

Genere di media: stampato  
Tipo di: stampa specializzata

Tiratura: 4'772  
Uscita: settimanale  
Rilascio: in abbonamento

## Attualità regionale

### Come sta andando il Merlot Uniti?

Il merlot Uniti era stato lanciato su iniziativa del Centro di Competenze Agroalimentari Ticino che ha raggruppato al tavolo di discussione GastroTicino, Ticinowine, Hotellerie Suisse Sezione Ticino, l'Associazione dei Campeggi Ticinesi e l'Unione Contadini Ticinesi, a metà settembre. Si trattava di creare un prodotto simbolo, un vino pensato per sostenere il settore della ristorazione dopo i mesi di lockdown e le Cantine, confrontate da tempo con grosse giacenze dovute ai problemi di smercio del vino ticinese. "Un vino per ripartire, un Merlot eccezionale per questa situazione straordinaria", si può leggere sul prospetto di presentazione, oltre all'hashtag #ripartiamo.

All'operazione hanno aderito quattordici Cantine, per lo più di grosse dimensioni, ma anche qualcuna più piccola. Il merlot Uniti, lo ricordiamo, è stato pensato per essere proposto alla clientela di ristoranti, hotel e camping per un lasso di tempo limitato, da metà settembre a fine dicembre.

#### Come stanno andando le cose?

«Siamo piuttosto soddisfatti al momento» ci dice **Andrea Conconi**, direttore di Ticinowine «soprattutto perché le Cantine più grosse, in particolare, hanno richiesto nuove etichette e questo significa che lo smercio c'è. Non abbiamo i numeri di dettaglio, ma siamo già attorno alle 10'000 bottiglie vendute» **Massimo Suter**, presidente di GastroTicino, e che propone Uniti anche nel suo ristorante, ci dice che «l'interesse da parte del cliente c'è senz'altro, anche se a chiedere informazioni e a provarlo durante il pranzo o la cena è tendenzialmente la clientela svizzera tedesca. I clienti del posto, per quello che ho potuto osservare, sono già informati sul progetto e a cena preferiscono un'altra etichetta e poi magari acquistano una bottiglia per sostenere il settore al prezzo fissato di take-away, che è tra i 16 e i 18 franchi».

E, a proposito di prezzi, del merlot Uniti si era sentito parlare qualche settimana fa, quando, proprio Conconi aveva invitato tutti a segnalarli personalmente eventuali rincari applicati dai ristoratori. «In realtà la questione del sovrapprezzo applicato da alcuni ristoratori si è sgonfiata piuttosto in fretta, magari anche per la mia reazione. Le segnalazioni, che ho poi verificato, erano state comunque poche e chi non rispettava gli accordi ha cambiato subito strada».

**Ma a livello di promozione come sta andando, quanto è presente questo vino nella ristorazione?** «Ma, io nel mio ristorante» ci dice Suter «ho messo la bottiglia sul treppiede, un po' come si faceva una volta. È un metodo efficace. E per tutti i ristoratori con cui ho parlato, che hanno aderito al progetto, il giudizio è senz'altro positivo. Una bella idea, che ha suscitato un buon interesse.

Certo, i numeri sarebbero potuti essere più grandi. Sia per il numero di Cantine sia per quello dei ristoratori che hanno aderito. Però i tempi sono stati ristretti e in così poco tempo è difficile riuscire a coinvolgere le persone. Con la situazione degli ultimi giorni poi, sono davvero molti i problemi della ristorazione e si fa fatica a stare dietro a tutto».

«Se la distanza tra i tavoli verrà portata a due metri, per molti ristoranti non varrà nemmeno più la pena rimanere aperti» ci dice Conconi «e le cose stanno cambiando molto in fretta. Senza dubbio c'è voluto anche del tempo perché tutta l'operazione si mettesse in moto. È stata anche una prima nel suo genere e non è così semplice far capire le novità. Abbiamo innanzitutto dovuto far capire che non si trattava di un vino che si poteva vendere al dettaglio, ma

soltanto all'interno di strutture ricettive. Nei campeggi, da quello che so, finché il tempo ha retto, è andato piuttosto bene. Poi è vero che non c'era un obbligo d'adesione e i ristoratori che hanno preferito continuare ad offrire altre etichette di produzione locale, ne avevano tutto il diritto, anche perché Uniti è stato pensato soprattutto come un prodotto per contrastare i vini d'importazione e non per entrare in concorrenza con i vini locali».

«Ci sono molti ristoranti che collaborano da anni con Cantine della loro zona» ci ha confermato Suter «che hanno preferito continuare a proporre quelle etichette e va bene così. L'obiettivo adesso è far sì che si possa continuare a servire i clienti e, certo, quando arrivano, si parla anche del merlot Uniti, ma si fa sempre più fatica». Le preoccupazioni in questo momento sono soprattutto per le nuove misure anti Covid, che in un mese come quello di novembre rischiano di pesare molto sulle varie rassegne autunnali del cantone.

Uniti resta un gran bel progetto che, forse, potrà essere riproposto con maggior successo in futuro quando la situazione si sarà stabilizzata.

CB

