



# NUOVA CAMPAGNA Import su, nostrani giù: i viticoltori reagiscono «I consumatori svizzeri... consumano vino svizzero»

La Federazione svizzera dei viticoltori (FSV) intende lanciare una campagna nazionale di promozione del "savoir faire" elvetico in campo viti-vinicolo. Cartelloni nazionali e regionali saranno posati su tutto il Paese. Costi stimati: 2,5 milioni di franchi.

di ANNA FAZIOLI

Fuori l'orgoglio, non dimentichiamoci del nostro "savoir faire": è l'appello che i vignaioli svizzeri lanciano per il prossimo anno. Anche in campo enologico, infatti, le proprie virtù possono correre il rischio di sbiadire, seppur ingiustamente, di fronte alla vastità dell'offerta straniera. Lo rivelano le cifre dell'anno viticolo 2009: cresce l'importanza dei vini d'importazione, ai danni dei nettari indigeni. Senza alcun intento belligerante, i viticoltori svizzeri intendono farsi sentire, dare insomma al mercato quel pizzico di sale che si chiama concorrenza.

Per questo stanno progettando una campagna nazionale di promozione del vino svizzero, rivolta, appunto, in primo luogo agli svizzeri, perché (ri)scoprano e se possibile consumino i vini "nostrani". Il costo dell'operazione, che al momento è al vaglio delle varie sezioni cantonali riunite sotto il cappello della Federazione svizzera dei vignaioli (FSV), è stimato a 2,5 milioni di franchi.

## Forte concorrenza

A partire dall'apertura delle frontiere, avvenuta nel 2000, l'Ufficio federale per l'agricoltura (UFAG) nota una diminuzione costante del consumo di vini svizzeri a beneficio dei vini esteri. Questa tendenza è favorita dai crediti che l'Unione europea mette a disposizione della categoria viti-vinico-

la per promuovere i suoi prodotti al di fuori dell'UE; e la Svizzera, isola facilmente accessibile e per di più benestante, si conferma obiettivo privilegiato per molti paesi produttori (soprattutto Francia, Italia e Spagna). Nel 2009 il consumo di vini svizzeri si assesta a 1.030 milioni di ettolitri (-49'030 rispetto al 2008): i vini bianchi retrocedono del 3,8%, quelli rossi del 5,2%. Invece il consumo dei vini stranieri ammonta a 1.726 milioni di ettolitri (+22'621 rispetto al 2008; bianco: +0,1%, rosso: +1,7%).

## Come reagire?

Lo dimostrano le numerose medaglie conquistate nei vari concorsi internazionali: i vini svizzeri possono tranquillamente concorrere con i vini stranieri, spiega la FSV motivando la propria campagna; e oltretutto a pari qualità offrono un prezzo spesso più competitivo. La FSV intende quindi rivolgersi sia agli amatori del genere, che possono ritrovare gusti magari scordati, sia ai consumatori potenziali (spesso più giovani, urbani e di sesso femminile). Obiettivi a corto termine: far (ri)scoprire l'eccellenza del vino svizzero agli Svizzeri grazie a un messaggio chiaro ed accattivante; attaccare il fronte dei vini stranieri in Svizzera, senza per questo denigrarli. A medio termine il fine è quello di dinamizza-

re la parte di mercato della produzione indigena.

## La campagna

Tra i diversi vini delle diverse regioni svizzere esiste un denominatore comune: il "savoir faire" elvetico. La campagna, costituita da cinque messaggi nazionali (da distribuire su tutto il territorio) e sei regionali (nei Cantoni coinvolti), utilizza oggetti "cult" per la Svizzera (dal meccanismo di un orologio ai "luxemburgerli" della Sprungli passando per la fondue) puntando a trasferire, o appaiare, le loro qualità indiscusse anche ai vini svizzeri. L'idea grafica, dell'agenzia "Atelier Grand" di Sierre, punta su uno sfondo sobrio ed elegante, che ben si confa alla perfezione di un calice riempito per metà di puro vino elvetico (e baciato da un tocco di luce).

## Le cifre del 2009

Il raccolto è cresciuto di 39'074 ettolitri assestandosi a 1'113'543 hl (+3,6% rispetto al 2008). La produzione di vino bianco è aumentata del 3,6%; quella di rosso del 2,7%. L'aumento è stato particolarmente marcato in Ticino (+39%).

Le importazioni di vini sono aumentate del 3,4% per raggiungere 1'908'197 hl.

Il consumo totale di vini svizzeri e stranieri è stato di 2.757 ettolitri (-0,9%). In Ticino è stato di 56'052 hl (nel 2008: 60'624).



## *il presidente*

# «Occhio al budget»

Il consigliere nazionale **Laurent Favre**, presidente della FSV, sottolinea la convenienza della nuova campagna anche da un punto di vista finanziario. «Se i vignaioli saranno disposti a dare la loro parte (al momento si ipotizza un contributo di 100 franchi per ettaro, ndr), allora il Consiglio federale metterà altrettanto, raddoppiando in tal modo il budget». Dopo un periodo di difficoltà economiche, ci hanno fatto seguito gli ultimi anni incentrati sul risparmio, «ora è il momento di mettersi d'accordo e investire: altrimenti rischiamo di perdere il contributo federale». Basterebbe l'accordo di 2/3 dei viticoltori, ma Favre non si accontenta: «Puntiamo ad avere il consenso di tutti i viticoltori come pure di tutti i Cantoni». Dopodiché, a inizio settembre la richiesta potrà essere inoltrata al Consiglio federale.



## *il vicepresidente*

# «Il Ticino ci conta»

Da quest'anno un ticinese ricopre la carica di vicepresidente della Federazione svizzera dei viticoltori (FSV): **Giuliano Maddalena**, secondo il quale questa carica non è altro che un ulteriore segnale di come il Ticino oggi sia ben considerato a livello nazionale. Infatti fra i sei cartelli regionali compresi nella campagna ve ne sarà anche uno dedicato alla Svizzera italiana. «Questa promozione nazionale è assolutamente fondamentale affinché vini di alta qualità vengano adeguatamente propagandati – commenta Maddalena –. In Ticino ultimamente è stato fatto molto, soprattutto in occasione del centenario del Merlot nel 2006, e l'impatto a livello commerciale è stato positivo». Tuttavia non si può certo abbassare la guardia, perché «la concorrenza dei vini esteri resta piuttosto aggressiva». Con Maddalena, nel comitato centrale della FSV siede in qualità di supplente anche Michele Piffaretti.

