



TENDENZE

Secondo Wine Monitor-Nomisma l'export senza etichetta crollato del 52% in 15 anni - Spagna leader

L'Italia cede il primato del vino sfuso

Un processo di valorizzazione figlio anche di scelte come il restyling del Prosecco o la Doc Sicilia

L'Italia chiude l'era del vino "sfuso". È la conclusione che è possibile trarre consultando un'analisi sull'export di vino made in Italy realizzata nei giorni scorsi da Wine Monitor-Nomisma dalla quale emerge il profondo ridimensionamento registrato negli ultimi anni dalle esportazioni di vino "non confezionato".

Dati che disegnano meglio di mille parole l'evoluzione della parabola della qualità messa a segno dal vino italiano negli ultimi anni. Secondo l'elaborazione di Wine Monitor-Nomisma su dati Istat, le vendite all'estero di vino "sfuso" a fine 2015 si fermeranno a quota 4,9 milioni di ettolitri contro i 10,2 milioni esportati nel '99 (-52%). In poco più di quindici anni questa categoria che rappresentava nel '99 il 53% del vino esportato è crollata a meno del 20%. Una leadership, quella del vino

IL CROLLO

4,9 milioni

Gli ettolitri di vino sfuso esportati dall'Italia nel 2015 secondo le stime di Wine Monitor-Nomisma. Un risultato che è del 52% inferiore rispetto ai 10,2 milioni di ettolitri di vino indifferenziato esportati dall'Italia ancora nel 1999.



commodity, che l'Italia ha senza rimpianti ceduto alla Spagna.

La realtà è che i numeri confermano ancora una volta in processo di valorizzazione della qualità che il vino italiano sta portando avanti da anni e che emerge anche incrociando i dati sulle quantità esportate con quelli sul fatturato all'estero. Infatti nonostante negli ultimi 5 anni l'Italia abbia spedito all'estero in media 21 milioni di ettolitri (circa

la metà della produzione totale), il giro d'affari realizzato oltrefrontiera è passato dai 4,3 miliardi di euro del 2011 ai 5,4 previsti a fine 2015. Segno inequivocabile del rafforzamento delle bottiglie a maggior valore aggiunto.

I dati 2015 quindi, se confermati, potrebbero certificare una profonda inversione di tendenza quindi rispetto agli anni '90 quando si assisteva alle vere e proprie "guerre" scatenate dai

vignerons francesi che rovesciavano cisterne alla frontiera per protestare contro l'invasione di vino made in Italy favorita dalla lira debole.

La strategia della qualità realizzata dal vino italiano non passa solo dagli eloquenti numeri elaborati da Nomisma, ma anche da alcune precise scelte effettuate dai viticoltori italiani negli ultimi anni. Come non pensare, ad esempio, alla profonda riorganizza-



zione dell'area del Prosecco che, cancellando l'Igt per elevare tutto il vino a Doc o Docg ha riportato sotto il cappello della certificazione, flussi di prodotto anche sfuso, in passato difficili da monitorare? Il tutto senza dimenticare gli importanti sviluppi realizzati in Italia dai viticoltori di Puglia e Sicilia, i due storici bacini produttivi del vino sfuso. Va ad esempio in questa direzione il varo, nel 2012, della Doc Sicilia. «A tre anni dalla nascita – spiega il presidente del Consorzio della Doc Sicilia e ad del brand Donnafugata, Antonio Rallo – stiamo per tagliare il traguardo dei 25 milioni di bottiglie prodotte (erano 16 nel 2012). Un trend che ha portato in Sicilia il vino imbottigliato a superare in quantità quello sfuso. Una vera rivoluzione oggi resa possibile dal fatto che viticoltori siciliani si sono convinti che la strada della valorizzazione della

qualità sia l'unica in grado di garantire loro un futuro». Decisivo è stato sul mercato nazionale anche il crollo della domanda di vino commodity a cominciare da uno storico utilizzatore: il Piemonte. «Un crollo delle richieste – spiega il piemontese Angelo Gaja, tra i più celebri produttori italiani – dovuto sia alla chiusura nella nostra regione di alcune industrie del vermouth che utilizzavano grandi quantità di prodotto sfuso sia alla rinuncia al vino "da taglio" da parte di molti nostri produttori decisi a valorizzare, soprattutto all'estero, le caratteristiche delle varietà autoctone. Sulla promozione dell'identità dei nostri prodotti ancora non siamo bravi come i colleghi toscani, ma stiamo compiendo passi da gigante». •

PAGINA A CURA DI
GIORGIO DELL'OREFICE

© RIPRODUZIONE RISERVATA