Crisi dei vini rossi? Non per il segmento premium: +200% dal 2010

scritto da Redazione Wine Meridian | 4 Aprile 2023



Calo strutturale del vino rosso? **Secondo l'analisi dell'Osservatorio Uiv-Vinitaly non è proprio così, anzi, si assiste a un'accelerazione verso il tanto auspicato posizionamento in fascia alta delle denominazioni italiane rossiste più virtuose**. In un mercato export trainato dagli spumanti (+6% i volumi nel 2022), in cui i bianchi fermi (+1,3%) e i rosati hanno tenuto, chi sembra soffrire di più è il simbolo enologico per antonomasia: il vino rosso. Ma se è vero che In Italia la tipologia ha fatto peggio di tutte (-4,3% le quantità esportate) – con cali evidenti in particolare nei principali Paesi della domanda, a cominciare dai top 3 (Germania a -5%, Usa -6% e UK -8%) – **la scomposizione dei dati di vendita per segmento di prezzo**

riserva sorprese rilevanti.

L’analisi qualitativa sulle esportazioni dei rossi italiani che emerge a Vinitaly vede infatti le categorie premium (da 6 a 9 euro/litro in cantina) e superpremium (oltre i 9 euro) conquistare quote di mercato molto importanti negli ultimi 12 anni. **Per esempio, stante il calo generale dei volumi di rosso esportati, nel 2010 i prodotti sotto i 6 euro rappresentavano a valore i due terzi del mercato;** oggi l’inversione di tendenza, con gli over 6 euro al 60% delle vendite. In poco più di 10 anni la crescita del segmento di fascia alta – che vale ora 1,9 miliardi di euro di export – è stata del 200%.

Per l’ad di Veronafiere, Maurizio Danese: “Assistiamo a un cambiamento importante del posizionamento del nostro prodotto; il mondo chiede calici in grado di evocare l’italianità e noi abbiamo le potenzialità di assecondare al meglio questa richiesta di mercato. Il futuro dei nostri rossi passerà anche, necessariamente, dalle piazze emergenti asiatiche, tornate in forze a questo Vinitaly a partire dalla Cina.

Dal Dragone sono infatti 130 i top buyer che ospitiamo, a cui si aggiungono operatori della domanda provenienti da 17 Paesi dell’Asia. Inoltre – ha concluso –, **ripartiremo già ad aprile con un intenso programma di promozione in Cina, dalle masterclass a Vinitaly Chengdu fino alla nostra fiera Wine to Asia a Shenzhen, dall’11 al 13 maggio”.**

Per il presidente di Unione italiana vini (Uiv), Lamberto Frescobaldi: “Diversi mercati di sbocco stanno dando segnali di stanca nei confronti di prodotti di personalità non definita e con caratteristiche organolettiche poco consone all’evoluzione del gusto in atto. Ci troviamo da una parte con molti vini che, pur a prezzi molto accessibili, oggi fanno fatica a vendere; dall’altra con una forte domanda di prodotti di qualità, in linea con l’immagine che tutto il made in Italy è in grado di evocare. È un buon segno – ha concluso –, ma **serve risolvere questo sfocamento in atto tra il mercato e la**

produzione di molti dei nostri rossi”.

A favorire questo trend di valorizzazione delle produzioni rosse, protagoniste in particolare nella ristorazione mondiale a prezzi spesso decuplicati, alcuni tra i principali mercati. A cominciare dagli Usa, avamposto di una tendenza premium (a 480 milioni di euro) che incide per il 72% sul totale vini rossi italiani acquistati (+222% dal 2010). **Notevole anche la crescita di prodotti destinati in particolare alla ristorazione in Canada (72% e +141%), Svizzera (76% e +143%), Francia (70%) e Corea del Sud (79%). Quote robuste di prodotti basic persistono invece in UK, Paesi Bassi, Belgio e Russia.**

Dai dati – rileva l’Osservatorio Uiv-Vinitaly – **emerge chiaramente una divaricazione dei mercati:** quelli disponibili ad aprire una nuova fase, trainata dal valore territoriale o di brand, e quelli invece ancorati a una visione statica del vino made in Italy, fatto più di quantità che non di valore intrinseco. **La sfida sarà far crescere quelli che oggi si posizionano a metà strada,** tra i primi la Germania, che ancora vede il 50% dei volumi nella fascia 3-5,99 euro, ma anche altre piazze importanti come Danimarca, Norvegia, Austria e in generale i Paesi dell’Est europeo, oggi in forte sviluppo, come Polonia e Repubblica Ceca.

Il tour di Vinitaly in Cina, con il sostegno di ICE, farà tappa prima a Chengdu per la masterclass di apertura di con l’unico master sommelier cinese Yang LV e – con la controllata Wine to Asia – per l’organizzazione di un business forum con una delle più influenti piattaforme dedicate al vino in Cina, Wine Sommelier. Si vola poi a Shenzhen, il 14 aprile, nel Padiglione Italiano della Fiera governativa di Hainan, per un tasting e la presentazione dell’Italia a Wine to Asia (11-13 maggio), insieme a ICE e a Fondazione Altagamma. **A Shenzhen, manifestazione internazionale di Veronafiere, è attesa la presenza di oltre 450 espositori provenienti da 20 Paesi.**