

IL MONTEPULCIANO D'ABRUZZO UNICA DOC SVENDUTA SOTTO I 2 EURO ALL'ESTERO, L'ALLARME DI UN AGENTE DI COMMERCIO

10 Agosto 2022



PESCARA – Scaffali di grandi catene all'estero con vini Doc provenienti da tutta l'Italia, sui quali il Montepulciano d'Abruzzo è l'unico a non superare nemmeno i 2 euro. È l'amara constatazione fatta da un agente di commercio pescarese, che segue la vendita di diversi brand vinicoli italiani nei mercati esteri.

“Purtroppo la percezione del Montepulciano d'Abruzzo all'estero è abbastanza bassa – rivela, preferendo restare anonimo, a *Virtù Quotidiane* -. Ormai è un dato diffuso che accomuna un po' tutti i mercati europei”.

Dalla Germania, all'Inghilterra, dai Paesi Bassi, al Lussemburgo, e fino alla Russia, la percezione è la medesima e i listini prezzi tirano verso il basso.

“Tempo fa ero in una grande catena in Germania e sull'ultimo piano dello scaffale c'erano vini entry level, con Nero D'Avola o Negroamaro che stavano di poco sopra i 2 euro, ma il

Montepulciano non riusciva nemmeno a toccare quella cifra”, racconta.

Insomma la Doc del Montepulciano è una delle più svendute in giro per il mondo. Dell’argomento ormai da tempo si discute con almeno due distanti punti di vista: i produttori che con fatica lavorano per incrementare la qualità e i fatturati e non i volumi prodotti, e chi invece scommette proprio sulle quantità, svendendo di fatto il vino, ma pure l’immagine stessa dell’Abruzzo enologico.

Per l’agente di commercio uno dei motivi di questo posizionamento basso è legato al fatto che “più del 50 per cento dei volumi totali vengono imbottigliati fuori dall’Abruzzo. Imbottiglieri che vendono il Montepulciano per completare l’assortimento e non hanno alcun interesse a sviluppare il territorio e l’immagine del vino”.

L’analisi riporta subito alla mente il **meme diventato virale solo poche settimane fa** che con un un fotomontaggio ritraeva una bottiglia di Montepulciano d’Abruzzo Doc a 1,29 centesimi, con una pompa di benzina accanto, invitando ironicamente a bere invece che guidare, perché costa meno che fare il pieno alla macchina.



“Quella bottiglia – assicura l’agente – è una delle referenze prodotte per un noto discount da una delle grandi cooperative abruzzesi. Questa è la dimostrazione che in realtà la ‘colpa’ di questa immagine del Montepulciano non è tutta degli imbottiglieri extra regione. Anche le

grandi cooperative locali lo svendono. È ormai una questione storica. Sono decenni che il Montepulciano viene commercializzato come vino dei grandi volumi e delle grandi quantità e il prezzo medio scende inevitabilmente, rispetto ad altre Doc prodotte in minori quantità. Il nodo è il modo in cui è stata gestita per anni l'immagine del Montepulciano”.

Certo è possibile trovare vini venduti al prezzo più consono al loro livello, in Italia come all'estero. “Il punto non è che non esistono Montepulciano posizionati bene - rimarca - ma che c'è una spinta verso il basso troppo forte che rende difficile per un'azienda, improntata sulla qualità e che vuole comunicare il territorio e la Doc, valorizzare il proprio prodotto”.