

L'INFORMATORE AGRARIO

www.informatoreagrario.it



Edizioni L'Informatore Agrario

Tutti i diritti riservati, a norma della Legge sul Diritto d'Autore e le sue successive modificazioni. Ogni utilizzo di quest'opera per usi diversi da quello personale e privato è tassativamente vietato. Edizioni L'Informatore Agrario S.p.A. non potrà comunque essere ritenuta responsabile per eventuali malfunzionamenti e/o danni di qualsiasi natura connessi all'uso dell'opera.

• SEGNALI POSITIVI DALLA 44ª EDIZIONE DI VINITALY

La crisi non è finita ma il vino italiano crede nella ripresa

Il 2009 ha visto il settore vitivinicolo subire, come tutti, i contraccolpi della crisi economica, ma i numeri dicono anche che il comparto ha complessivamente tenuto e che ci sono i presupposti per tornare a crescere

di **Alberto Andrioli**

Se lo scorso anno il mondo del vino era alle prese con una crisi della quale non si vedeva la fine e dalle conseguenze ancora difficili da valutare, quest'anno l'atmosfera che si respirava a Verona, nei padiglioni di Vinitaly, era sicuramente diversa, diciamo di prudente ottimismo.

Un ottimismo fondato su basi concrete, cioè i numeri del 2009: l'anno più nero per l'economia mondiale ha lasciato il segno nel settore vinicolo italiano, ma in misura minore che in altri Paesi produttori, vedi la Francia, e non ha scalfito la propensione agli investimenti delle aziende vitivinicole.

Secondo i dati di una ricerca commissionata da Veronafiere a Unicab, e presentata durante questa edizione di Vinitaly, solo un terzo delle aziende vinicole intervistate ha registrato nel 2009 un calo del fatturato, mentre il 36% lo ha addirittura aumentato. Inoltre, il 30% ha effettuato investimenti.

Quindi, secondo la ricerca, nonostante il clima «pesante», all'interno dei propri cancelli le cantine italiane hanno mostrato capacità di tenuta, investendo soprattutto sulle reti commerciali, sull'acquisizione di terreni e sull'ammodernamento tecnologico.

Pur con tutta la prudenza necessaria quando si ha a che fare con indagini a campione, si può dire comunque che il settore ha retto bene in una situazione mondiale oggettivamente difficile.

Ora, però, chiede interventi precisi per continuare a restare competitivo: in particolare aiuti a chi esporta e sgravi fiscali per chi ancora investe.

Export a due facce

Un altro dato significativo è quello dell'export, sempre più fondamentale per le nostre aziende, a fronte di consumi interni in costante calo (per Assoenologi siamo arrivati a circa 43 litri pro capite, contro i 45 del 2007).

Secondo i dati Istat, elaborati sempre da Assoenologi, il 2009 ha visto le quantità di vino italiano esportato crescere del 6,2%, a fronte di un calo del valore del 6,1%. In altre parole, i nostri produttori hanno mantenuto e anzi rafforzato la propria presenza sui mercati esteri, ma per farlo hanno dovuto abbassare i prezzi.

La stessa tendenza si rileva se si restringe il campo al vino in bottiglia: in questo caso l'export italiano in volume è cresciuto del 2,7%, mentre quello in valore è calato dello 0,8%. Da notare che la Francia, nello stesso periodo, ha perso rispettivamente l'8,1 e il 10,1%.

Una situazione accettabile in un momento di crisi, ma evidentemente insostenibile nel lungo periodo. Lo ha rilevato anche il presidente dell'Unione italiana vini, Andrea Sartori, secondo il quale la leva del prezzo per vincere sui mercati ci vedrebbe comunque perdenti. Occorre puntare su concentrazione e marketing, vincendo i personalismi e puntando a sinergie.

150.000 I VISITATORI TOTALI

Crescono ancora gli operatori esteri

Il dato più significativo dell'edizione 2010 di Vinitaly non è tanto quello dell'affluenza globale, che anche quest'anno ha superato le 150.000 unità, quanto la continua crescita dei visitatori stranieri, un fattore fondamentale per un settore, come quello del vino, che punta moltissimo sull'export.

Secondo Veronafiere gli operatori esteri sono stati 47.000, con una crescita del 4,4% rispetto allo scorso anno. Una presenza qualificata che fa della rassegna veronese un appuntamento fondamentale per le aziende.

Ovvia la soddisfazione del presidente di Veronafiere, Ettore Riello, e del direttore generale, Giovanni Mantovani, che hanno sottolineato come questo risultato sia stato raggiunto grazie a massicce azioni di marketing sui principali mercati che hanno portato a Verona delegazioni da tutta Europa, da Usa, Canada, Australia, Estremo Oriente e Centro e Sud America.



