

OLIMPIADI: IL DIARIO/6, IL MONTEPULCIANO "MEDAGLIA D'ORO" DEI GIOCHI

9 Agosto 2012



LONDRA – Nella spasmodica ricerca di soluzioni adatte a far riflettere dalla crisi che sta investendo l'Italia, spesso ci si imbatte nell'arma enogastronomica: prodotti tipici locali, da fondere con l'immane turismo.

Ed è bene che all'estero si sappia del vero made in Italy.

In quest'ottica è andato in scena il 'True Italian Food & Wine', degustazione di vini italiani al Queen Elizabeth II Conference Centre, l'universo olimpico italiano a Westminster, o quartier generale della spedizione italiana a London 2012.

Produttori ed esperti dei nostri migliori vini si sono dati appuntamento al quinto piano del centro convegni per una lezione speciale 'live' nella capitale inglese, senza dubbio una città con una passione sfrenata per l'enogastronomia tricolore, anche se a volte si tratta di cibo e bevande fasulle che poco hanno a che vedere con la realtà e con il gusto dei prodotti italiani.

Presente a questa speciale 'lezione' di italiano il lancianese Teseo Mucci, export manager del Gruppo Cevico-vini Romagnoli. A Mucci, abruzzese d.o.c., il gruppo, secondo in Italia nel settore dei vini confezionati (un milione di ettolitri l'anno, 6.800 ettari di vigneto, 105 milioni di fatturato), ha affidato il compito di far grande il marchio italiano nei mercati al di là dei nostri confini.

"Sono di Lanciano – spiega Mucci ad *Abruzzoweb* – ma vivo a Lugo di Romagna, Ravenna. Ho scelto di andare lì sei anni fa, lì c'è la sede del gruppo per cui lavoro. Ho fatto consulenze, ho lavorato come direttore commerciale per la Gis gelati, sono stato direttore commerciale del Gruppo Energizer, direttore vendite Duracell, ma poi ho scelto il settore dei vini, per passione. Ho la 'vocazione' del Montepulciano, uno dei vini migliori del mondo. Il mio Abruzzo nel mondo. Ho un forte legame con la mia terra, infatti torno a Lanciano due volte al mese".

Come sta l'Abruzzo del vino?

La nostra è la regione che si è mossa per prima all'estero anche a livello di imprenditoria locale, il marchio Farnese su tutti. Ci sono punti di eccellenza, ma il settore è comunque in sofferenza.

Perché?

Guardiamo alla situazione del Montepulciano: il più diffuso è quello che sminuisce il nostro prodotto, quello che viene preso direttamente dalle cantine. Si compra lo sfuso e poi si imbottiglia in Lombardia o in Veneto e viene venduto a prezzi molto bassi all'estero. Il lavoro degli imprenditori viene vanificato da tutto questo.

Innegabile, in ogni caso, il lavoro delle imprese private abruzzesi.

In Abruzzo si è fatto sempre molto per questo settore, ma gran parte del merito va dato alle imprese. Dalle nostre parti ci sono realtà di qualità e credo che in un momento di crisi come quello che viviamo il vino possa aiutare in ambito turistico, ma sempre puntando all'estero. Chi soffre meno la crisi, infatti, è chi ha la capacità di esportare.

Cosa va fatto, secondo lei, per tutelare il marchio dei vini abruzzesi?

In Abruzzo il Montepulciano va difeso seguendo una politica che guardi alla qualità del prodotto. Se l'ente di tutela del Montepulciano stabilisse che si può chiamare Montepulciano un vino con determinate caratteristiche, sarebbe già un grande passo avanti.

Ma i mercati all'estero non aspettano.

Il Montepulciano va sempre benissimo, ora si sta facendo apprezzare anche nei nuovi mercati come quelli di Russia e Cina.

Qui a Londra non c'è bisogno di presentazioni.

A Londra il gruppo che rappresento è stato scelto da Luca Maroni, uno dei guru del vino italiano. La nostra azienda lavora con i maggiori "retailers" ed è rappresentata da altri importatori di qualità

Lei, da abruzzese, ha vissuto il terremoto in Emilia Romagna. L'economia ha subito danni notevoli. Anche il suo settore è stato danneggiato.

Purtroppo sì. Tante cantine nel modenese avranno molti problemi nella prossima vendemmia e a contribuire ci sarà anche la siccità.

Nei mercati esteri, chi è che in questo momento fa più concorrenza al vino italiano?

I vini del 'nuovo mondo', come il cileno e l'argentino. Anche gli australiani sono in ascesa. Ma noi italiani abbiamo un grande vantaggio: rispetto agli altri, che lavorano su vitigni internazionali, noi abbiamo un mare di varietà che possono fare la differenza. Dobbiamo puntare forte sulla originalità e sulla tipicità dei prodotti italiani. Iniziando a difendere il 'mio' Montepulciano, orgoglio d'Abruzzo.