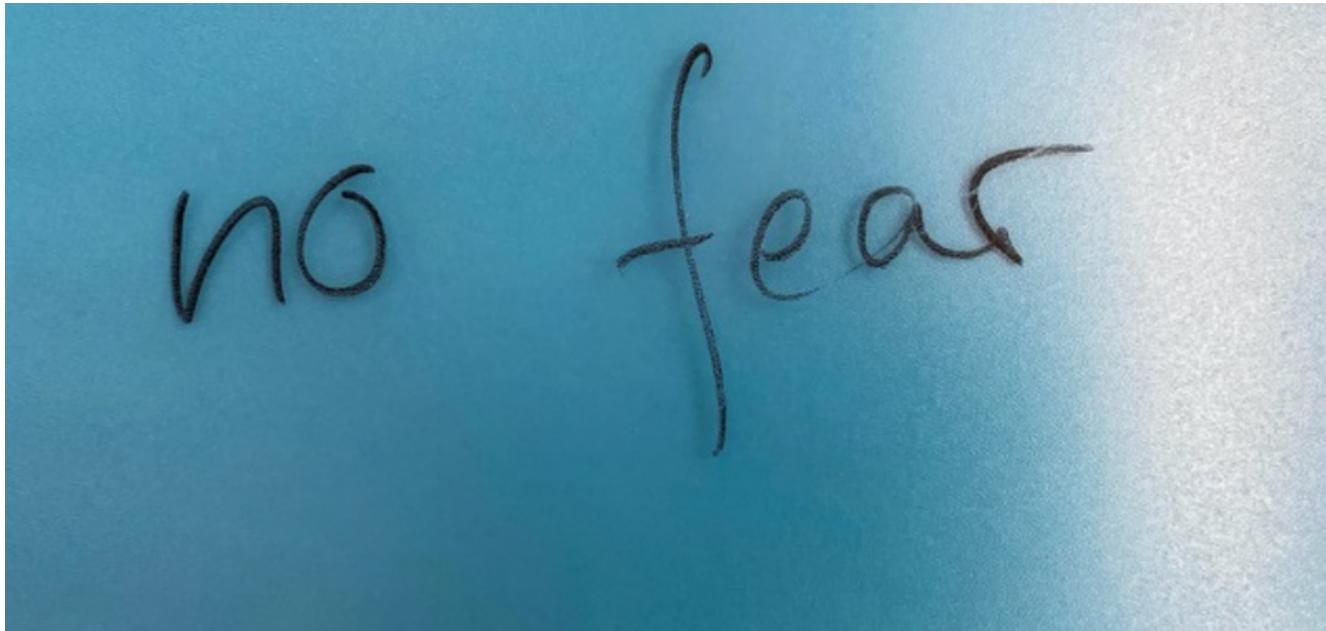


Non è il mercato che deve far paura

scritto da Fabio Piccoli | 25 Giugno 2021



Puntuale come sempre è arrivato in questi giorni il [Corriere Vinicolo](#) che con il suo **Osservatorio del Vino** consente aggiornamenti utilissimi sull'andamento dei mercati del vino. È chiaro che in questa fase l'attenzione è rivolta all'**impatto che il Covid 19 ha avuto** e in qualche misura sta ancora avendo **sulla nostra filiera vitivinicola**.

Su questo fronte, molto indicativo quanto riportato sul mitico "Vinicolo" che ha evidenziato come la pandemia ha, di fatto, ribaltato i valori del mercato del vino che se **prima dell'arrivo del Coronavirus vedeva on e off-trade su livelli simili** (rispettivamente 197 e 178 miliardi di dollari), **nel 2020 ha visto il canale moderno prendere il sopravvento** con un venduto che ha raggiunto i **208 miliardi di dollari** per una **quota in valore del 65% e in volume di ben l'80%** (non aveva mai superato precedentemente il 70%).

Sempre secondo l'Osservatorio del Vino, anche nel 2021 assisteremo al **primato della gdo** che, nonostante la **risalita dell'horeca** (+16%) dovrebbe crescere ancora del 5%

raggiungendo i 218 miliardi di dollari.

Insomma **la pandemia ha dei vincitori**, se così si possono definire, e sono indubbiamente la gdo e tutti coloro che hanno potuto lavorare con essa in questa difficile fase.

In chiave di prospettiva, esercizio sempre difficile da fare, si può supporre che ci vorrà un po' di tempo prima che l'on trade ritorni ai livelli pre pandemia anche se questa chiave di lettura potrebbe risultare sbagliata perché le rivoluzioni in atto anche nel mondo dell'horeca potrebbero riservare non poche sorprese.

