



Catania, Parco di Radicepura il 25-29 aprile SICILIA EN PRIMEUR SI TINGE DI GREEN

Torna l'annuale appuntamento di Assovini Sicilia dedicato all'anteprima mondiale della vendemmia 2016 dei vini siciliani. L'anteprima, che aprirà le porte a professionisti del settore e a giornalisti provenienti da tutto il mondo, farà leva su valori etici e sostenibili, sottolineando l'importanza di una viticoltura green, attenta a salvaguardare la biodiversità e a limitare gli impatti sull'ambiente. "Organizzare il nostro evento sullo sfondo del Radicepura Garden Festival - ha commentato Francesco Ferreri, presidente Assovini - è un'opportunità irrinunciabile che ci permette di dare un volto green alla nostra Associazione e trasmettere valori di responsabilità ambientale su scala internazionale".



I NUMERI DELL'EXPORT DEL VINO TOSCANO 2016

TROVARE NUOVI SBocchi DI MERCATO

In occasione del BuyWine sono stati presentati i numeri dell'export del vino toscano nel 2016, che non sono tuttavia ancora definitivi. E qui il clima non appare così tanto roseo perché i primi sei mesi dell'anno passato hanno mostrato un calo generalizzato nel valore dell'export dei vini. I dati sono aggiornati ai primi 9 mesi del 2016, e negli Stati Uniti c'è stato un calo di circa 11 milioni di euro rispetto al medesimo periodo del 2015. In Svizzera il calo è stato di 3 milioni, in Germania di 5 milioni, in Canada di 2 e in Danimarca di 1 milione. In generale, le esportazioni vitivinicole toscane complessive sono passate di 903 milioni di euro del 2015 ai 858 milioni stimati per il 2016, con un calo dunque del 5,24%.



Marco Remaschi

Nel corso della conferenza stampa, tuttavia, l'assessore all'Agricoltura **Marco Remaschi** ha detto che le proiezioni parlano, per tutto il 2016 di un incremento del 2,05% dei vini a denominazione di origine. Tale dato è comunque tutto da dimostrare visto che **Giovanni Busi**, presidente del Consorzio Chianti, dichiara che la sua denominazione nel 2016 ha diminuito le esportazioni del 2%. Considerando il peso del Chianti su tutta la produzione vitivinicola toscana, sarà difficile dunque arrivare a un + 2,5% di export per i vini a denominazione di origine. In ogni caso una cosa è certa: il 2016 ha interrotto quel periodo "magico" che ha visto l'export del vino toscano volare e raggiungere performance incredibili. È vero che tali performance vengono dopo quel rovinoso calo del 2009 che a sua volta seguiva la crisi finanziaria del 2008, ma è comunque vero che a partire dal 2010 i vini toscani hanno vissuto un quinquennio fantastico sui mercati esteri. Le ragioni dell'arresto vanno ancora tutte valutate ed è presto per tirare e somme e trovare strategie alternative, ma una cosa appare chiara: bisogna trovare nuovi sbocchi di mercato, e in questo senso i 22 buyers cinesi sono stati una presenza importante. Ancora Giovanni Busi dichiara che il suo consorzio deve andare a fare promozione in Paesi "nuovi" o in cui comunque dopo momenti di fermo (come la Russia e il Brasile) il consumo sta di nuovo crescendo. Busi ha portato il consorzio più di una volta a Cuba, dove il Chianti è stata la prima denominazione di origine italiana a essere importata. Quest'anno andranno in Messico e Hong Kong, e almeno nelle intenzioni del presidente per il 2018 ci saranno nuovamente Russia e Messico.



