

VINITALY, DOPO AUSTRIA AL VIA LE TAPPE IN USA E DANIMARCA DEL ROADSHOW DI INTERNAZIONALIZZAZIONE

24 Gennaio 2023



VERONA - Entra nel vivo il Roadshow di Vinitaly, il viaggio in tre continenti per promuovere l'unicità dell'offerta delle produzioni made in Italy e consolidare i rapporti in mercati strategici per l'export.

Dopo le prime tappe in Austria e a Princeton negli Usa, atterra oggi a New York (fino a domani) e in contemporanea nel Vecchio Continente, a Copenaghen, con l'appuntamento che prevede la presenza di decine di operatori e top buyer danesi.

Esordio del Roadshow di promozione del vino italiano e di incoming di buyer targato Vinitaly, la tappa austriaca di Rust (19 gennaio), secondo Veronafiere, ha dimostrato tutta la centralità del brand Italia per la domanda austriaca. Sono infatti circa 80 i professionisti del settore intervenuti ai tastings di altrettante etichette tricolore per l'avvio del tour che, nel giro di un

mezzogiorno, porterà Vinitaly in 3 continenti. Secondo l'analisi dell'Osservatorio Uiv-Vinitaly, il Belpaese è storicamente il principale fornitore di vino in Austria: su un totale di 224 milioni di euro e 700 mila ettolitri importati nel 2021, il prodotto italiano rappresenta infatti una quota a volume del 60%, con una crescita poderosa del comparto spumanti, prima voce dell'export tricolore con 76mila ettolitri. L'obiettivo di Vinitaly è consolidare una leadership minacciata in particolare dalla crescita del competitor tedesco, che nell'ultimo decennio ha eroso di 5 punti la quota di mercato italiana.

È stata invece Princeton a dare il via ieri alla 3 giorni del vino made in Italy negli Usa, principale mercato enologico al mondo con un valore di oltre 7 miliardi di dollari di vino importato nel 2021. Qui il primo fornitore a valore è la Francia (36% del totale e +9% di crescita media annua - Cagr - 2021/10, determinato dal rimbalzo clamoroso dello Champagne nel post-Covid), seguita dall'Italia (32% di quota e Cagr a +6%, generato dalla crescita del Prosecco), leader a volume. Oltre al Prosecco, che dal 2017 al 2021 ha registrato una crescita media annua del 22% (+1% la performance dei fermi), tra le tipologie italiane più rappresentative prevalgono a valore i vini rossi toscani Dop - soprattutto Chianti, Chianti Classico e Brunello - che movimentano un export di oltre 214 milioni di euro (2021), assieme ai bianchi del Nordest, ovvero Pinot grigio e Soave: 224 milioni complessivi, suddivisi equamente tra Veneto e Trentino-Alto Adige. Per Vinitaly, l'obiettivo è consolidare le piazze storicamente presidiate dall'Italia e aprire strade importanti in aree a forte sviluppo potenziale. Ai banchi di degustazione di Princeton e New York circa un centinaio di operatori tra buyer e stakeholder del comparto vino.

Con la tappa danese odierna (Copenaghen 24 gennaio) - alla quale sono attesi più di 50 partecipanti -, Vinitaly sbarca su una delle destinazioni più vivaci del Nord Europa sul fronte della domanda, con un valore import nel 2021 di 774 milioni di euro e un volume di circa 2,1 milioni di ettolitri. Primo Paese fornitore di vino è l'Italia, con una quota di mercato per volume pari al 22%, in sensibile aumento rispetto al 2010 (Cagr +2%). Seguono Francia (stabile), Spagna (+3% e quota del 13%) e Australia. In forte crescita, anche qui, gli spumanti tricolore, che segnano un progressivo dal 2010 del 3%, equivalenti a 33mila ettolitri di prodotto nel 2021.

Il Roadshow, realizzato assieme a Ice-Agenzia, è lo strumento operativo di un progetto di presidio stabile sui mercati chiave al servizio del made in Italy. Tredici tappe in 9 Paesi - che valgono complessivamente i 2/3 delle esportazioni italiane - al centro della promozione e del b2b di Vinitaly per un programma scelto in base all'analisi delle piazze - consolidate ed emergenti - considerate a maggior sviluppo potenziale per il vino italiano.