Anche in queste settimane, infatti, si ha la netta sensazione che non solo ci sia un **forte rimbalzo nel mondo della ristorazione** che in alcuni casi viene quasi **“aggredita”** dal desiderio di clienti che vogliono rigustare una vita normale, ma molte realtà si sono riorganizzate al meglio e questo non può non essere visto con grande positività.

Ma la ripresa di questi mesi ci porta ad evidenziare ancora una volta che **c'è ancora molto spazio di crescita del vino sui mercati di tutto il mondo**. Non vogliamo apparire superficiali ma da molto tempo abbiamo la sensazione che non è il mercato il principale ostacolo per le nostre aziende produttrici.

Quali allora le cose che devono preoccuparci maggiormente?

Prima fra tutte l'**annosa difficoltà del vino italiano di fare sistema**, su tutti i fronti. A partire dalla politica vitivinicola che ancora oggi appare gestita da pochissime mani (e teste) e soprattutto lontane dall'esperienza sul campo. E questo non può non preoccupare soprattutto in una fase come questa dove, proprio in questi giorni, sono giunti i dati delle **misure a sostegno della nostra agricoltura** che potrà beneficiare (attraverso il Pnrr) di circa 6,8 miliardi di euro, che salgono a 8 miliardi considerando anche le cosiddette misure orizzontali relative ad altri Ministeri (Transizione ecologica, Turismo, Cultura, ecc.).

Non è ancora chiaro quale sarà la dotazione a disposizione del nostro settore vitivinicolo ma proprio per questo sarebbe necessario vedere presto sul tavolo **proposte concrete**, operative in grado non solo di supportare il comparto in un momento così difficile per tante imprese ma soprattutto **gettare le basi per un futuro sempre più competitivo per il vino italiano**. Invece, siamo onesti, abbiamo la sensazione che le dinamiche di confronto con la politica siano sempre le stesse e alla fine si arrivi alle solite soluzioni calate dall'alto.

Su una questione, ad esempio, come la **promozione del vino italiano nel mondo**, ci piacerebbe avere finalmente una regia chiara, trasparente e non solo l'incarico alla solita istituzione di turno che dovrà gestire (senza indicazioni dagli operatori veri né tanto meno controllo) un mare di milioni di euro sui principali mercati internazionali del vino.

Senza dimenticare un tema oggi fondamentale come quello dei **processi di allargamento e di aggregazione delle imprese del vino**. È un tema strategico, sappiamo come la grande frammentazione del vino italiano pur rappresentando un elemento strategico della nostra offerta vitivinicola permane anche un limite notevole anche al suo sviluppo. Sono in atto, anche queste ultime settimane, importanti dinamiche, fusioni, grazie anche all'interesse sempre maggiore da parte di alcuni fondi di investimento.

Siamo onesti, questo tipo di operazioni che portano alla creazione di aziende del vino italiane di più grandi dimensioni non può che essere visto che con soddisfazione. Significa che si possono creare **imprese nazionali capaci di competere adeguatamente con i grandi colossi internazionali** e al tempo stesso occupare spazi nuovi di mercato. Il vino italiano, infatti, forse più di tutti gli altri competitor internazionali, è in grado di giocare al meglio i molteplici campionati mondiali del vino ma è altrettanto vero che servono

anche imprese di dimensioni più adeguate rispetto alle difficili sfide attuali.

Se dobbiamo esprimere una perplessità su questo fronte è relativa alle aspettative di alcuni di questi fondi di investimento che forse hanno visioni troppo ottimistiche sui tempi di recupero dei loro investimenti. Ma impareranno in fretta, ne siamo certi, ed inizieranno a conoscere meglio le dinamiche di mercato del vino strada facendo.

Ultima preoccupazione, non certo per importanza, ce ne sarebbero molte altre ma per il momento ci limitiamo a queste, è la **carenza di risorse umane competenti per il nostro settore vitivinicolo**. È una problematica emersa anche durante **OperaWine e Vinitaly Preview** dove numerose aziende intervistate ci hanno denunciato la difficoltà di individuare risorse capaci di rispondere adeguatamente ai loro numerosi fabbisogni.

Noi siamo impegnati da tempo su questo fronte ma riteniamo sia giunto il **momento di una riflessione più collettiva** del sistema vitivinicolo al fine di arrivare presto a soluzioni più concrete. Tra queste indubbiamente sarà fondamentale un **intervento istituzionale** e non sarebbe male che parte dei fondi da destinare al comparto vino fossero destinati propri per attività formative ma anche a **supporto di quelle imprese che investono in risorse umane**.