

"Vendemmia, piu' qualita' e vino 100% green"

Il bilancio di Busi (Consorzio Chianti): "La quantità è superiore al 2021. Ma i prezzi sullo scaffale aumenteranno a causa dei rincari" È tempo di bilanci per i produttori di vino, con la vendemmia ormai arrivata agli sgoccioli. Dopo periodi molto complicati per via del Covid e dei problemi legati alla siccità, ora sul territorio si respira più ottimismo. La vendemmia 2022 del vino Chianti è stata infatti segnata in positivo da tre fattori principali: più quantità, miglior qualità e vino particolarmente green'. Anche se i prezzi di vendita aumenteranno, per colpa del caro energia e del rialzo dei costi.



Da un primo bilancio della raccolta appena conclusa emerge che, oltre a una qualità ottima, la quantità del raccolto è superiore alla vendemmia 2021 di circa il 5-10 per cento, mentre la resa è leggermente inferiore al 70 per cento. "Complessivamente abbiamo una produzione superiore di quella del 2021 e una qualità veramente buona spiega Giovanni Busi, presidente del [Consorzio Vino Chianti](#). Dal punto di vista della quantità abbiamo dati a macchia di leopardo, perché in alcune aree la siccità indubbiamente si è fatta sentire e nonostante la pioggia di agosto la produzione è stata minore. Ma nella stragrande maggioranza dei territori del Chianti la produzione è stata abbondante". Tra le particolarità della vendemmia 2022 spicca anche la coltivazione particolarmente green'. "Abbiamo raggiunto un'altissima qualità con un sistema di coltivazione green quasi al 100 per cento aggiunge Busi perché i trattamenti per difendere le nostre colture sono stati veramente ai minimi storici, mai fatti così pochi in tutta la campagna, sarà un vino buono, bello e sano". Sul fronte delle vendite i prezzi allo scaffale dovranno fare i conti con il caro energia e con i rialzi dei costi per le materie prime che pesano sul comparto. "I prezzi aumenteranno spiega Busi - e questo è dovuto sostanzialmente ai problemi dei costi: oltre a quelli energetici che ci assillano quotidianamente, anche materiali come vetro, carta, cartoni ed etichette sono aumentati". Risultato: aumenti per i clienti e aziende costrette ad accollarsi i costi. "In alcuni casi gli aumenti si vedono già sullo scaffale, mentre in altri casi le aziende si stanno accollando i costi per mantenere gli accordi già presi conclude Busi. Complessivamente è chiaro che nel 2023 ci saranno degli aumenti di prezzo".