

Caro Export italiano come stai?

scritto da Noemi Mengo | 3 Gennaio 2019



“Export all’italiana, tutti per uno e nessuno per tutti” era il titolo di uno dei più importanti seminari presentati all’interno del forum wine2wine, prezioso momento di riflessione per tutti i membri del comparto del vino. Il titolo, provocatorio non a caso, parla chiaro sulla situazione odierna dell’export italiano: dalle grandi potenzialità ma all’interno del quale si fa ancora fatica a comunicare. Per capire meglio quali sono le novità, ci avvaliamo delle statistiche esposte durante l’evento da Denis Pantini, Responsabile Wine Monitor di Nomisma, che ci ha reso chiari i dati di import di fonte doganale, risultanti dalle indagini dell’Osservatorio Vinitaly-Nomisma Wine Monitor.

Export e mercati del mondo: che succede?

Negli ultimi 5 anni la domanda di vino italiana è cresciuta quasi ovunque, in Australia e Nuova Zelanda, nell’Europa dell’Est, in Chile e in Argentina, in alcuni Stati centrali dell’Africa e in Cina è cresciuto oltre il 50%, mentre in

Russia, nei Paesi Scandinavi, in Brasile, in Francia e in Inghilterra, negli Stati Uniti e in Alaska ha subito una crescita che va dal 20% al 50% tra il 2012 e il 2017.

Non bisogna però adagiarsi sugli allori, i consumi di vino nel 2018 sono calati in 4 mercati su 10. I consumi assoluti maggiori si riscontrano negli Stati Uniti, con 32 milioni di hl e in Germania con 20.1 milioni di hl, mercato che però ha subito nell'ultimo anno un ribasso di -0.1%. In calo anche il mercato inglese con una perdita tra il 2012 e il 2017 del -4.7% e dal 2017 al 2018 del -1.6%, il mercato del Giappone con un valore di consumo di 3.5 milioni di hl, ma con un calo nel corso dell'ultimo anno del -1.3%, e il mercato svizzero, che è calato dal 2012 al 2017 del -1.9% e nell'ultimo anno di -0.9%.

Segnano il passo le importazioni (non solo italiane) di vini fermi, in particolare in USA, il cui valore di importazione si attesta a 3.876 milioni di euro, di cui 1.263 milioni riferiti al vino italiano, nel 2018, UK con 2.167 milioni di euro, di cui 370 milioni di vino italiano, e Germania con 1.570 milioni di euro, di cui 621 milioni di vino italiano.

Continuano il loro viaggio sull'onda di tendenza i vini sparkling, che crescono in USA, nell'ultimo anno sono cresciuti del +4.9% toccando i 1.115 milioni di euro come valore di importazione, di cui 386 di vino italiano; in UK, dove dal 2012 al 2017 erano calati del -5.1% ed ora sono ricresciuti del +4.2% con 736 milioni di euro, di cui 345 milioni di vino italiano; e in Giappone, cresciuti del -10.5% con 527 milioni di euro, di cui 33 milioni di vino italiano, nel 2018.

E la Cina? Si è presa una pausa di riflessione dagli USA

A causa della recente guerra commerciale dei dazi che ha visto protagonisti gli Stati Uniti di Donald Trump e la Cina, per la quale è stato dichiarato lo stop alle importazioni statunitensi, è difficile avvalersi di statistiche aggiornate,

in quanto i dati doganali non sono facilmente reperibili, ma ripercorrendo a ritroso i flussi e ricostruendoli ci è dato sapere che le possibilità di crescita per noi ci sono. Proprio per via delle vicende accadute, in Cina sono oggi presenti forti accumuli di scorte, fattore che mette il Paese nelle condizioni di prendersi una sorta di pausa di riflessione e ridimensionare le proprie entrate di vino. Tendiamo le orecchie noi italiani, perché alla lunga lo stallo fra Usa e Cina potrebbe portarci bei vantaggi. Secondo uno studio svolto da Coldiretti su dati Istat infatti, sembra che Il vino italiano potrebbe avvantaggiarsi della guerra commerciale tra Usa e Cina dopo che le esportazioni dello stesso all'interno del Paese hanno raggiunto il massimo storico di oltre 130 milioni di euro nel 2017, grazie all'aumento del 29%.

Il momento di agire quindi è proprio questo. Abbiamo tutte le carte in regola per fare una promozione sensata e strategica, portando il vino italiano nel mondo come forza unita e compatta, e non spingendo solo le singole aziende, modalità che sembra vincente all'inizio ma controproducente poi, perché è facile dimenticare. Il lavoro da fare è tanto, e ci vorrà del tempo, degli accordi bilaterali e la volontà di cambiare un quadro che da decenni ha smesso di funzionare.