

Il vino italiano continuerà ad essere amato nel mondo

scritto da Fabio Piccoli | 19 Marzo 2020



In questi giorni di “fermo biologico”, stiamo studiando le tante analisi che abbiamo ricevuto in questi ultimi mesi. Ci siamo soffermati, in particolare, su quella di Wine Opinions (www.wineopinions.com), una società americana che ha realizzato un’interessante analisi sul profilo dei consumatori di vino americani.

Svolta verso la fine dello scorso anno che conferma come i consumatori Usa al primo posto nelle loro preferenze di acquisto vino mettono quello made in Italy.

Il 34%, infatti, degli acquisti di vino più frequenti è da ascrivere al prodotto italiano, seguito da quello francese (32%), spagnolo (24%), neozelandese (12%), argentino (10%), australiano (10%), cileno (10%). Solo il 9% dei consumatori

Usa intervistati (un campione rappresentativo di 1.795 consumatori di cui l'82% consuma vino tutti i giorni o qualche giorno a settimana) ha dichiarato di non acquistare vino italiano contro il 12% della Francia, il 15% della Spagna, il 33% della Nuova Zelanda, il 29% di Cile, il 28% di Argentina e Australia.

Il report di Wine Opinions prosegue con altri interessanti risultati che vi illustreremo in altri articoli. Ma al momento ci piace soffermarci su quanto sopra descritto che evidenzia come gli Usa rappresentano il mercato più strategico per il vino italiano. Anche nel 2019, ricordiamo, il vino italiano ha raggiunto questo grande mercato per un valore di 1,54 miliardi di euro registrando un +5,4% rispetto all'anno precedente. Di fatto, quasi un quarto delle nostre esportazioni di vino raggiunge gli Usa.

Se a questi dati, pertanto, abbiniamo le percezioni dei consumatori statunitensi che emergono dalle numerose indagini che vengono realizzate ogni anno, ci rendiamo bene conto come sia veramente scellerato in questi giorni difficili leggere, di tanto in tanto, previsioni nefaste sul futuro del vino italiano sui mercati internazionali, a partire proprio da quello Usa.

È bene in questi giorni andarsi a leggere o ripassare i numeri del nostro export nel mondo, ad esempio vedere come lo scorso anno siamo cresciuti ancora anche in Germania (+2,5%), in Canada (+2,6%), in Giappone (+13%), in Russia (+21%). Di fatto siamo calati solo nel Regno Unito (ma per ragioni non certo da ascrivere alla disaffezione dei consumatori britannici al vino italiano) del 5%.

E allora pensare che il coronavirus, che come stiamo assistendo non è certo un'emergenza solo cinese o italiana, di colpo cancellerà tutto l'appeal del vino italiano nel mondo, è a nostro parere una follia.

Anzi, non vogliamo essere presi per dei visionari, ma a nostro parere il vino italiano uscirà ulteriormente rafforzato da questa fase così difficile e dobbiamo trovarci pronti quando finalmente potremo nuovamente andare per il mondo portando il

piacevole messaggio del vino made in Italy.