

Al Vinitaly l'America ora fa paura

“Le bottiglie saranno troppo care”

È allarme fra gli operatori della filiera per le tariffe imposte dagli Usa: “Grandi catene non disposte a ridurre i loro margini”

Dal nostro inviato
VERONA

Gusto acido, sentore di Anni '30, note di protezionismo, retrogusto amaro, gradazione esagerata: al 20%. L'Amaro Trumpiano è parecchio indigesto, ma è questo che serve oggi la casa alle quattromila aziende arrivate al Vinitaly e ai trentamila “buyers”, gli acquirenti che sono sbarcati da 149 paesi per chiudere quei contratti che ogni anno portano le nostre bottiglie oltreconfine per otto miliardi di euro, due dei quali solo verso gli Usa. Molti americani, tra di loro, molto perplessi, abbastanza preoccupati. Un texano come Tim Norris, ceo di Folio, medio importatore da 2 milioni e mezzo di bottiglie l'anno, e un biglietto da visita fitto di etichette italiane e europee, si dice come da copione «ottimista». «Ma il mercato è stato già difficile negli ultimi due anni. E adesso, se i dazi dovessero restare, alcuni produttori potrebbero avere problemi. Spero che si possa negoziare, ma anche se dovesse restare in vigore un dazio generale degli Usa verso il resto del mondo al 10% sarebbe una minaccia ai consumi globali».

È questo il vero rischio: non solo e non tanto lo choc dei dazi, quanto la loro lunga fermentazione nelle botti dell'economia internazionale e una frenata dei consumi, magari innescata dall'inflazione in America. Prendiamo Antonio Rallo, che guida la sua Donnafugata ed è anche presidente del consorzio Doc Si-

IL VINO ITALIANO

Il giro d'affari

	Cifre in miliardi di euro
Fatturato vino Italia	14,5
Fatturato vino con indotto	31
Impatto diretto e indiretto	45,2

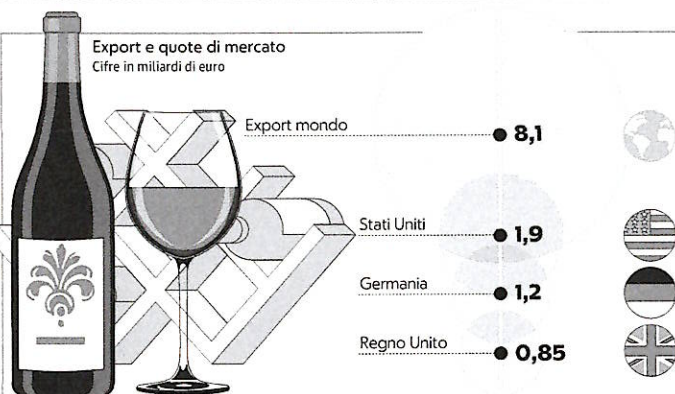
1,1%
Percentuale su Pil Italia

+7,5 mld di euro
Bilancia commerciale con estero

SOURCE: OSSERVATORIO UIV-VINITALY SU DATI ISTAT

Export e quote di mercato

Cifre in miliardi di euro



I rincari potrebbero riversarsi soltanto sul consumatore finale contraendo le vendite

La prima giornata dell'edizione 2025 del Vinitaly, in programma fino a mercoledì a Verona

cilia. «Un vino della mia azienda si vende in America a più 20 dollari: un aumento di qualche dollaro di per sé non sarebbe una tragedia, ma se i consumatori cominciano ad avere meno fiducia e tagliano gli acquisti, allora sono guai». L'Unione italiana vini ha già fatto i suoi conti: l'effetto a breve termine sulle aziende di casa nostra potrebbe essere negativo per oltre 320 milioni in un anno. Il grande interrogativo è il te-

ma degli infiniti negoziati che sono già partiti in queste ore, tra una degustazione di Barolo e una masterclass sui cocktail, è così uno solo: alla fine chi pagherà questi dazi?

Alessandro Mutinelli, presidente e ceo di Italian Wine Brands, azienda quotata in Borsa a Milano, spiega come funziona il mercato Usa. «Ci sono tre livelli prima di arrivare al cliente: gli importatori come noi, i grandi distributori, e infine il retail,

che può essere un'enoteca, una catena commerciale o un ristorante. E questi passaggi, ovviamente, fanno salire il prezzo: se una bottiglia di Pinot esce dalla cantina in Italia a due euro, sullo scaffale americano lo troveremo a 10 dollari». O fra qualche giorno, magari a 12, se tutto il rincaro finirà sui consumatori. Alfonso Aiello, che all'italianissimo nome associa il ruolo di grande distributore in Minnesota per la Wine Merchan-

