

NONOSTANTE L'ANNO DIFFICILE, LE BOLLICINE DEL CONSORZIO CONTINUANO A CRESCERE, CON UN AUMENTO DELL'8,4% RISPETTO AL 2019. IN PARTICOLARE, BUONA LA PERFORMANCE DEL MOSCATO SOPRATTUTTO NEGLI USA.

LA SFIDA DELL'ASTI: PUNTARE AL TOP

di *Alessandra Piubello*

Non accenna ad arrestarsi la crescita dell'**Asti Docg** e del **Moscato d'Asti Docg**. La zona, che rispetto alla produzione del Piemonte copre un 35% del totale (una bottiglia su 3 in Piemonte viene dall'astigiano) si estende su 9.700 ettari vitati e comprende 51 comuni e un totale di 3.240 aziende vitivinicole. Il Consorzio, fondato tra i primi nel 1934, rappresenta il 52% dei viticoltori, il 51% della produzione d'uva, l'88% delle uve vinificate e il 96% dell'imbottigliato.

INCREMENTO ANCHE NEL 2021

“I dati del primo semestre 2021- conferma **Lorenzo Barbero**, presidente del **Consorzio** dal gennaio 2021 - sono sicuramente confortanti. Le consegne delle fascette Docg hanno fatto registrare un importante aumento rispetto al medesimo periodo del 2020, arrivando quasi a toccare il +16 per cento. Le due tipologie, infatti, raggiungono quasi dieci milioni di bottiglie in più, rispetto al luglio '20, passando da 44,6 milioni di bottiglie a 53,5 milioni. Tutti i principali mercati registrano performance migliori rispetto ai primi sei mesi del 2020. Stati Uniti e Russia continuano la loro crescita, ma il dato che ci dà maggior conforto riguarda sicuramente l'Italia, che torna a crescere dopo anni di stagnazione. L'Asti cresce in maniera piuttosto uniforme

ASTI E MOSCATO D'ASTI, I TOP 10 PER FATTURATO

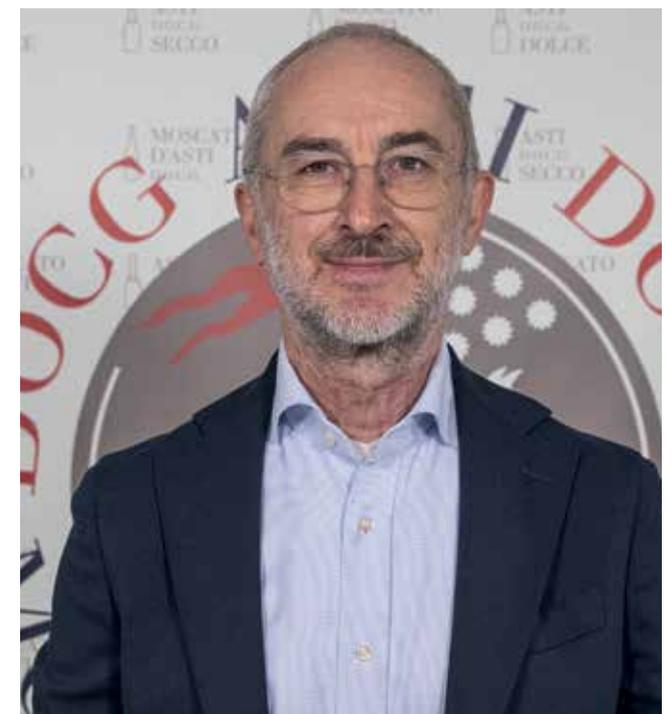
		2020	2019
1	DAVIDE CAMPARI - MILANO	1.772	1.843
2	MARTINI & ROSSI	420	527
3	FRATELLI MARTINI SECONDO LUIGI	n.d.	206
4	SANTERO FRATELLI & C.	100	69
5	MGM MONDODELVINO	100	90
6	CAPETTA - INDUSTRIA VINICOLA PIEMONTESE	57	38
7	F.LLI GANCIA & C.	52	60
8	ARALDICA CASTELVERO - SOCIETA' COOPERATIVA AGRICOLA	51	45
9	CASA E. DI MIRAFIORE & FONTANAFREDDA	43	52
10	CASA VINICOLA MORANDO	n.d.	42

Fonte: Pambianco
Valori in milioni di euro

su tutti i principali mercati: aumenti tra il 30% e il 50% per Russia, Gran Bretagna, Stati Uniti e Italia; la Polonia va ampiamente oltre il 100%, con dati molto interessanti anche per Ucraina, Austria e Belgio. Diversa invece la distribuzione del Moscato d'Asti: oltre il 60% è venduto negli Stati Uniti, che incrementa del 5% rispetto al 2020. Altri mercati, di minor volume ma che registrano dati sicuramente confortanti sono la Corea del sud, che triplica il venduto, e l'Italia, che cresce del 50%”. Crescite significative da ricondurre, soprattutto per mercato italiano, alla riapertura della ristorazione e degli eventi celebrativi.

