

Export si fa presto a dire Cina

scritto da Fabio Piccoli | 8 Aprile 2019



La Cina, l'Asia nel suo complesso rimane una sorta di "mistero" per il vino italiano. Ogni anno pensiamo di avere trovato la via giusta e poi, invece, arrivano dati impietosi che ci fanno ricominciare da capo.

Ce l'ha ricordato a Vinitaly, Alleanza Cooperative Agroalimentari che, analizzando i dati Istat dell'export vitivinicolo italiano nei principali Paesi asiatici, ha evidenziato come nel 2018 i vini italiani sono calati in Cina del 2,4% in valore e del 12% in volume, passando dai 3,7 milioni di ettolitri del 2017 ai 3,3 milioni dello scorso anno.

Una doccia fredda dopo le evoluzioni del 2017 che aveva registrato, rispetto l'anno precedente, una crescita del 28,7% in valore e del 25,9% in volume.

Eravamo realmente convinti che finalmente l'Italia del vino

era decollata sul mercato cinese ma gli ultimi dati testimoniano, a nostro parere, due elementi molto importanti: il primo l'instabilità che contraddistingue un po' tutti i mercati a partire dai cosiddetti emergenti; la seconda che su mercati complessi come la Cina sia fondamentale agire come sistema Paese.

Allo stato attuale, come ha ricordato durante l'inaugurazione di Vinitaly il nuovo presidente dell'Ice, Carlo Maria Ferro, il valore del nostro export in Cina è di 129 milioni di euro, una cifra tuttoggi decisamente bassa considerando le potenzialità del Paese.

Gli ha fatto eco il viceministro al Ministero dello sviluppo economico Michele Geraci che ha ricordato come a fronte dei nostri piccoli numeri in Cina la Francia ha superato il miliardo di euro.

Ma Geraci ha anche sottolineato come sia partito, grazie anche ai recenti accordi con la Cina (il cosiddetto accordo Sulla via della Seta che per il momento, però, è solo un memorandum ndr) un'importante progetto di sviluppo del vino italiano in Cina che dovrebbe portare il nostro Paese a poco meno di un miliardo di euro nei prossimi sette anni.

Un progetto decisamente ambizioso e allo stato attuale si fa fatica ad essere ottimisti anche se, come ha sottolineato Geraci, allo attualmente l'Italia risulterebbe al primo posto nei motori di ricerca in Cina per quanto riguarda la richiesta di informazioni turistiche.

Che il binomio vino e turismo italiano possa essere una chiave per sviluppare anche del nostro business enologico è credibile. Ma vista anche la nostra cronica difficoltà di promuoverci bene anche sul fronte turistico facciamo oggi un po' fatica ad essere ottimisti.

A dare un'iniezione di ottimismo, si fa per dire, ci ha pensato anche il vicepremier Di Maio, sì anche lui a Vinitaly (ora possiamo affermare che sono passati veramente tutti), che ha dichiarato: "Un comparto come quello vitivinicolo aiuterà sicuramente lo sviluppo nazionale in maniera fondamentale anche quest'anno. Il vino rappresenta uno straordinario volano

per il nostro export ed essere qui al Vinitaly significa ringraziare tutti i nostri imprenditori che portano nel mondo un'eccellenza del made in Italy, che contribuisce alla fama del brand Italia. Esportiamo vino italiano anche in Cina. Per questo ribadisco l'importanza di aver firmato il memorandum sulla Via della Seta, su cui siamo arrivati primi tra i paesi del G7".

Parole di speranza, ma al momento ci riconosciamo di più nel monito di Ruenza Santandrea, coordinatrice Vino dell'Alleanza Cooperative Agroalimentari: "La verità è che non bisogna commettere l'errore di fare letture affrettate. In generale bisogna guardare a tutto il continente asiatico in un'ottica di medio e lungo periodo senza aspettarsi che nell'arco di pochi mesi o anni il mercato asiatico, che pure presenta grandi potenzialità di crescita specie in paesi come Mongolia, Vietnam e Nepal, riesca a sostituire del tutto altri mercati consolidati".

Tuttavia, "l'accordo di libero scambio firmato dall'Europa con il Giappone, che azzererà totalmente i dazi per i vini europei – ha concluso la Santandrea – è un indubbio beneficio che potrebbe portare presto ad un reale aumento delle vendite".