

Il dossier Wine Monitor di Nomisma

I rossi piemontesi reggono l'urto del covid E a trascinare l'export ci pensano le Dop

ROBERTO FIORI
ASTI

Bene, o almeno meglio del previsto. Così si sono comportati i vini piemontesi nel 2020, nonostante le incertezze e le difficoltà causate dalla pandemia. E sebbene l'emergenza covid non accenni a mollare, anche i primi mesi del 2021 sembrano confermare un trend di sostanziale tenuta, pur con molti distinguo tra denominazioni, posizionamenti e mercati di riferimento. Il primo dato riguarda l'export, più in salute del mercato interno.

Secondo le elaborazioni di Nomisma Wine Monitor sui

12 mesi dello scorso anno, il valore del vino piemontese esportato è aumentato del 2,6%, per un corrispettivo di 1,085 miliardi di euro. Una performance che colloca il Piemonte al secondo posto nella classifica delle regioni italiane più vocate all'export, con una quota del 17%: meglio solo il Veneto con un valore di 2,2 miliardi di euro e una quota del 36%, mentre la Toscana è terza con 972 milioni e il 15%.

Ancora meglio hanno fatto i rossi piemontesi Dop, che hanno chiuso l'anno della pandemia a quasi 300 milioni di euro, in crescita a valore del 5,8% sul 2019 e a volume

del 6,6%. Stabile il prezzo medio (-0,8%), a 9,68 euro al litro. Tra i mercati, in flessione il top buyer Usa (-1,6%), volano la domanda tedesca (+18,7%) e inglese (+7,3%), seconda e terza piazza di sbocco per le nostre bottiglie. Per i rossi Dop, Norvegia, Germania, Danimarca, Regno Unito, Svizzera e Svezia sono i paesi dove l'export è andato meglio, mentre Usa, Canada e Giappone hanno registrato un calo significativo.

Numeri che il responsabile di Nomisma Wine Monitor Denis Pantini ha illustrato ai produttori la scorsa settimana nel webinar «Scenari evo-

lutivi e prospettive di mercato per i vini rossi piemontesi»: «Il covid - ha detto Pantini - lascia in eredità un nuovo modo di approcciare i mercati da parte delle imprese: da un lato emerge una multicanalità necessaria per cogliere le diverse opportunità derivanti da un consumatore diventato più infedele rispetto al passato. Dall'altro la necessità di diversificare i mercati di sbocco per ridurre i rischi, in un frangente in cui gli effetti economici da pandemia si rifletteranno sulle capacità di spesa dei consumatori e in particolare sui consumi di vino». —

© RIPRODUZIONE RISERVATA



I vigneti di Langhe e Roero patrimonio dell'umanità Unesco