IL FUTURO DELLA DENOMINAZIONE

Barbero, che è anche enologo del gruppo Campari, racconta gli obiettivi futuri: “Dobbiamo rendere la denominazione adeguata ai tempi che cambiano, in primo luogo perseguendo la sostenibilità con pratiche virtuose, a maggior ragione per noi che siamo Patrimonio Mondiale dell'Umanità come paesaggio vitivinicolo Langhe-Roero e Monferrato. È già partito un progetto pilota per



In questa pagina Lorenzo Barbero, presidente del Consorzio dell'Asti Docg e del Moscato d'Asti Docg

In apertura, un grappolo di moscato



In questa pagina: a sinistra, Massimo Marasso direttore tecnico ed enologo della Fratelli Martini Secondo Luigi
A destra, Enrico Gobino, direttore marketing Mondodelvino

ottenere la certificazione di qualità sostenibile Sqnp. E successivamente all'ottenimento del certificato, lavoreremo anche sul biologico, che è ancora poco sviluppato. Stiamo lavorando sulla promozione dell'Asti anche attraverso installazioni sulle rotonde di ogni comune che fa parte della denominazione, per valorizzare il lavoro di tutti i nostri produttori. Stiamo anche attrezzandoci per l'impatto dei cambiamenti climatici sul vigneto, con scelte agronomiche adatte per poter aiutare l'Asti in questa sfida". Non dev'essere facile presiedere un consorzio che ha così tante anime, dalle case spumantistiche ai viticoltori. "C'è competizione - afferma Barbero - ma pur con visioni diverse stiamo lottando per obiettivi comuni. Da noi vige un consiglio paritario, una testa, un voto".

LA TOP TEN

In testa alla classifica dei fatturati 2020 ci sono le aziende Davide Campari e Martini & Rossi. Al terzo posto si colloca la **Fratelli Martini Secondo Luigi**, tra le più grandi aziende vinicole italiane a conduzione familiare. Attiva dal 1947 nella sua sede produttiva a Cossano Belbo, l'impresa ha registrato una crescita costante negli anni. "Fra i nostri marchi - spiega Massimo Marasso, direttore tecnico ed enologo - spiccano Sant'Orsola in Italia e Canti all'estero". Peraltro la famiglia Martini possiede anche quattro aziende vinicole di

proprietà. "Nel 2020 - continua Marasso - la Fratelli Martini ha prodotto circa 130 milioni di bottiglie, delle quali più del 10% appartengono alla denominazione Asti e Moscato d'Asti (di cui il 70% è Asti e il 30% Moscato d'Asti). Siamo presenti in 60 Paesi, in particolare in Gran Bretagna, il nostro mercato principale, poi in Germania e in Italia, che in questi ultimi 15 anni è cresciuta dal 5 al 22%. In Italia la nostra suddivisione del mercato è per il 70% in Gdo, il restante fra Horeca e piattaforme online. Queste ultime sono incrementate del 300%, anche se credo che questo exploit si stabilizzerà. L'Horeca è stata ferma un anno e mezzo, ma nei primi 6 mesi del 2021 ha perforato con gli stessi numeri del 2019. La famiglia Martini crede molto nella denominazione, perché ama questo prodotto ma anche il suo territorio, che lo rende un'unicità".

"I nostri Asti e Moscato d'Asti - commenta Gianfranco Santero, AD e presidente di **Santero 1958** - hanno delle peculiarità uniche: il luogo, che è anche patrimonio dell'Umanità, l'abbinamento con il vitigno, il moscato, dall'aromaticità e dal profumo accattivante, e i prodotti che sono di bassa gradazione alcolica, legati al concetto di festa". Santero 1958 ha una storia lunga quasi mezzo secolo, uno stabilimento a Santo Stefano Belbo dove vengono vinificate le uve che provengono sia dalle cinque aziende agricole di proprietà,

sia dalle vigne di oltre 300 viticoltori locali che hanno con l'azienda collaborazioni decennali, per un totale di 500 ettari vitati. Santero 1958, che si classifica al quarto posto, vende per un 65% all'estero in circa 40 Paesi. La produzione si attesta sui 35 milioni di bottiglie, dei quali il 15% è dedicato alle due denominazioni astigiane (di questa percentuale, la suddivisione fra le due Docg è uguale, 50-50). La distribuzione avviene, per l'Italia, al 70% nel canale Horeca, 20% in Gdo e 10% attraverso l'e-commerce gestito internamente, in continua crescita. All'estero il canale principale è la Gdo. "Nel 2020 abbiamo avuto - afferma Santero - una crescita di fatturato (del 45% ndr) e anche nella produzione di bottiglie, di circa un 8%. Il mercato estero ci sta dando delle belle soddisfazioni e nel futuro penso che ci sarà ancora una richiesta importante".

