

# Al Vinitaly la carica dei 4mila

## Tra le Regioni guidano Toscana e Piemonte - Attesi 150mila visitatori

Giorgio dell'Orefice

ROMA  
Il vino apripista della ripresa. L'inversione di tendenza della congiuntura è stata certificata proprio ieri dai dati dell'Organizzazione internazionale della vite e del vin (Oiv) che ha sottolineato come a livello mondiale si sia esaurita la caduta dei consumi che ha invece caratterizzato il biennio 2008-09. Secondo l'Oiv infatti, gli acquisti 2010 spinti dal +10% del Cile, dal +2% di Cina e Australia e dalla sostanziale tenuta delle vendite in paesi di lunga tradizione come Italia e Francia, dovrebbero toccare quota 236,2 milioni di ettolitri (+0,1%).

Ma soprattutto in grande ripresa sono gli scambi internazionali che nel corso del 2010 hanno toccato i 92,1 milioni di ettolitri con una crescita del 6,7 per cento. Un trend nel quale l'Italia ha giocato un ruolo di primo piano con un fatturato estero di 3,9 miliardi di euro (+11,9%). E quindi un settore che ha ritrovato la propria verve quello che sarà dal 7 all'11 aprile prossimi al centro della 45ª edizione del Vinitaly di Verona. Un'edizione che registra una presenza record di cantine. Sono infatti 4.016 gli espositori (95 stranieri) in lieve crescita rispetto ai 3.996 dello scorso anno nonostante la superficie espositiva sia ormai satura. Fra le regioni in prima fila c'è la Toscana con 793 marchi. Subito dopo il Piemonte (571), il Veneto (493), la Lombardia (291) la Campania (234), il Friuli Venezia Giulia (199) e la Sicilia (con 197 brand).

Una presenza in grandi stile di big e firme storiche dell'enologia made in Italy che conferma l'impegno a conquistare nuove fasce di consumatori. Ma l'attivismo delle regioni si sta rivelando però un boomerang per la promozione sui mercati internazionali. È questo uno dei punti di debolezza che sarà al centro degli incontri in calendario a Verona. Bruxelles, per il capitolo promozione extra-Ue, riserva all'Italia risorse rilevanti. Nel 2010 i fondi stanziati attraverso l'Agenzia per le erogazioni in agricoltura (Agea) sono ammontati a 48 milioni (per cofinanziare al 50% interventi per complessivi 87 milioni). Risorse che quasi raddoppiaranno nel 2011 quando verrà superata la soglia dei 100 milioni di investimento complessivo. Un budget quindi rilevante ma la cui efficacia rischia di essere indebolita dalla mancanza di un coordinamento nella spesa.

Sulla scena della promozione "recitano" troppi enti e istituzioni con iniziative che si sovrappongono spesso concentrando-

### ENTI LOCALI SENZA REGIA

Tra i temi al centro del dibattito ci sarà il mancato coordinamento dei finanziamenti per la promozione all'estero

si sui medesimi sbocchi. Un dato su tutti: nel 2010 sui 161 progetti finanziati ben 154 (pari al 95%) si sono concentrati in appena due mercati: Usa e Canada.

Secondo gran parte degli osservatori la radice del problema è la gestione affidata agli enti lo-

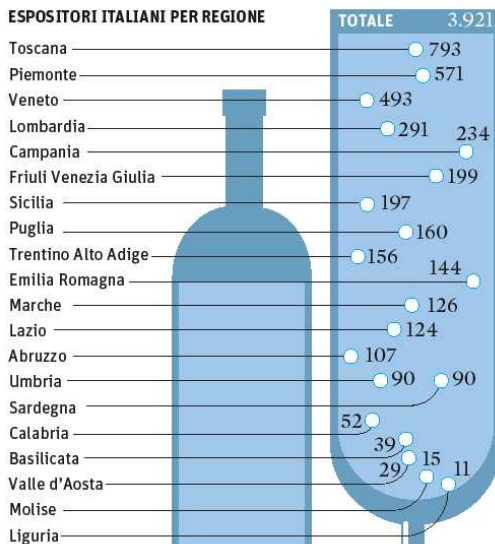
cali dei due terzi del budget complessivo che porta a una polverizzazione delle iniziative. Non a caso, la Spagna, uno dei paesi che meglio utilizza le risorse Ue ha evitato ogni forma di regionalizzazione. Al ministero per le Politiche agricole già da qualche anno è stata costituita una cabina di regia (composta da rappresentanti della filiera e delle organizzazioni agricole e delle istituzioni) per indirizzare gli investimenti. Ma il suo operato non sembra aver finora lasciato il segno. Tanto che al ministero si cerca ora di correre ai ripari.

«Stiamo mettendo a punto un logo e uno slogan unico per contrassegnare le iniziative sul vino made in Italy - spiega, Riccardo Deserti della direzione qualità del ministero per le Politiche agricole - e nello stesso tempo stiamo lavorando per individuare criteri di premialità che favoriscano una diversificazione geografica dei progetti promozionali». «Finorasi è operato un po' in ordine sparso - ha aggiunto il presidente di Agea, Dario Fruscio -. Proprio nell'ottica di una ottimizzazione delle risorse, nel corso del Vinitaly Agea si farà promotrice di una proposta volta a migliorare il funzionamento di uno strumento decisivo per la crescita del settore vitivinicolo italiano».

Alla kermesse veronese sono attesi oltre 150mila visitatori, un terzo dei quali stranieri. Ed è proprio da questi ultimi che a Verona si attendono un nuovo incremento delle presenze dopo il positivo +4,4% registrato lo scorso anno. Tra le iniziative oltre al tradizionale appuntamento con il concorso enologico internazionale (che vede quest'anno la presenza di 3.646 campioni di vino provenienti da 27 paesi), si segnalano alcune importanti novità. Al debutto infatti Sparkling Italy, la vetrina dedicata agli spumanti italiani. Mentre nel nutrito panorama delle degustazioni vanno ricordate quelle dedicate agli spumanti del Regno Unito, i focus sui vini d'Oriente o sulle diverse interpretazioni del Sangiovese nel mondo.

### Le cantine in mostra a Verona

#### ESPOSITORI ITALIANI PER REGIONE



#### ESPOSITORI STRANIERI PER PAESE



### LA PROMOZIONE

**87**

**La promozione**  
I milioni di euro investiti nel 2010 nei progetti di promozione extra-Ue. Risorse cofinanziate da Bruxelles con 48 milioni

**161**

**I progetti**  
I progetti promozionali complessivamente attivati lo scorso anno

**95%**

**La quota**  
La percentuale di iniziative promozionali che si è concentrata su due soli mercati: Usa e Canada. Al Vinitaly si discuterà anche della necessità di diversificare gli sbocchi commerciali

ESPOSITORI TOTALI

4.016