immagine. “Sento di dover esprimere la mia solidarietà – conclude Bargagli – nei confronti dei colleghi produttori di Brunello di Montalcino, Nobile di Montepulciano e altre denominazioni toscane. Si tratta di vini che hanno fatto tanto per il nostro sistema e che ora si trovano sulle principali pagine dei giornali per una vicenda che mi auguro possa essere solo un fuoco di paglia. Ma il rischio è che ci possano essere dei riflessi generalizzati e non capisco perché da parte dei mass media non ci sia stata la stessa attenzione nei confronti degli scandali di adulterazioni di vino scoperte qualche mese fa in numerose regioni italiane. Sono quelli i casi realmente gravi che intaccano il nostro sistema”.

IL TERRITORIO

Le uve destinate alla produzione del Morelino di Scansano devono essere prodotte all'interno della zona collinare della provincia di Grosseto tra i fiumi Ombrone e Albegna, che include l'intero territorio del comune di Scansano, buona parte di quello di Magliano in Toscana e parte minore dei territori comunali di Manciano, Grosseto, Campagnatico, Semproniano e Roccalbegna.

IL DISCIPLINARE

Il Sangiovese, secondo il nuovo Disciplinare Docg, deve essere impiegato almeno per l'85% del volume totale. Possono essere usati altri vitigni a bacca nera, non aromatici, idonei alla coltivazione nella regione Toscana, fino ad un massimo del 15%. La resa è pari a 90 quintali per ettaro (con la Doc, invece, era pari a 120 quintali per ettaro). ■

InterCap®

CHIUSURE
CLOSURES



Finelux® Finecomp®
Alucomp® Alumec® Tinlux®
Polytech® Thermoclass®

Strada dell'Antica Fornace, 39
14053 Canelli (AT) - Italy
Tel. +39 0141 821511 - Fax +39 0141 821532
www.intercap.it staff@intercap.it



Naturaltop® Champelite®
Duotech® Flexil®



Strada dell'Antica Fornace, 41 - 14053 Canelli (AT) - Italy
Tel. +39 0141 832187 - Fax +39 0141 825347
e-mail: info@bevcork.com - www.bevcork.com