

Ottimo avvio per il 2015 grazie all'euro debole. Buoni risultati anche in Europa e Giappone

Vino sardo, scoperta dell'America

Impennata dell'export dalle cantine isolate verso gli Stati Uniti

» Un brindisi più che meritato a questo inizio 2015. Ad alzare idealmente i calici può essere l'85% delle cantine italiane, soddisfatte delle vendite registrate nei primi quattro mesi dell'anno e trainate dalle esportazioni. Un trend fotografato dal sondaggio dell'Osservatorio wine2wine di Vinitaly, cavalcato anche dalle aziende isolate, sempre più presenti in Europa e negli Usa, ma pronte a fare il grande salto verso il sudest asiatico e l'estremo oriente.

PIÙ COMPETITIVI. La stragrande maggioranza delle oltre 400 cantine italiane intervistate tra maggio e giugno ha dichiarato nel 2015 un incremento dei fatturati grazie al commercio estero. «Il calo dell'euro nel cambio con il dollaro ci rende più competitivi negli Stati Uniti», spiega Valentina Argiolas, responsabile marketing nell'omonima cantina di Serdiana «ma da tempo la clientela americana ha dimostrato di essere matura, di apprezzare e ricercare particolarmente le nostre produzioni. L'altra faccia della medaglia è rappresentata invece dal crollo di un mercato promettente come quello russo. Una delusione però compensata dai riscontri ottenuti nei Paesi dell'ex blocco sovietico e dai segnali positivi arrivati dall'Asia. Giappone e Indonesia su tutti».

L'EXPORT. «Le esportazioni hanno sicuramente contenuto i danni del-

la crisi», aggiunge Antonio Posadinu delle Tenute Sella & Mosca di Alghero «ma si sta risvegliando anche il mercato interno, che comunque rappresenta per noi la fetta più grossa degli introiti. Il 2015 ci ha mandato ottimi segnali di ripresa e ora sta a noi confermarli fino a fine anno».

GLI STATI UNITI. L'espansione tuttavia non deve fermarsi perché la globalizzazione trasforma in un attimo idee vincenti in strategie obsolete. «Quello degli Stati Uniti è sempre stato un mercato interessante, ma ormai è saturo», dice Daniela Pinna, titolare delle Tenute Olbrios: «Bisogna scommettere su nuove clientele da conquistare. Per questo noi puntiamo sul nostro vermentino di Gallura, il solo docg in Sardegna, frutto di una terra granitica unica. E le soddisfazioni nel 2015, dopo un inverno

molto duro, non sono mancate, da Gran Bretagna, Lussemburgo, Svizzera e Germania, fino ad arrivare oltreoceano in Canada e Perù».

QUALITÀ DIFFERENTI. Sì, perché la Sardegna inizia a raccogliere i frutti di una lenta opera di marketing internazionale che l'ha identificata come patria di longevità, ma anche terra di vini inimitabili. Tino Demuro, patron delle Vigne Surrau ad Arzachena, non si stanca di ripeterlo: «Il nostro vermentino è diverso, la clientela straniera lo sta capendo e noi ci stiamo attrezzando. Abbiamo aumentato la quantità e la qualità delle produzioni e veniamo premiati anche da un vino che con gli anni si affina e ben si presta così alle esportazioni».

LA CINA. Un capitolo a parte può invece essere riservato alla Cina. Pochi anni fa considerata un Eldorado baciata dal boom economico, si è rivelata un mercato complesso. «La Cina ci ha illuso», ammette il direttore commerciale delle Cantine Santadi, Raffaele Cani «pensavamo di sfruttare l'immensa clientela, ma abbiamo capito che molti importatori cercano grandi quantità a discapito del valore del prodotto. Le occasioni non mancano, ma dovranno essere colte con pazienza cercando di imporre la qualità dei nostri vini».

Luca Mascia
RIPRODUZIONE RISERVATA

LA SCHEDA

Fonte: Associazione Enologi Enotecnici Italiani

I NUMERI	Produzione media 2009/2013 Dati Istat	Ettoltri produzione 2013 Dati Istat	Media ettoltri 2014
Sardegna	530.000	638.000	510.000

SUPERFICIE COLTIVATA IN SARDEGNA

