

## «Durante le festività brindate con Asti e Moscato docg»



**Giorgio Bosticco**

Stiamo per entrare, con le feste di fine anno, nel periodo decisivo per valutare l'annata dal punto di vista dei consumi dell'Asti e del Moscato d'Asti docg. Invitiamo i piemontesi a brindare durante le festività con queste nostre due grandi denominazioni per contribuire a rafforzare e consolidare un patrimonio non solo economico, ma anche storico, culturale, turistico e paesaggistico. Tuttavia, i primi 11 mesi del 2015 ci consentono di tracciare un primo bilancio. I segnali che ci arrivano dalle vendite confermano una flessione che crediamo si attesterà attorno ai 6-7 milioni di bottiglie passando da 94 a 87 milioni. A soffrire è soprattutto l'Asti docg che si prevede passerà da 66 a 57 milioni di «pezzi» mentre il Moscato d'Asti docg chiuderà un anno di crescita ancora strepitosa, da 28 a 30 milioni. Calo di vendite in Russia Il calo di vendite dell'Asti è accentuato soprattutto dalla delicata situazione venutasi a creare in Russia. Le sanzioni internazionali hanno portato a una riduzione delle importazioni intaccando anche il successo dell'Asti docg. Il mercato russo era diventato il primo con oltre 15 milioni di bottiglie, a un prezzo medio al pubblico di circa 15 euro a bottiglia (tre volte superiore a quello del mercato italiano). Abbiamo dovuto anche contrastare la contraffazione di etichette ad opera di aziende russe e ucraine che sono state denunciate dal Consorzio per questa attività illecita. Sul mercato italiano è indispensabile un rinnovamento e ringiovanimento dell'immagine dell'Asti docg. Discutiamone insieme Di segno opposto sono i risultati del Moscato d'Asti, che si avvia a superare i 30 milioni di bottiglie. La crescita maggiore è sul mercato statunitense dove si è consolidata la «Moscato mania» che vede il Moscato d'Asti collocato ai vertici della vasta offerta di altri Moscati californiani. In conclusione ritengo che tutti i soggetti della filiera agroindustriale del Moscato debbano interrogarsi e discutere di questa delicata situazione. Come Consorzio ci siamo fatti promotori della costituzione di una tavolo permanente che superi i «riti» delle trattative della commissione paritetica. Il prezzo delle uve non può prescindere da un adeguato riconoscimento di reddito al produttore ragionando in termini di valore e non solo di quantità; il viticoltore dev'essere premiato se produce qualità e penalizzato se non rispetta le rese per ettaro stabilite dal disciplinare..