

Vino, lo sprint del Sud traina la produzione Italia prima al mondo

IL GOVERNO AL LAVORO PER OTTENERE L'ESENZIONE DAI DAZI IL MINISTRO: MA TEMO DI PIÙ LA SVALUTAZIONE DEL DOLLARO

IL FOCUS

Anna Maria Capparelli

Vigneto del Sud superstar. L'Italia brinda a una vendemmia ottima per qualità e quantità che porta il vino nazionale nella classifica globale al primo posto per la produzione, al secondo per il valore, dopo la Francia, e al terzo per i consumi e a spingere l'acceleratore sono le regioni meridionali. Le previsioni, presentate ieri da Assoenologi, Ismea e Unione Italiana Vini, con il contributo del ministero dell'Agricoltura e della Sovranità alimentare, e che non dovrebbero riservare sorprese, indicano una produzione di 47,4 milioni di ettolitri, con un incremento dell'8% rispetto all'anno precedente che sventa a +19% nel Mezzogiorno con aumenti a due cifre per tutte le regioni: +40% in Basilicata, +25% in Molise, +20% in Sicilia, +17% in Puglia, +15% in Calabria e +13% in Campania. In quest'ultima regione, dove il clima ha garantito un raccolto di qualità, la vendemmia è iniziata in anticipo, nell'ultima settimana di agosto è infatti partita la raccolta delle uve per le basi spumante nel Salernitano, del Pallagrello e Asprinio di Aversa e delle uve Falanghine nel Sannio. Un andamento decisamente positivo che rafforza il medagliere della viticoltura made in Italy. In un periodo caratterizzato da molte criticità. Guerre in primis e anche dazi. Ma la prima emergenza è la flessione dei consumi a livello mondiale favorita dalla demonizzazione di uno dei prodotti chiave della Dieta Mediterranea.

LE ASPETTATIVE

Il vino si conferma il fiore all'occhiello dell'agroalimentare, ha affermato il ministro dell'Agricoltura, che ha invitato gli operatori a non confrontarsi su quello che verrà, ma sui numeri di oggi che sono positivi. E in un periodo in cui hanno tenuto banco i dazi e la preconizzazione di catastrofi, per le etichette tricolore Lollobrigida, pur non nascondendo le difficoltà che il settore è chiamato ad affrontare, ha ricordato, citando cifre elaborate da Nomisma, che sul mercato degli Stati Uniti, le spedizioni delle produzioni italiane hanno segnato un aumento nei primi mesi del 2025. Il ministro ha inoltre affermato di «nutrire più preoccupazioni per la svalutazione del dollaro che per i dazi al 15% che pesano per il 5% sui produttori italiani, per il 5% sui distributori e per il 5% sui consumatori». A pagare, dunque, due parti del conto sono gli americani. Il governo, ha assicurato, continua comunque a lavorare con i partner Ue per ottenere l'esenzione del pacchetto vino nella seconda fase della trattativa, perché gli States restano un mercato irrinunciabile.

IL RILANCIO

Lollobrigida ha puntato i riflettori sul crollo dei consumi soprattutto sul mercato Usa per una criminalizzazione dell'alcol. «Ma il vino - ha spiegato - non è solo alcol». Per questo è importante rafforzare l'azione di promozione che deve far leva su un racconto del prodotto strettamente connesso con i territori. Da qui il grande rilancio delle eccellenze meridionali. «Il nostro Paese - ha ricordato il ministro - ha fatto pressing nella Ue per evitare il taglio dei fondi destinati alla promozione sia per il vino che per le carni rosse». Le priorità infatti sono più promozione per contrastare la flessione dei consumi e allargamento dei mercati. Uno sbocco importante potrebbe essere l'India che oggi blocca gli acquisti di vino con un dazio del 150%.