ts, racconta che in quello Stato «le due grandi catene di negozi, Cosco e Total Wine & More, hanno margini di guadagno molto bassi e non accetteranno di ridurli. I distributori, invece - questo è Damiano Sorato, vicepresidente alle vendite per Ethica Wines, sede a Miami - dicono a noi importatori che o riduciamo i prezzi alla base, oppure rovesceranno tutto sui prezzi al consumo». Ed etichette più care significano meno vendite. «Ma noi dalla Sicilia - è ancora Antonio Rallo - abbiamo già detto ai nostri importatori in Usa che non possiamo abbassare i prezzi». Un'equazione irrisolvibile? «Non è un problema solo italiano, ma europeo - dice Giancarlo Guidolin, che guida il consorzio del Prosecco Doc, uno dei grandi successi "pop" sul mercato Usa degli ultimi anni - Per quel che ci riguarda riteniamo che ci siano i margini per gestire il costo dei dazi tra i produttori e tutta la filiera che arriva al cliente». Saranno giorni di discussioni accese, a questo Vinitaly. - F.MAN.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'INTERVISTA

dal nostro inviato
FRANCESCO MANACORDA
VERONA

Zaia “La Casa Bianca vuole solo dividerci noi europei dobbiamo muoverci compatti”

Immagino che a Trump farebbe molto comodo una politica di *divide et impera* nei confronti dell'Europa. Ma noi dobbiamo restare compatti». Nel bagno di folla del Vinitaly - se i selfie fossero voti sarebbe già al quarto mandato - Luca Zaia sottolinea il suo «sono europeista», ma chiede anche all'Europa di non aprire una guerra di religione di fronte all'offensiva sui dazi degli Stati Uniti.

Zaia, è l'Italia o l'Europa che deve rispondere?

«L'Europa. Anche se sento alcune voci che fanno di Trump il nostro nemico numero uno».

Non lo è?

«No. Io mi ricordo sempre che se siamo qui oggi è perché sono venuti gli americani a liberarci. Con Trump bisogna trattare e assicurarsi che, se si prenderanno contromisure, queste siano ben

calibrate per evitare un effetto boomerang di cui non abbiamo proprio bisogno. Anche l'Italia potrebbe giocare un ruolo da pontiere, visto che tra i paesi del G7 è stata l'unica che non si è intromessa nella campagna elettorale americana. Immagino che figure come quella di Macron abbiano più difficoltà di dialogo con gli Stati Uniti».

Comunque lei dice che deve essere l'Europa a trattare. Matteo Salvini pare preferire una trattativa bilaterale Italia-Usa...

«Non ho sentito sue affermazioni in questo senso. E poi in Europa abbiamo una serie di relazioni e di intrecci così stretti che non si può sciogliere. Oggi siamo qui per il vino: noi parliamo degli Usa, ma il maggior mercato per l'export del vino veneto è la Germania».

E l'Italia può avere ruoli



Luca Zaia, presidente della Regione Veneto e storico esponente della Lega

L'Italia potrebbe giocare un ruolo da pontiere visto che tra i Paesi del G7 non si è intromessa nella campagna elettorale americana

particolari?

«Possiamo mettere a terra tutta la credibilità che abbiamo guadagnato nei confronti degli Stati Uniti: siamo stati l'unico paese europeo del G7, durante la campagna elettorale americana, a non schierarci contro Trump. Oggi l'Italia può fungere da ponte fra Usa e Europa avviando trattative e favorendo contatti. La nostra diplomazia è fra le migliori al mondo. Attiviamo tutti i contatti e le strade, a livello governativo, istituzionale, economico».

I controdazi europei servono?

«Bisogna stare attenti a come si applicano perché - come dice anche la Bce - si rischia di perdere punti di Pil. Il commercio internazionale era in buon equilibrio, poi Trump è entrato come un elefante in una gioielleria. Ci vuole la linea del dialogo, senza complessi di inferiorità, senza

andare da lui con il cappello in mano. Ma quello che non serve in Europa è fare i tifosi, dividendoci sull'ipotesi di usare l'artiglieria pesante con gli Usa oppure no».

E davvero lei pensa che una trattativa sia possibile?

«Quando Elon Musk, dice, come ha fatto sabato al congresso della Lega, che ha già proposto al presidente Trump di creare una zona di libero scambio con l'Europa, senza dazi, fa già un'apertura non da poco».

Ma se Trump dice che l'Europa è nata per fotterci...

«Mah, i suoi discorsi dallo Studio Ovale sono una via di mezzo tra un atto di governo e un abbondante condimento politico. Ma gli Stati Uniti non possono e non potranno considerare irrilevante il mercato europeo».

© RIPRODUZIONE RISERVATA