

Dazi USA e strategie: Anteprima Amarone 2016, parlano le aziende

written by Emanuele Fiorio | 11 Febbraio 2020



Anteprima Amarone 2016 è stata un'ottima occasione per degustare i vini di **53 aziende della Valpolicella che hanno presentato l'annata 2016, un prodotto ricercato, fresco ed elegante**. Un Amarone strutturato ma meno potente, con acidità e tannino in perfetto equilibrio ed un minor residuo zuccherino, come dichiarato da Diego Tomasi, Direttore di CREA (Centro di ricerca per la viticoltura) di Conegliano in occasione della conferenza stampa.

Preso atto degli ottimi risultati conseguiti, non solo per la qualità del prodotto ma anche a livello di vendite, **abbiamo voluto intervistare direttamente alcuni produttori per conoscere opinioni, dati e strategie aziendali in relazione alle delicate vicende legate all'export e ai dazi USA**.

Qual'è la sua opinione sui dazi USA e sulla web tax?

> Andrea Sartori – Pres. Casa Vinicola Sartori Spa e Pres. Consorzio Tutela Vini Valpolicella.

La web tax è doverosa, le GAFAs (Google, Amazon, Facebook e Apple) non possono fatturare miliardi e non pagare le tasse nei paesi in cui si insediano. I dazi sarebbero assolutamente controproducenti sia per noi che per loro. Le reazioni inconsulte del governo americano credo siano determinate da buona parte dell'amministrazione non solo da Trump. L'equilibrio che si era creato in sede WTO è stato sfaldato, ora dobbiamo ritrovarlo.

> Lorenzo Tomelleri – Back Office Commerciale Cantine Riondo
C'è il principio etico e la pratica, bisogna saper distinguere. Muoversi solo in base all'ideale spesso non è possibile, è la realtà che conta. Al momento il coltello dalla parte del manico ce l'hanno gli Stati Uniti e l'Unione Europea deve essere cauta.

> Corrado Eridani – Direttore tecnico di Cantine Giacomo Montresor

Ritengo che questa sia solo l'ultima delle guerre commerciali, se pensiamo ad altri prodotti alimentari è da qualche tempo che c'è questa situazione di giocoforza.

Il vino è sempre rimasto immune ma le cose ultimamente stanno cambiando, per quanto ne so i dazi su alcuni prodotti europei dopo la vicenda Airbus purtroppo sono legittimi.

Nel caso partissero i dazi sul vino italiano sarebbe una condizione deleteria per tutto il comparto, noi parliamo di Amarone che ha un grande valore aggiunto, ma ci sono vini che non possiedono queste caratteristiche e sarebbero i primi a soffrire, gli entry-level verrebbero danneggiati molto di più. La tutela deve partire dai produttori, la leva più importante è l'unità che al momento non c'è, questo ci rende più deboli e ci espone maggiormente.

Qual'è il valore del vostro export negli USA e come vi state preparando all'eventualità dei dazi?

> Andrea Sartori – Pres. Casa Vinicola Sartori Spa e Pres.

Consorzio Tutela Vini Valpolicella.

Il nostro fatturato negli States si aggira intorno al 15%, per noi è un buon mercato dal punto di vista della marginalità ma non abbiamo nessun "piano B" nel caso i dazi ricadessero sul vino italiano. Anche dirigendo le vendite verso l'Asia, servirebbero 11 Giappone per compensare il danno.

> Giulia Ledda – Resp. Marketing Cantine Tinazzi

La situazione è nebulosa, siamo preoccupati perché gli USA rappresentano il 2° paese più importante dopo la Russia per il nostro export. Siamo presenti in 30 paesi ma negli States abbiamo diversi distributori da più di 10 anni su entrambe le coste. Stiamo puntando molto sui paesi dell'Est Europa e stiamo esplorando Vietnam e Singapore ma non abbiamo messo sul tavolo strategie per controbilanciare le eventuali perdite dovute ai dazi statunitensi.

> Marco Accordini – Resp. Marketing Azienda Agricola Accordini Stefano

Non siamo molto preoccupati dall'eventualità dei dazi, il nostro export negli Stati Uniti non supera le 20.000 bottiglie (su un totale di 300.000) per un fatturato che si aggira attorno al 5% del totale. Siamo molto più forti in Svizzera, Danimarca, Olanda, Norvegia ed in Asia, in particolare Cina, Vietnam e Giappone. La nostra strategia in caso di dazi sarebbe quella di cercare di assorbire le perdite puntando sui mercati in cui siamo già presenti.

