

WINENEWS.IT – 30 MAGGIO 2019

Più di dazi e Brexit, poté il vino italiano: i big del settore scommettono su un 2019 in crescita

A trainare, Italia e mercati storici. Così Antinori, Santa Margherita, Ruffino, Pasqua, Mastroberardino, Villa Sandi, **Cecchi**, Lungarotti, Masi e Vespa



La bottaia della cantina di Antinori a Bargini, nel Chianti Classico

I primi mesi di un 2019 ormai inoltrato, mostrano trend tutto sommato positivi per il mercato del vino italiano. Tanto da far sperare che anche l'anno in corso sia un anno di crescita per le cantine del Belpaese, sia in Italia che nel mondo, al netto delle tante incognite che aleggiavano sul mondo, dalla guerra dei dazi alla sempre più fumosa Brexit, per citare le più evidenti. Secondo i dati di Federvini, in Italia i primi quattro mesi dell'anno hanno visto una crescita delle vendite, in valore, del 5,5%, mentre all'estero, in un quadro di complessiva crescita, nei primi tre mesi, secondo Nomisma Wine Monitor, ci sono diversi trend da segnalare, come il risveglio dei vini fermi, e i primi segnali di frenata degli spumanti, soprattutto imputabili alle performance dell'Asti, sottolinea l'osservatorio guidato da Denis Pantini. E così i vini fermi italiani, soprattutto rossi, nei primi 3 mesi 2019, crescono in maniera esplosiva in Uk (+24,3%), ma anche in Usa (+3,5%), Germania (+0,8%), Giappone (+6,6%), Svizzera (4,4%) e Russia (+14,3%), con la Cina che è l'unico mercato in forte frenata (-17,1%). Più variegata la performance degli spumanti, che ormai valgono un quarto delle esportazioni italiane, in fortissima crescita in Usa (+19%), in Canada (+16,8%) e in Svizzera (+12,6%), in aumento in Australia (+2,9%), ma in forte diminuzione in Germania (-11,8%), Uk (-7,1%), Francia (-8,3%), Giappone (-7,6%), Russia (-3,9%) e Cina (-14,3%). Un quadro evidentemente complesso, che però fa guardare con fiducia al

FAMIGLIACECCHI

domani agli imprenditori e dei manager di alcune delle più importanti cantine italiane, intervistati da WineNews, che in generale prevedono di chiudere l'anno in positivo, grazie ai segnali che arrivano dal mercato del Belpaese, ma anche all'export, soprattutto nei mercati storici del vino italiano, Nord America in testa, mentre sull'Asia, e sulla Cina in particolare, la visione è meno concorde.

“Le vendite vanno bene - commenta Albiera Antinori, alla guida della Marchesi Antinori, una delle realtà più prestigiose del vino italiano - c'è entusiasmo. Il Paese che è più vitale è proprio l'Italia, e di questo siamo soddisfatti, ma anche gli altri grossi player come gli Stati Uniti stanno andando bene. Il grosso dubbio resta la Cina, che procede a rilento. Noi siamo ben distribuiti in tanti Paesi, quindi se le cose si complicano da una parte si può migliorare da un'altra. Certo il rischio dazi c'è sempre ed in tante parti dal mondo, ma le premesse per chiudere un 2019 in crescita sono buone”.

“I primi mesi dell'anno ci confermano che siamo ancora su una curva di crescita - conferma Ettore Nicoletto, ad del Gruppo Santa Margherita, uno dei principali player del Belpaese - sebbene più rallentata che in passato, ma comunque positiva. I mercati che tirano sono sempre quelli, i più reattivi sono quelli del Nord America, quindi Stati Uniti e Canada, c'è una buona vivacità in Asia, che ci conforta molto, mentre l'Europa è un mercato complessivamente stagnante. L'Italia qualche soddisfazione la sta dando, ma cresce a ritmi molto molto bassi, e questo vuol dire che dovremo fare qualcosa per stimolare i consumi di vino”.

“Se non ci saranno sorprese sui dazi, soprattutto in Usa, cosa possibile - aggiunge Sandro Sartor, ad di Ruffino, storica realtà chiantigiana e parte del colosso Constellation Brands - sarà ancora un anno di crescita. In America, ancora, ma anche nel mercato europeo, ed in particolare nel Nord Europa, dove abbiamo visto ottimi segnali di crescita”.