LA PROMOZIONE

In prima linea con il ministero per promuovere il vino e tutto il paniere alimentare è l'Agenzia Ice: «Nel primo semestre 2025 ha detto il presidente Matteo Zoppas - abbiamo già realizzato 20 iniziative promozionali dedicate al vino, che hanno coinvolto oltre 240 aziende del settore e 440 operatori, e altre 35 sono in valutazione. La qualità del vino italiano e il nostro impegno nel percorso di education&tasting ci permetteranno di superare anche questa fase di

mercato saturo, consolidando la leadership internazionale del settore». E il prossimo 5 e 6 ottobre con Veronafiere-Vinitaly si svolgerà un evento promozionale a Chicago dove saranno presenti i principali brand e tra questi per il Sud, Feudi di San Gregorio, Varvaglione e Tasca d'Almerita.

La promozione è fondamentale e Coldiretti, ha affermato Diana Lenzi, responsabile dell'Ufficio vitivinicolo dell'organizzazione agricola, considera molto importante l'impegno del ministro di destinare fondi alla promozione, non solo per i mercati esteri, ma anche per rilanciare il consumo interno. «Occorre ha aggiunto Lenzi - un patto di solidarietà in tutta la filiera che coinvolga anche la ristorazione». Coldiretti, poi, è in prima linea per supportare i produttori del Mezzogiorno in questo passaggio epocale soprattutto per quanto riguarda la contrattualistica e garantire così il pieno rispetto delle "pratiche leali".

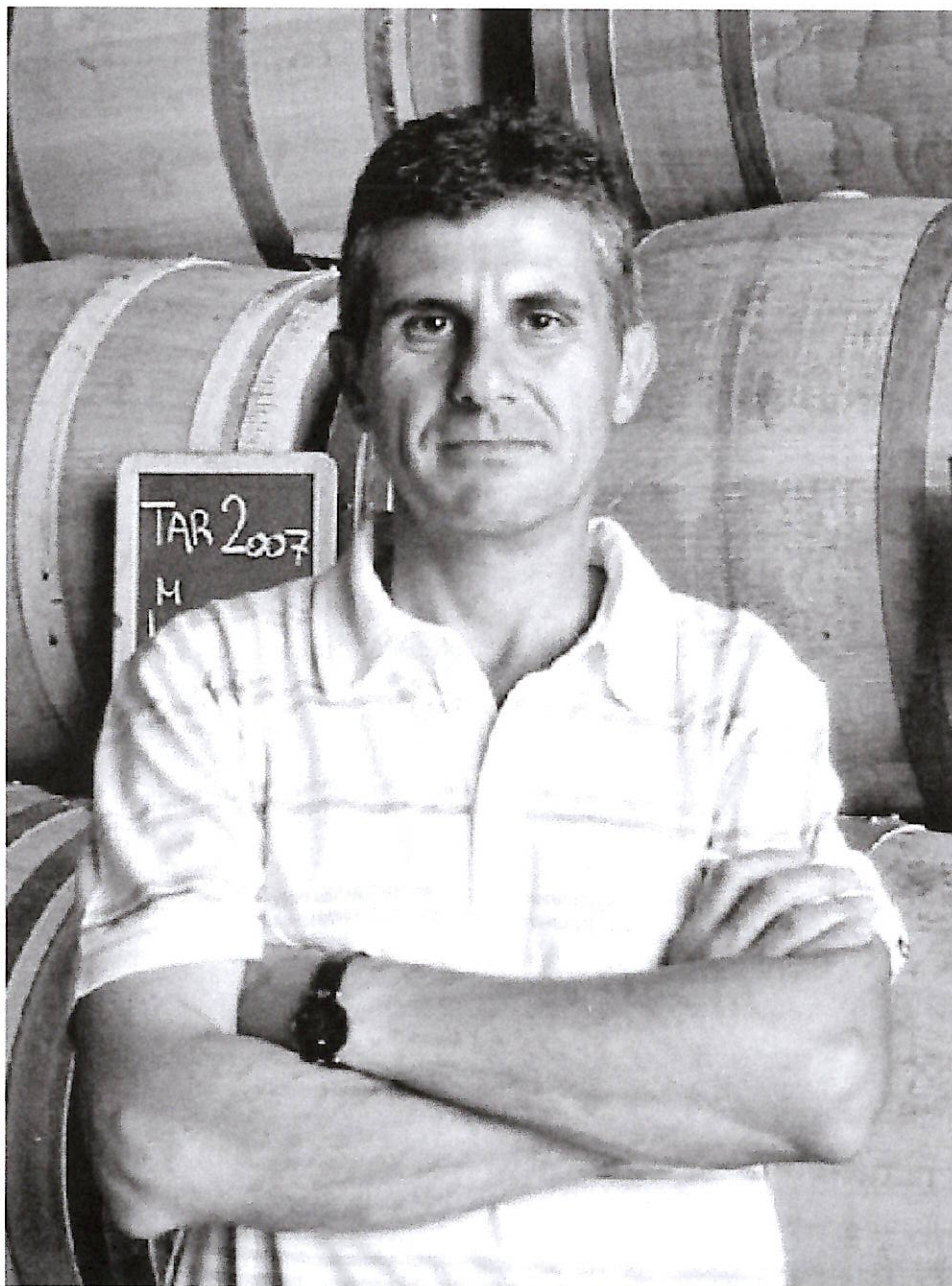
Anche il direttore generale dell'Ismea, Sergio Marchi, ha evidenziato la significativa crescita, a doppia cifra, del Sud in particolare per i vini bianchi, a fronte della stabilità del Nord e del calo del Centro. Marchi ha poi ricordato i notevoli finanziamenti del Governo destinati al settore. Con il V bando dei contratti di filiera il 40% delle risorse del Pnrr è andato al vino (quasi 400 milioni) con un effetto leva che ha raddoppiato il valore degli investimenti.