> Luigi Turco – Pres. Cantina Valpantena Verona SCA

Queste rappresaglie non portano da nessuna parte, noi facciamo 1,5 milioni di fatturato negli USA su 47 milioni totali. Si tratta quindi di un 3% che non ci danneggerebbe molto. Resta il fatto che gli Stati Uniti sono il maggior importatore di Amarone, i dazi sarebbero una rovina per tutta la categoria ed i produttori dovrebbero necessariamente rivolgersi ad altri mercati. Ciò nonostante l'Asia in questo momento non è in grado di assorbire volumi e valori statunitensi.

Sono contrario al protezionismo, sono favorevole ad una sana

competitività e ad un libero mercato che non sia sottoposto a queste negatività fiscali.

> Lorenzo Tomelleri – Back Office Commerciale Cantine Riondo
Il 20% abbondante del nostro export, più di 40 milioni di USD, viene assorbito dal mercato USA. In realtà non abbiamo alcuna strategia o “piano B” per affrontare gli eventuali dazi. Siamo in contatto con il nostro importatore americano che sostanzialmente naviga a vista, il suo mantra è: “se c’è una soluzione perché preoccuparsi, se non c’è perché preoccuparsi”. In sostanza attendiamo gli sviluppi della vicenda.

> Valentina Cubi – Titolare Azienda Agricola Valentina Cubi
Siamo in una fase di stallo e non abbiamo reali strategie per rispondere ai possibili dazi USA, anche se non siamo particolarmente preoccupati. In California vendiamo 13.000 bottiglie l’anno (su 45.000 totali), siamo intorno ai 60.000 euro di fatturato. Il nostro mercato principale in valore resta l’Europa, lavoriamo bene in Svizzera e nei Paesi Bassi. In volume i nostri mercati di riferimento sono extra UE, in particolare Australia e Cina.

> Corrado Eridani – Direttore tecnico di Cantine Giacomo Montresor

Montresor esporta il 70% della sua produzione, gli Stati Uniti sono il nostro secondo mercato dopo il Canada.

Negli USA siamo presenti su entrambe le coste, esportiamo da più di 50 anni e la crescente tendenza alla premiumization ci sta agevolando. Il fatto che non sia un mercato saturo è un altro fattore positivo, ci sono ancora diversi Stati in cui si beve pochissimo vino e persistono margini di crescita.

Gli USA sono insostituibili, per noi i dazi sarebbero certamente un danno. Ciò nonostante i prodotti che esportiamo sono soprattutto di alta gamma e non abbiamo necessità di lavorare “sul centesimo”. Credo che il nostro posizionamento sul mercato ci possa permettere di assorbire l’eventuale contraccolpo.

Per quanto riguarda i vostri referenti (importatori, distributori, agenti) negli Stati Uniti, avete avuto modo di sentire le loro impressioni?

> Andrea Sartori – Pres. Casa Vinicola Sartori Spa e Pres. Consorzio Tutela Vini Valpolicella.

Siamo in contatto con i nostri importatori, stanno facendo lobby. Hanno già presentato le proiezioni sulle possibili perdite in termini di produttività e posti di lavoro. Sono allarmati e assolutamente contrari a queste misure protezionistiche.

> Giulia Ledda – Resp. Marketing Cantine Tinazzi

I nostri distributori statunitensi li sentiamo spesso, stanno tenendo monitorata la questione, il protezionismo di Trump non è proficuo per nessuno.

> Valentina Cubi – Titolare Azienda Agricola Valentina Cubi

Il nostro referente californiano non ci ha comunicato nulla, mentre l'importatore e distributore di Chicago ha richiesto che gli inviassimo un quantitativo maggiore di prodotto per avere scorte adeguate in caso di dazi.

> Corrado Eridani – Direttore tecnico di Cantine Giacomo Montresor

C'è un malcontento diffuso tra gli statunitensi, qualora l'amministrazione Trump imponesse i dazi, si tradurrebbero in maggiori tasse e minor occupazione con una consistente riduzione dei posti di lavoro.