A FIRENZE 191 BUYER PROVENIENTI DA 35 PAESI

BUYWINE



Buone notizie da Usa e Russia

La presidenza Trump e il suo protezionismo non fanno paura agli importatori: con 29 buyer, gli Stati Uniti si sono confermati il Paese più interessato ai vini toscani. E intanto Mosca e San Pietroburgo hanno ripreso a spendere



di PATRIZIA CANTINI

210

aziende, 191 buyer provenienti da 35 Paesi e circa 5.000 incontri tra domanda e offerta: questi i numeri del BuyWine che si è tenuto alla Fortezza da Basso di Firenze venerdì 10 e sabato 11 febbraio, inaugurando come sempre la settimana delle anteprime dei vini toscani. Gli Stati Uniti, con 29 buyer, si sono confermati il Paese più interessato ai vini toscani, e dunque non pare che la presidenza Trump faccia paura agli importatori. I buyer hanno ammesso che subito dopo le elezioni, e dunque nel periodo tra autunno e inverno, si è creato un clima di incertezza e di timore. Gli americani hanno tirato un po' i remi in barca e sono andati meno del solito al ristorante e hanno anche diminuito il consumo di vino in casa, acquistando meno bottiglie in enoteche e negozi. Tuttavia, non pare che si tema che il protezionismo del quale il nuovo presidente parla così spesso possa coinvolgere il mondo delle abitudini degli statunitensi a tal punto da spingerli a bere solo californiani. Certo, dicono i buyer, è un presidente imprevedibile, ma resta il fatto che il vino italiano è profondamente radicato nelle abitudini degli statunitensi, e che è anche strettamente collegato alla nostra cucina, anch'essa frutto di una lunga e consolidata storia. Insomma, non abbiamo riscontrato preoccupazioni legate al nuovo corso politico, tanto che al

BuyWine di Firenze sono approdati anche buyer che vino italiano non lo hanno mai importato e che hanno deciso di ampliare il proprio portafoglio proprio ora con etichette toscane.

I russi hanno ripreso a spendere

Buone notizie arrivano anche dalla Russia, che dopo anni di assenza è tornata a Firenze con 8 buyers. Gli operatori russi dicono che la situazione ormai nel loro Paese si è stabilizzata anche a livello psicologico e che i russi, dopo aver risparmiato per paura della situazione politica, hanno ripreso a spendere. Dunque si aspetta una ripresa di tutti quei vini di fascia media che hanno più sofferto in questi ultimi anni. Il consumatore russo si era infatti spostato su vini di fascia bassa, mentre quelli di fascia alta e molto alta non hanno affatto risentito della crisi e del clima politico internazionale. Gli operatori si aspettano un aumento nella domanda di Brunello di Montalcino, di Riserve in generale e di Chianti Classico Gran Selezione. Allo stesso tempo è aumentata la domanda di vini biologici e biodinamici, a dimostrazione dell'evoluzione dei consumatori russi, che stimano molto il vino toscano. Dunque forse i consorzi dovrebbero pensare a tornare a Mosca e San Pietroburgo perché il momento appare favorevole. Il Canada ha inviato 28 buyer, e la Cina 22, mentre Corea del Sud, Germania e Brasile sono stati presenti al BuyWine ciascuno con 8 operatori. Tra i Paesi non tradizionali sono arrivati anche Kazakistan, Lituania e Taiwan.

IL CORRIERE VINICOLO

DIRETTORE EDITORIALE
ANTONIO RALLO

DIRETTORE RESPONSABILE
CARLO FLAMINI c.flamini@uiv.it

REDAZIONE
ANNA VOLONTERIO a.volonterio@uiv.it

HANNO COLLABORATO: Giulio Somma, Antonio Longo,
Giusy Pascucci, Patrizia Cantini, Bruno Donati, Allan Bay
GRAFICA
ALESSANDRA BACIGALUPI, ALESSANDRA FARINA

SEGRETERIA DI REDAZIONE
LAURA LONGONI, redazione@corrierevinicolo.com

PROMOZIONE & SVILUPPO
BRUNA ZACCAGNINI, tel. 02 72 22 28 41
b.zaccagnini@uiv.it - corrierevinicolo@uiv.it
Grafica pubblicitaria: tel. 02 72 22 28 57
grafica.editoria01@uiv.it

ABBONAMENTI
NOEMI RICCO, tel. 02 72 22 28 48
abbonamenti@corrierevinicolo.com

Associato all'Unione Stampa Periodica Italiana