“I primi quattro mesi dell'anno ci dicono che c'è un buon tasso di crescita - conferma Umberto Pasqua, alla guida del celebre gruppo veneto - e lavoriamo tutti i giorni per fare continuare questo trend fino alla fine dell'anno. Stiamo investendo molto nel presidio dei mercati. In Cina c'è ancora molto spazio, anzi forse siamo solo all'inizio, quindi con grandi azioni commerciali si possono fare dei numeri importanti. E anche in America ed in Usa ci sono ancora spazi da conquistare: servono prodotti giusti, qualche prodotto innovativo ed un presidio importante”.

“La situazione dei mercati - sottolinea Piero Mastroberardino, guida di una delle cantine di riferimento della Campania - è a macchia di leopardo. Il mercato italiano da dei buoni segnali, nel senso che è un consolidato che mostra una piccolissima crescita, ma costante, con segnali che ci fanno capire che il mercato è vivo e c'è. Gli Stati Uniti stanno andando bene, come il Canada, mentre in Europa sta andando molto bene la Scandinavia, e anche la Germania, mercato in cui la pressione è molto forte, sta dando segnali incoraggianti. Poi ci sono Paesi che hanno oscillazioni per motivi spesso burocratici, come la Russia, altri che ancora non escono dal guado, come il Giappone, che non ancora tornato ai fasti di un tempo. Però guardiamo al domani con fiducia, il sistema vino italiano sta lavorando bene, le nostre aziende sono innovative e allo stesso tempo coerenti con le proprie radici, nel complesso sono moderatamente fiduciosi perché dobbiamo fronteggiare tante sfide molto impegnative”.

“Siamo fiduciosi di chiudere l'anno in crescita. Nei primi quattro mesi siamo in crescita del 10% sul 2018, grazie all'export, a Stati Uniti e Canada, che stanno girando molto bene, e sempre di più grazie all'Oriente, Australia, Giappone, e anche la Cina, dove i numeri ancora non sono grandissimi, ma stiamo crescendo pian piano e ci crediamo molto”, dice invece Giancarlo Moretti Pologato, alla guida della griffe del Prosecco Villa Sandi.

“Che sia un anno di crescita ce lo auguriamo ovviamente. Certamente ci sono incertezze su mercati importanti - sottolinea Cesare Cecchi, alla guida della storica azienda di famiglia - ovviamente a partire dalla Brexit in Uk, che è un mercato strategico. Il vino italiano sta performando comunque bene, quindi che l'anno si chiuda ancora in crescita è probabile, più difficile dire di quanto. A fare il grosso saranno ancora i mercati tradizionali, perché quelli nuovi, anche se mostrano incrementi

FAMIGLIACECCHI

percentuali importanti, sul fatturato globale hanno un peso relativo”.

Sulla stessa linea anche il pensiero di **Chiara Lungarotti, alla guida della cantina di famiglia, tra i riferimenti dell'Umbria del vino**. “Il 2019 sarà un anno di grande sfida, sia sul mercato italiano, che dopo i primi mesi un po' lenti si sta riprendendo bene, ma specialmente su quei mercati in cui pesano incognite soprattutto politiche, come il Regno Unito e gli Usa. Ma il sentiment è positivo, in generale”.

Più moderato l'ottimismo di Sandro Boscaini, alla guida di Masi, una delle cantine di riferimento dell'Amarone della Valpolicella e non solo. “Non prevedo cali, ma non vedo neanche grandi potenzialità di crescita. E dico che a un certo punto dobbiamo anche riflettere, assestare i nostri mercati, e impostare al meglio le grandi denominazioni del vino italiano. Di certo la competizione è sempre più forte, sia tra produttori dell'Unione Europea che del Nuovo Mondo, che vedono crescere le proprie produzioni e potenzialità. Sarà un anno in cui sarà importante soprattutto capire dove vanno i mercati, in modo da poter reagire e dare inizio ad una nuova auspicabile era di crescita e di successi”.

Positivo anche il parere di Bruno Vespa, nella doppia veste di produttore, con la cantina pugliese Vespa Vignaioli, e di attento osservatore delle dinamiche internazionali, nella veste di giornalista: “credo che il 2019 possa essere ancora un anno di crescita per il vino italiano, perchè abbiamo buoni prodotti. E speriamo di crescere non solo nei mercati tradizionali, come Usa, Germania e Gran Bretagna, sperando che la Brexit alla fine non si concretizzi, ma anche in quelli nuovi, e penso soprattutto alla Cina, dove possiamo crescere tanto”.