Al quinto posto troviamo il Gruppo Mondodelvino, nato attorno alla MGM, che comprende cinque aziende vinicole ma concentra la produzione di spumanti ad Acqui Terme, nella casa Spumantiera Cuvage. Per il gruppo la percentuale di suddivisione del

mercato è Horeca al 70%, Gdo 25% e 5% e-commerce. L'Asti rappresenta poco più del 40% del fatturato complessivo. Il Gruppo Mondodelvino ha crescita di fatturato annuale tra il 7 e il 10%, con un aumento della produzione dell'imbottigliato del 2%. "Complessivamente - afferma Enrico Gobino direttore marketing del **Gruppo Mondodelvino** - produciamo circa 700.000 bottiglie di bollicine astigiane. L'Italia per quanto riguarda l'Asti rappresenta il 15% delle vendite, il resto va all'estero, in modo particolare in Russia, Stati Uniti e in alcuni nuovi mercati quali Cina, il Giappone e la Corea del Sud. Abbiamo registrato per l'Asti una crescita del 15% sul fatturato e un +13% sulla produzione. Credo che per l'Asti stia arrivando un periodo di grandi soddisfazioni: c'è una presa di coscienza da parte dei produttori che si possa ambire a competere con le più blasonate bollicine italiane e internazionali. Per quanto ci riguarda, basti pensare che per due anni consecutivi il nostro Cuvage Asti Docg "Acquesi" è stato eletto numero uno al mondo dallo Champagne & Sparkling Wine World Championships nella



Vigne di moscato a Santo Stefano Belbo

categoria delle bollicine aromatiche. Bisogna avere il coraggio di osare posizionamenti di eccellenza: il Piemonte è la culla degli spumanti italiani, di produttori storici e affermati e ci insegna che l'eccellenza viene premiata e deve essere grande fonte di ispirazione”.

Il **Gruppo Capetta** di Santo Stefano Belbo comprende l'azienda Capetta, quasi esclusivamente riservata all'export e al canale Gdo, poi Duchessa Lia, distribuita attraverso la Gdo in Italia e infine Balbi Soprani, destinata all'Horeca. Il Gruppo gestisce circa 400 ettari di vigneti di proprietà di conferenti storici e possiede la tenuta Balbi Soprani di oltre 20 ettari. “Produciamo - dichiara **Riccardo Capetta**, presidente - circa 25 milioni di bottiglie, delle quali il 25% è rappresentato da Asti e Moscato d'Asti. Esportiamo in modo continuativo in 40 paesi del mondo; i mercati principali sono USA, America centrale e Far East. Nel 2020 abbiamo avuto un aumento della produzione del 30%.” Per il futuro della denominazione Capetta vede fondamentale insistere sulla qualità e sulla stabilità dei prezzi nel rispetto del reddito agricolo.

Chiudiamo con Gancia, storica azienda fondata nel 1850, un'azienda di riferimento per lo spumante in Italia, acquisita nel 2011 da

Roustan Tariko, conosciuto nel mondo come uno degli imprenditori di maggior successo nel mondo degli spirits. “Un uomo - racconta **Paolo Gennero**, AD Gancia dal 2021 - profondamente innamorato dell'Italia. Ha dato a Gancia una dimensione globale da un punto di vista di organizzazione e forza distributiva per accelerare l'espansione mondiale di Gancia, scegliendo comunque un management tutto italiano. Attualmente vendiamo in 70 Paesi al mondo, con una percentuale export del 75%. Produciamo oltre 25 milioni di bottiglie, delle quali un quarto dedicato all'Asti e al Moscato d'Asti. Questi ultimi sono in ripresa, trainante soprattutto è il Moscato d'Asti negli USA, ma non solo. Rappresentano una grande opportunità, vista la versatilità del moscato che si sposa con tante occasioni di consumo. Però dobbiamo lavorare sul posizionamento e sulla comunicazione dell'Asti nel mondo. I nostri canali di distribuzione sono: 65% in Gdo, 25% Horeca e 10% e-commerce. La ripresa c'è ed è indiscutibile: registriamo un incremento del 20% sulla produzione a oggi rispetto al 2020, il fatturato è in crescita di un 3-5% medio, ma è soprattutto a livello di profittabilità che abbiamo fatto il salto, fattore ancora più importante del fatturato”.



A sinistra, Riccardo Capetta, presidente del Gruppo Capetta; a destra, Paolo Gennero, AD Gancia

