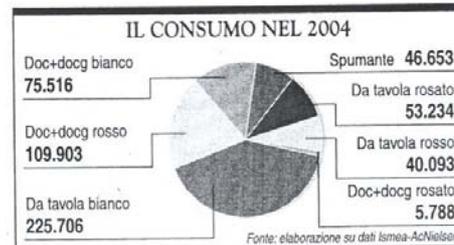


Nel 2005 il fatturato vitivinicolo made in Italy tocca i 9 miliardi di euro. Un terzo è dovuto all'export USA-ITALIA, CIN CIN TRA AMICI

Americani rapiti dal vino italoico. Ma primi fornitori del Belpaese

DI LUIGI CHIARELLO

Italia reginella dell'export nel 2005. Il vino del Belpaese ha ammaliato i cuori e i palati dei consumatori statunitensi, nei cui calici è stato versato nettare italiano per 771,3 milioni di euro, con un incremento del 4,2% rispetto all'anno precedente. Una performance che ha portato il mercato a stelle e strisce a diventare il primo canale di sbocco per il vino made in Italy, superando il tradizionale mercato tedesco, che lo scorso anno ha accusato una riduzione del 4,5%, per un totale di 694,2 milioni di euro. E non è l'unico fronte su cui il vitivinicolo italiano ha ceduto il passo: in Giappone, infatti le esportazioni italiane hanno accusato un crollo del 9,4%, per un valore complessivo sceso a quota 94,7 mln di euro. Resta il fatto che, complessivamente, il vino italiano ha fatturato nel 2005 ben nove miliardi di euro; un business in forte attivo, dunque, a cui le esportazioni hanno dato una grossa mano, crescendo del 3,6% e sfiorando la soglia critica di tre miliardi di euro di valore. In sostanza, un terzo del fatturato globale si deve ai mercati esteri. Dal lato delle importazioni, poi, si conferma il patto stretto con gli Usa. Se, globalmente, il vino straniero sulle tavole dello Stivale aumenta del 6,6% (per un valore complessivo di 272,5 milioni di euro), i soli Stati Uniti d'America vedono crescere in maniera esponenziale l'appeal dei loro prodotti nei gusti del Belpaese: più 40% evidenzia lo score degli arrivi di vino made in Usa in Italia rispetto al 2004, per una quantità di 51 mila tonnellate e un valore di 41,6 milioni di euro. Un risultato che ha portato il Belpaese a diventare anche il primo fornitore di vino straniero



sul territorio nazionale. In sostanza, la mano invisibile del mercato ha generato una sorta di «Do ut des», in cui a rimetterci sono stati i cugini francesi, scalzati (se si esclude lo champagne) dalla prima posizione, e poi, di seguito, la Spagna e il Portogallo. Ma andiamo ad analizzare i diversi andamenti del settore.

La produzione interna. Le stime fornite da Assenologi parlano chiaro: sono italiani il 17% della produzione mondiale e il 28% di quella comunitaria. La produzione nazionale è stata quantificata per la vendemmia 2005 pari a 47,5 milioni di ettolitri, ottenuti da una superficie vitata di 792.000 ettari. Di questi 264.000 producono uve destinate alla produzione di Vqprd e 528.000 uve per la trasformazione in vini da tavola. In 15 anni sono stati persi 178.000 ettari. Una superficie di poco inferiore ai vigneti di Piemonte e Sicilia insieme. Ma questo ha generato maggiore specializzazione e un forte miglioramento qualitativo. La produzione di vino in Italia vanta 460 denominazioni, di cui 343 doc+docg e 117 igt. Il fatturato dell'intero settore enologico italiano supera quota 7 miliardi di euro; a questi vanno aggiunti 2 miliardi di euro relativi alle tecnologie di cantina, che, tra l'altro, sono le più diffuse al mondo.

I consumi interni. I consumi domestici di vino in Italia vanno scemando, attestati attualmente a circa 8,5 mln di ettolitri e 48 litri pro capite. Il calo maggiore si registra per il vino da tavola, il cui decremento medio annuo è del 2,7% nel periodo 2000-2004. Unica eccezione per il vini doc e docg bianchi, che nello stesso lasso di tempo hanno visto crescere gli acquisti

domestici dello 0,6% l'anno. Ciò indica, per altro, una inversione di tendenza nei gusti degli italiani, anche se nel 2004 rispetto al 2003 hanno acquistato più rosso da tavola (+2,2%) e meno bianco (-3,5%); nessuna grande differenza, invece, per doc e docg, dove il decremento percentuale è stato simile sia per i bianchi che per i rossi (rispettivamente -0,5 e -0,7%).

Radiografia dell'export. Si è già detto della straordinaria performance del vino italoico nel Nuovo Mondo. Basta solo aggiungere che l'Italia copre, da sola, oltre il 30% del mercato. E, a quanto sembra, il trend di crescita dell'import americano ha ampi margini. Secondo Gallup, per la prima volta il vino ha superato la birra nel gradimento dei consumatori Usa. E una ricerca DataBank ha visto nel 2008 gli Stati Uniti come primo mercato di consumo di vino al mondo. Ma non esistono solo gli Usa. Anzi. La Russia ha dimostrato anche nel 2005 di essere un mercato interessante per il made in Italy. L'aumento dell'import dall'Italia rispetto al 2004 è stato del 74% in quantità e del 50% in valore; anche se i quantitativi sono ancora limitati (poco più di 96.000 hl, pari all'1,5% circa dei consumi russi). La Cina ha confermato di essere un mercato in espansione: l'import dall'Italia è salito strepitosamente, facendo registrare assieme alle importazioni di Hong Kong un +175% in termini di quantità e un +43% in valore, ma anche qui si tratta ancora di piccole quantità. L'India, invece, vede il consumo di vino crescere al ritmo del 25% l'anno: l'export italiano verso il questo paese, nel 2005 è di poco più di 1.500 hl, con una crescita del 38% in quantità e di oltre il 22% in valore.