

# La difficile lettura dei dati attuali del mercato del vino

scritto da Fabio Piccoli | 30 Novembre 2023



Durante l'ultimo Congresso di **Assoenologi**, tenutosi a Brescia il 24 e 25 novembre scorsi, è intervenuto anche **Denis Pantini**, responsabile di **Nomisma Wine Monitor**, con una relazione sullo scenario attuale e le prospettive di mercato dei vini italiani.

I dati presentati da Pantini (relativi ai primi 9 mesi del 2023) erano in larga misura di segno negativo; basti citare il **-9,1% dei nostri vini fermi nei primi 12 mercati mondiali**, ma anche il **-3,8% degli spumanti**, che fino a poco tempo fa rappresentavano la categoria più performante.

Praticamente tutti i mercati vanno male, a partire dal più

importante, **gli Stati Uniti, che segnano una perdita del 9,1% in valore e del 13% in volume.** La Germania potrebbe apparire un po' migliore, ma se si considera l'aumento di uno striminzito 0,8% in volume che però perde il 5% in valore, ciò significa che si è importato qualcosa in più rispetto allo stesso periodo del 2022, ma a prezzi più bassi.

Pertanto, se dovessimo trovare qualche consolazione, potremmo dire che **tutti i Paesi produttori ed esportatori stanno andando male** (il cosiddetto "mal comune mezzo gaudio") e noi, rispetto a loro, siamo messi leggermente meglio: infatti, rispetto al nostro -0,7% in valore, la Francia è al -1,3%, la Spagna al -3,8%, l'Australia al -16,5%, il Cile e il Sudafrica addirittura registrano cali superiori al 26%.

**I cali, come ormai è noto, sono da attribuire soprattutto ai vini rossi, mentre i bianchi, almeno in Italia e in Spagna, appaiono in una situazione più stabile.** Anche le nostre bollicine, pur perdendo qualcosa in termini di volume, registrano crescite in valore (in particolare il Prosecco e l'Asti che nel periodo gennaio-agosto sono aumentati rispettivamente del 4,8% e del 3,4%).

Di fronte a uno scenario di questa natura, possiamo essere ottimisti? **Secondo Renzo Cotarella, amministratore delegato di Marchesi Antinori,** sarebbe sbagliato leggere questi dati in maniera statica, perché sono in gran parte frutto del sovrastoccaggio che si è verificato nel periodo pandemico e del relativo rimbalzo del mercato avuto lo scorso anno.

Ma sempre il bravo **Renzo Cotarella (ascoltarlo è sempre arricchente)** ha altresì sottolineato che **si può essere ottimisti sul futuro, a patto che il settore si dimostri più innovativo,** capace di produrre quantitativi più in sintonia con le dinamiche dei mercati e con tipologie più coerenti alle attuali tendenze dei consumatori.

Anche sul fronte di avere produzioni più in sintonia con il

mercato è intervenuto **Luca Rigotti, coordinatore del settore vinicolo dell'Alleanza Cooperative Agroalimentari e presidente di Mezzacorona**, che ha evidenziato come non possano essere le “disgrazie come la peronospora” la risposta alle nostre sovrapproduzioni, ma finalmente uno sviluppo produttivo che valorizzi le aree più vocate e abbandoni quelle meno adatte alle produzioni di qualità.

Sul tema della gestione dell'offerta, un ruolo fondamentale lo hanno e lo potrebbero avere sempre di più i Consorzi di tutela. In questa direzione è intervenuto **Ettore Nicoletto, presidente & CEO di Angelini Wines & Estates**, ma nel recente passato anche presidente del Consorzio di tutela Lugana DOC: “Quanto abbiamo fatto nel Lugana – ha spiegato Nicoletto – è sicuramente un esempio molto utile per far comprendere come un Consorzio possa agire da gestore dell'offerta, garantendo un importante e coerente sviluppo del suo valore. Nel caso del Lugana, si è risposto alla sovrapproduzione e alle relative ingenti giacenze che stavano determinando forti diminuzioni dei valori delle uve e del vino, con un mix di stoccaggio per due anni e il blocco delle rivendicazioni per fermare la crescita incontrollata della produzione. Misure che, in meno di due anni, sono riuscite a far crescere i prezzi di uve e vino e a far diventare il **Lugana una DOC super premium anche sugli scaffali del canale moderno**”.

In sostanza, alla luce anche dei commenti di tre importanti protagonisti del vino italiano, appare evidente che non possiamo considerare l'attuale situazione come un fatto puramente contingente.

Non vi è dubbio, infatti, che **il nostro sistema evidenzi oggi chiare problematiche strutturali**.

Oggi abbiamo, ad esempio, una politica vitivinicola in grado di accompagnare adeguatamente il nostro settore nel prossimo futuro? **Abbiamo una visione chiara di cosa vuole il mercato oggi** e di come noi possiamo intercettare le nuove tendenze?

Potenzialmente abbiamo tutto, ma se poi scendiamo nel concreto ci accorgiamo quanto vi sia ancora **troppo distacco tra politica e imprese** (basti pensare, per fare un esempio, alle recenti follie burocratiche dell'OCM Vino Promozione Paesi Terzi); quanto siano ancora pochissime le denominazioni italiane forti e riconoscibili sui mercati; ma soprattutto quanto siano **poche le nostre aziende seriamente strutturate anche in termini di risorse umane**.

Ascoltare Cotarella, Nicoletto, Sartor, Rigotti è stato sicuramente confortante, ma **quanti imprenditori e manager del vino abbiamo oggi capaci e in grado di essere pronti per il mercato attuale e del prossimo futuro?**

Quanti dei dati negativi che oggi emergono dai mercati del vino sono anche frutto di una **classe dirigente del vino italiano ancora non del tutto all'altezza?**

È una domanda che dobbiamo per forza porci per non limitarci sempre a una lettura statica dei dati di mercato o affidarla solo ai bravi manager, **quelli che fanno funzionare bene le imprese anche in tempi difficili**.