



Stocchetti (Uvive): priorità al gioco di squadra

I nostri attestati ci vengono dati dai consumatori di tutto il mondo, anche se mi arrabbio un po' quando vedo i vini veneti non considerati per quel che meritano nei vari concorsi italiani e internazionali». Arturo Stocchetti gira la boa del suo primo semestre alla guida dell'Uvive, il consorzio di secondo grado che riunisce i 21 consorzi del vino veneto e che ha il compito di pro-

muovere i vini nel mondo e si propone di essere anello di congiunzione con le istituzioni. In Veneto sono presenti 25 Doc, 15 Docg, 4 milioni di ettolitri prodotti, un terzo del totale nazionale a denominazione d'origine. Un giro d'affari all'estero di 730 milioni di euro, quasi il 20% del totale export italiano.

Con Stocchetti, che è riuscito nel compito di mettere

d'accordo le diverse (e concorrenti) anime del vino veneto, che non è fatto solo dai celebrati Amarone e Prosecco, ma da una miriade di grandi vini e di piccoli, ma "superbi", produttori. L'impegno prioritario si chiama promozione, ma le cifre a disposizione non sono esaltanti, visto che sono intorno ai 2 milioni (un po' meno che in passato). «Facendo di necessità virtù – sottolinea il

presidente – punteremo soprattutto su New York in collegamento con altri testimoni dell'Italia, del Veneto (come il pastificio Rana e la Risotteria Melotti) e dell'enogastronomia nella Grande Mela come Eataly (per un mese intero tutti i maggiori vitivinicoltori veneti saranno nel grande centro di italianità sulla 5° Strada).

Stocchetti ha un'idea fissa: «Uvive – spiega – deve

essere in grado di portare tutte le imprese nel mondo, e diffondere il messaggio di qualità dei nostri vini, a partire da quelle che non riuscirebbero ad andarci da sole. Le azioni promozionali devono essere condivise perché solo l'accordo ci permette di favorire, come ci sta a cuore, il sistema vino veneto». ●

F.Ru.