

**Export.** Nel 2015 le esportazioni al record storico di 5,4 miliardi: Usa leader con 1,5 miliardi grazie anche all'effetto dollaro

# Il vino riscopre gli Stati Uniti

Delude ancora la Cina - I produttori: 2016 a rischio crisi politiche ma siamo ottimisti

**Emanuele Scarci**

MILANO

Il vino europeo il più amato dai consumatori di tutto il mondo. L'anno scorso l'export ha stabilito il record storico con circa dieci miliardi di euro e sette di saldo commerciale. Gli Usa confermano il primo mercato, malasorpesa è rappresentata dal balzo della Cina (+26%), dove però il vino italiano strappa solo il terzo posto dopo Francia e Spagna.

Nel complesso (compresi i flussi intraeuropei) nel 2015, l'export francese è balzato del 6,4% a 8,3 miliardi, seguito dall'Italia con il +3,7% a 5,4 miliardi e dalla Spagna con +2,7% a 2,6 miliardi. A parità di quantità, il vino francese esprime un valore superiore di oltre la metà rispetto al nostro.

Ma la marcia del vino italiano parte da lontano: rispetto al 1993 l'export è quintuplicato e la qualità ha fatto passi da gigante. Non a caso, da qualche anno, gli ettolitri prodotti calano (20,2 milioni di ettolitri l'anno scorso) ma au-

menta il valore.

La fotografia sulla situazione dell'export europeo di vino si ritrova nei dati presentati a Bruxelles dal Ceev, il Comitato Ue delle imprese viticole. L'export 2015 conferma che il vino europeo piace sempre di più negli Stati Uniti (3,15 miliardi l'import, +18%), dove il consumatore è disposto a pagare una bottiglia a un prezzo superiore alla media: 5,61 euro contro 4,47 euro/litro. L'Italia ha esportato negli Usa per 1,5 miliardi (+20%) contro gli 1,4 dei francesi (+23%).

Malasorpesa è la Cina: nel 2015 le importazioni sono balzate del 60% a 1,84 miliardi di euro. «La Cina è diventato il quarto mercato mondiale - osserva Denis Pantini, responsabile di Winemomonitor Nomisma -, dopo aver scalzato il Canada. In Cina ha raddoppiato il valore l'Australia, che beneficia di accordi di libero scambio, mentre la Francia ha messo a segno un +63%. Il vino italiano è cresciuto ma solo del 15 per cento».

«In Cina c'è voglia di vino italiano - osserva il ceo di Business Strategies Silvana Ballotta - e lo dimostra il sold out delle iscrizioni all'Accademia del vino italiano che aprirà il 2 aprile a Shanghai. Ci vuole però una strategia capillare, dalla promozione alla sperimentazione di modalità di integrazione del vino italiano con la gastronomia cinese. E serve conoscere il mercato cinese».

Di tutt'altro parere Donatella Cinelli Colombini, titolare di Casato prime donne e fattoria Trequanda, secondo cui «il mercato cinese è impossibile e con una fedeltà degli importatori molto bassa. Non certo come in Giappone dove si rimane insieme per 20 anni». E le vendite del 2016? «È iniziato molto bene - risponde Cinelli Colombini (che esporta il 66% della produzione) - anche se non ci aspettiamo di crescere in Russia e in Cina. Il Brunello 2011 è un vino più facile del precedente a 5 stelle. E che nella ristorazione interpre-

tano bene. Specie negli Stati Uniti, il nostro primo mercato estero».

Anche per Lamberto Frescobaldi, presidente della cantina Marchesi de' Frescobaldi, «l'anno è iniziato bene, ma le tensioni internazionali non fanno bene alla programmazione dei buyer. Negli Stati Uniti, il nostro primo mercato estero, vedo ancora spazi di crescita mentre a Oriente i risultati sarebbero migliori se l'Italia, come la Francia, si presentasse con un unico cappello».

Per Antonio Rallo, titolare di Donafugata e presidente del Consorzio vini Doc Sicilia, «l'anno è partito al rallentatore. Nel primo bimestre i buyer hanno acquistato solo quello che vendevano, ma credo che già tra marzo e aprile avremo un quadro più chiaro. Ciò non toglie che le aspettative siano per una crescita moderata nel 2016». Quanto agli Stati Uniti, il Consorzio dei vini Doc Sicilia ha stanziato 1,7 milioni per la promozione, una conferma dopo l'esperienza positiva dell'anno scorso con un investimento di 1,5 milioni.

## NUOVI MERCATI

Cinelli Colombini: la Cina è un mercato impossibile e con importatori infedeli Frescobaldi: in Asia è necessario il Sistema Italia

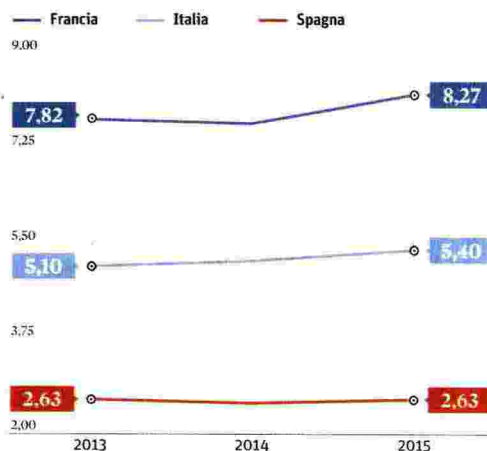


NOI E GLI ALTRI

## Il mercato globale del vino

### GARA A TRE

Export di vino dei principali competitor mondiali. In miliardi di euro



Fonte: Nomisma - Winemomonitor

### PRINCIPALI ESPORTATORI DI VINO IN CINA NEL 2015

In milioni di euro