Il presidente Napolitano al Vinitaly; a destra con Luca Zaia e con il presidente di Veronafiere Ettore Riello





Sono 110 i Paesi di provenienza dei visitatori del Vinitaly

Zaia uno e trino

La parte «ufficiale» di Vinitaly 2010 è stata caratterizzata dalla presenza a tutto campo di Luca Zaia – nella triplice veste di ministro delle politiche agricole uscente, di neo-eletto presidente della Regione Veneto e, come ha detto il sindaco di Verona Flavio Tosi, di «doge» – ma soprattutto da quella del presidente della Repubblica Giorgio Napolitano, la prima volta di un capo dello Stato a questa manifestazione.

Inaugurando Vinitaly Zaia ha tracciato un bilancio del vino italiano nell'ultimo anno, che vede l'Italia primo produttore mondiale e il Veneto primo produttore italiano.

Il ministro è tornato su due temi che hanno caratterizzato il suo mandato: quello dei controlli e la battaglia contro la demonizzazione del vino per quanto riguarda la sicurezza stradale.

Nel primo caso Zaia ha evidenziato i 12.000 controlli eseguiti nel 2009, che hanno tra l'altro permesso di evitare un nuovo contenzioso con gli Stati Uniti, questa volta riguardante il Chianti. «Il vino è anche un biglietto da visita e noi negli Usa ci vogliamo andare con la qualità». Per quanto riguarda il rapporto alcol/guida, Zaia è tornato ad attaccare «chi rema contro», equiparando chi beve due bicchieri a un ubriacone, mentre «il 98% degli incidenti stradali non ha nulla a che vedere con l'alcol».

Nel suo intervento Zaia ha ricordato anche l'approvazione della nuova legge sui vini a de-

nominazione, la «nuova 194» arrivata dopo anni di tentativi infruttuosi, e l'ottimo lavoro del Comitato vini presieduto da Giuseppe Martelli, che in 20 mesi a portato a buon fine 142 pratiche.

L'apprezzamento di Napolitano

La presenza in Fiera del presidente della Repubblica è stata, ovviamente, il fiore all'occhiello di questa edizione di Vinitaly. Visitando alcuni padiglioni, Napolitano ha detto tra l'altro: «Sono venuto per complimentarmi con voi perché create ricchezza e cultura, perché il vino è soprattutto cultura. Voi fate grande l'Italia e assieme cerchiamo di far crescere questo Paese. Il vino – ha proseguito il capo dello Stato

– è l'emblema delle diversità e unità del Paese. Della sinergia tra questi due elementi abbiamo bisogno, così come della necessità che l'Italia sia unita e faccia sistema in un mondo così cambiato».

Il presidente di Veronafiere, Ettore Riello, ha approfittato della presenza di Napolitano per lanciare l'idea di un concorso per la realizzazione di una bottiglia celebrativa del 150° anniversario dell'Unità d'Italia, da presentare il prossimo anno al Vinitaly. «Un'eccellente idea – ha commentato Napolitano – che appoggio senza nemmeno pretendere il diritto alla prima bevuta».

Alberto Andrioli

IL SALONE DELL'OLIO D'OLIVA

Un Sol pieno di contenuti

Da ormai 16 anni l'olio extravergine di oliva si propone a Verona come compagno di viaggio del vino: Vinitaly e Sol sono un'accoppiata vincente sotto tutti i punti di vista: sia quello dei produttori, sia quello dei visitatori. Anche quest'anno il Salone dell'olio extravergine di oliva ha offerto, oltre alla parte espositiva, importanti occasioni di dibattito. Il convegno organizzato da Unaprol, ad esempio, è stata l'occasione ideale per la firma dell'accordo di programma tra il Ministero dello sviluppo economico e Unaprol per spingere l'internazionalizzazione dell'olio d'oliva italiano.

Una spinta all'export.

L'accordo, della durata di due anni e con la possibilità del rinnovo, è stato firmato dal viceministro allo sviluppo economico Adolfo Urso e dal presidente di Unaprol Massimo Gargano. Esso prevede il co-finanziamento delle iniziative promozionali all'estero del comparto olivicolo attraverso l'intervento dell'Istituto del commercio estero.



Adolfo Urso, a sinistra, e Massimo Gargano

Un accordo che favorirà la creazione di rapporti stabili all'estero con operatori, buyer, ristoratori e mondo della comunicazione locale. Sosterrà, inoltre, la conoscenza e lo sviluppo dei consumi dell'olio extravergine di oliva di eccellenza made in Italy attraverso: azioni promozionali all'estero; iniziative di formazione e informazione verso le imprese italiane e gli operatori esteri, anche attraverso l'organizzazione di visite e missioni di studio per collegare in maniera organica e stabile le imprese produttrici con la domanda estera. Nel corso dell'incontro Gargano ha anche annunciato che a Pasqua sono state commercializzate le prime 70.000 confezioni di olio certificate «I.O.O.% qualità italiana».