Il settore ha dunque imboccato la strada giusta. Anche se il mercato è complesso. La campagna 2024-2025 si è chiusa con un lieve incremento dei prezzi (+1% alla produzione) che è il risultato di dinamiche diverse, dal +4% dei vini da tavola al -2% delle Doc-Docg fino al +1% delle Igt. Le giacenze invece sono in linea con gli ultimi anni e non destano particolari preoccupazioni. Ma sui prezzi e sulla remunerazione della filiera Lamberto Frescobaldi, presidente dell'Unione Italiana Vini, ha lanciato l'allarme: «Ci troviamo a fare i conti con difficoltà che non riguardano solo l'Italia, ma tutti i paesi produttori. La qualità del nostro vino è indiscussa, ma anche il buono se è troppo fa perdere valore al comparto». Ma per il presidente dell'Assoenologi, Riccardo Cotarella, «la qualità dei vini, in un momento complesso come quello che stiamo vivendo, diventa un elemento decisivo anche sui mercati e richiede un'attenzione ancora maggiore nella loro preparazione».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

«Un'annata da record ed esportazioni solide»

Il viticoltore campano: siamo un asset del Made in Italy, per ora i dazi non hanno inciso Il governo sosterrà una campagna per il nostro prodotto contro il calo del consumo interno



Luciano Pignataro

«Ogni dato vendemmiale si presta a diverse interpretazioni, dipende da che punto di vista viene valutato e soprattutto in quale contesto storico». Il Cavaliere del Lavoro Piero Mastroberardino conferma il suo stile low profile che non si lascia andare a facili entusiasmi o a considerazioni catastrofiche. Dallo scorso Vinitaly presiede il Tavolo Nazionale di Filiera a cui aderiscono tutti, o quasi i protagonisti del mondo del vino.

Toccare dopo tanti anni di nuovo i 48 milioni di ettolitri e distanziando di gran lunga i nostri competitor francesi e spagnoli mi sembra comunque un segnale incoraggiante.

«Il 4 agosto ci siamo incontrati con il governo e per la prima volta abbiamo avuto il piacere di avere alla riunione, oltre ai ministri competenti, anche la presidente del Consiglio Giorgia Meloni. Si è trattato di una riunione molto

proficua con il massimo livello istituzionale, pronto ad ascoltarci, e con la volontà di analizzare la situazione e adottare contromisure».

Ripartiamo allora dai dati resi noti ieri.

