

Vinitaly: tempi d'oro per il vino italiano

Esportazioni record da 2580 milioni di euro nel 2001. Negli Usa il vino italiano batte quello francese. A Verona oltre 164mila visitatori. Il 37° Vinitaly dal 10 al 14 aprile 2003

di Maria Luisa Negro



L'edizione 2002 del Vinitaly, il Salone Internazionale del Vino e dei Distillati di Verona, ha riscosso un successo straordinario confermando la manifestazione leader a livello mondiale. Oltre 164mila i visitatori professionali, 22mila dei quali da 84 paesi, 4000 espositori da 26 paesi, oltre 60mila m² di superficie netta espositiva e 2010 giornalisti da 50 paesi.

Giustamente soddisfatto il direttore generale Giovanni Mantovani che parla di nuovi investimenti e programmi: "Veronafiere ha già varato un investimento di 10 milioni di euro su un masterplan complessivo di 44 milioni, tutti autofinanziati, esclusivamente per il parcheggio da 2100 posti auto per gli espositori. E la promozione nel mondo del vino e dell'olio continua, per il 2002, con tre manifestazioni, a Singapore, in Cina e in Giappone."

Il presidente Bolla annuncia: "Per ampliare la gamma dei servizi offerti ai propri fruitori Veronafiere ha dato vita a un centro di studi e ricerca sui consumi alimentari nazionali ed internazionali a disposizione

di tutti coloro che, operatori, addetti all'informazione, ricercatori, siano interessati a cogliere le linee di tendenza della domanda nei principali mercati di riferimento".

Il vino italiano nel mondo

Secondo i dati forniti a Vinitaly dall'Ice, l'Istituto nazionale per il commercio estero, il vino italiano va molto bene sul fronte delle esportazioni: nel 2001 è stato raggiunto il valore record di 2580 milioni di euro con un incremento, rispetto al 2000, del 4,3% di valore. Al contempo, però, si è registrato un sensibile calo (-25,9%) delle vendite di vino sfuso (ormai i consumatori vogliono il vino in bottiglia e che sia vino di alta qualità), il che significa che abbiamo venduto un volume di vino inferiore del 10,6% ma che abbiamo incassato in soldi un +4,3% perché esportiamo più prodotto di qualità. Il comparto vitivinicolo si conferma pertanto come una delle voci più importanti delle esportazioni agroalimentari italiane, con una quota del 16,8%.

Si nota una maggiore diversificazione delle aree di destinazione: l'Unione Europea, al

primo posto, segna un -16%, mentre l'America del Nord sta al secondo posto e assorbe il 28,1% in valore del nostro vino (il 13,5%, in volume). Buoni risultati anche nei paesi europei non Ue (+22,5% in valore e +5,5% in volume) e in Giappone (+13,3% i rossi e +0,45% i bianchi, con un valore complessivo di 112 milioni di euro).



Gli Usa, che, con un valore di 535 milioni di euro costituiscono il primo mercato mondiale per i vini imbottigliati superando la Germania ferma a 515 milioni di euro, hanno segnato una crescita del 12,6%. Sono soprattutto i vini bianchi a spopolare negli Usa (+39,1%), anche i rossi e i rosati crescono ma solo del 5,6%. Da segnalare anche l'incremento costante dei vini tra i 13 e i 15 gradi alcolici, con un'impennata del 37%.

Gli Usa vogliono esportare in Italia

Melvin Sembler, ambasciatore degli Stati Uniti in Italia, presente a Vinitaly per promuovere il vino americano, ha fatto notare lo squilibrio nell'interscambio commerciale tra i due paesi, con l'Italia che esporta per 25 miliardi ed importa per 12 miliardi di dollari.

Proprio lo scorso anno il vino italiano ha superato quello francese sul mercato statunitense, sia in termini di valore che di quantità. La crescita, rispetto al 2000, è stata dell'11%, per un totale che supera i 515 milioni di dollari. La Francia,



nello stesso periodo, ha subito una contrazione delle proprie vendite pari all'1%, per un importo complessivo che si ferma a 510 milioni di dollari. Sembler ha parlato anche di organismi geneticamente modificati lamentando che l'Italia in questo campo abbia le posizioni più severe di tutta l'Europa, ma che "deve capire che il futuro in molti campi sarà rappresentato dalla biotecnologia".

La risposta del Vice Ministro alle attività produttive Adolfo Urso, anche lui in visita al Vinitaly, era scontata: "Bloccare gli ogm vuol dire difendere la tipicità del territorio. La strada per noi è quella della tracciabilità del prodotto, perché il consumatore conosca l'origine di ciò che mangia".

L'agroalimentare italiano in Asia, grazie a Veronafiere

Veronafiere, sulla scia di una sempre maggiore internazionalizzazione, organizza tre manifestazioni nell'Estremo Oriente per la promozione dell'agroalimentare italiano.

Vino&Olio Singapore è in programma dal 26 al 28 giugno, nell'ambito di Brew Drinks Asia, uno dei saloni più importanti a livello mondiale: sono previste degustazioni di vini, olio e prodotti tipici italiani. Tocca poi, dal 12 al 15 novembre, al *China Winitaly* che torna a Shanghai dopo tre edizioni a Pechino. La Cina, ove vive il 23% della popolazione mondiale, è entrata dallo scorso novembre nella Organizzazione mondiale del commercio (Wto) e quindi dal 2004 abatterà molti dazi sull'import, con prospettive davvero interessanti per i produttori italiani. Infine dal 25 al 27 febbraio 2003, *Life Style from Italy* al Tokyo Big Sight: accanto ai prodotti enogastronomici, vi saranno prodotti di moda, di design, d'arredamento e gioielli.