«La premessa è che nel valutare ogni vendemmia bisogna dividere l'aspetto produttivo da quello commerciale. Sicuramente possiamo parlare di una gran bella annata in tutta la Penisola con un risultato di gran lunga migliore rispetto a quello delle ultime quattro vendemmie e soprattutto tutti siamo contenti della qualità dell'uva sino a qui raccolta. Anche in Irpinia, dove ovviamente non abbiamo ancora cominciato siamo molto soddisfatti dell'andamento».

Passiamo allora all'aspetto commerciale. Qui la situazione appare decisamente più problematica.

«Non c'è dubbio che il consumo di vino sia in forte calo nel nostro Paese. Le ragioni sono molteplici e vanno dal cambiamento dello stile di vita al terrorismo salutista, dall'aumento dei prezzi nei ristoranti alla paura dell'alcol test. Il tutto in un contesto di riduzione dei consumi generalizzato».

Dunque, avere più uva non serve a molto se le cantine sono ancora piene di bottiglie della vendemmia del 2024.

«Molti territori italiani sono alle prese con queste problematiche, soprattutto quelli legati alla produzione di rossi dove si registrano le maggiori contrazioni di vendite. In questi casi, la ricetta più facile sarebbe ridurre l'offerta espianando vigneti, come hanno fatto in Australia e come è accaduto anche in Francia, ma noi abbiamo espresso una posizione assolutamente contraria a questa soluzione».

Per quale motivo?

«In primo luogo perché la contrazione dei consumi riguarda soprattutto il mercato interno italiano. A livello di domanda internazionale non siamo in una situazione allarmante. Ci sono contingenze internazionali difficili, come la guerra alle porte dell'Europa, ma i risultati del mercato americano sono molto confortanti. Il problema dunque è il mercato italiano, alla cui contrazione non si può rispondere semplicemente puntando sull'export».

Se l'export e la riduzione degli ettari vitati non sono la soluzione cosa fare?

«L'export non è una soluzione perché va già bene e diventa difficile prevedere forti incrementi tali da compensare la riduzione della domanda interna. Al tempo stesso espianare viti significa certificare il declino della viticoltura in Italia e noi questo non lo vogliamo assolutamente perché abbiamo una storia vitivinicola di quasi tremila anni e il vino rappresenta un asset del made in Italy a tavola in tutto il mondo».

Quale può essere allora la soluzione?

«Nella riunione del 4 agosto abbiamo chiesto e ottenuto dal governo un impegno a sostenere una massiccia campagna interna a favore del vino italiano. Situazioni di espianamento possono essere adottate in zone che versano in particolari situazioni, ma non può essere la chiave di una politica generale da adottare. Abbiamo chiesto al governo una forte campagna che rimetta il vino al centro del nostro immaginario collettivo e non faccia sentire in colpa chi lo consuma moderatamente».

Il governo come ha risposto a questa richiesta?

«Molto positivamente, mi sembra consapevolezza comune di Giorgia Meloni e dei ministri che è il momento di invertire la rotta anche con investimenti capaci di orientare il consumo interno rimettendo al centro il vino. Il 16 settembre ci rivedremo e sapremo nel concreto anche la dimensione finanziaria di questo impegno».

C'è anche la questione dei dazi.

«Anche di questo si è parlato. Al momento non hanno inciso per nulla sul prezzo del vino italiano negli States. Diciamo che ha pesato più il clima di incertezza che la possibilità di subire questa misura. Al momento la trattativa è in corso e la presidente Meloni ci ha trasmesso ottimismo sull'esito finale mettendo sul campo anche l'eventualità a noi più favorevole, ossia il mantenimento dello status quo. Vedremo».

Insomma, la vera battaglia del mondo del vino va combattuta nel fronte interno.

«Non c'è dubbio. Ed è la convinzione di tutto il Tavolo Nazionale di Filiera. Io sono cautamente ottimista, ma bisogna affrontare di petto la questione come abbiamo fatto sempre, a cominciare dal 1986 quando ci fu la catastrofica crisi del metanolo. Supereremo anche questo momento buttando, come si dice, il cuore oltre l'ostacolo».

© RIPRODUZIONE RISERVATA