

FOCUS



## BOLLICINE A VINITALY

Crescono le vendite in Stati Uniti e Canada «Ma in Estremo Oriente c'è ancora molto da fare»

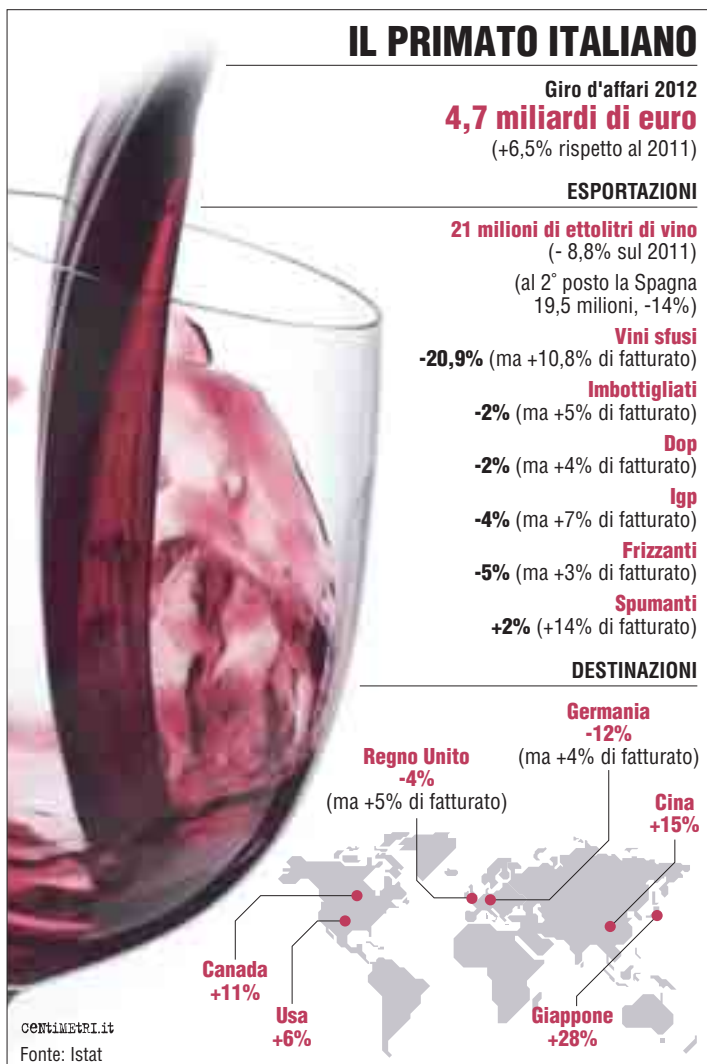
**M**eno ettolitri esportati, ma nuovi record di fatturati: il vino italiano domina ancora una volta i mercati mondiali. Nel 2012 è cresciuto il giro d'affari legato all'export di vini tricolore: 4,7 miliardi di euro di introiti (+ 6,5% rispetto al 2011), nonostante una riduzione importante dei volumi esportati (21 milioni di ettolitri di vino, l'8,8% in meno del 2011). Il vino nostrano è protagonista al Vinitaly, inaugurato ieri alla Fiera di Verona.

Gigi Padovani

ROMA - David Lorenzini arriva da Pittsburgh, Pennsylvania: suo padre Rico, emigrato negli Stati Uniti da Montecatini alla fine degli Anni 50, ora gestisce un rinomato ristorante di cucina italiana. David, come tanti altri americani (lui è nato negli States), è giunto al Vinitaly di Verona per riuscire a importare qualche nuovo vino tricolore, perché - dice - «i miei clienti vengono da noi per i nostri piatti ma soprattutto per le nostre bottiglie». Così si ferma allo stand di José Rallo, titolare della casa siciliana Donnafugata (270 ettari per 2,3 milioni di bottiglie l'anno), a «Opera Wine», manifestazione organizzata dalla rivista Usa Wine Spectator, la Bibbia dei winelovers di tutto il mondo anglosassone, e le chiede, ammiccando: «Please, non fermate i vostri vini a New York, fateli arrivare anche nella piccola Pittsburgh!». E' uno dei tanti dialoghi che si possono cogliere nel primo giorno della grande kermesse enoica apertasi ieri a Verona, che sabato ha avuto un'anteprima Vip con i cento migliori produttori italiani invitati nel palazzo della Gran Guardia, nel centro della città veneta.



**IN MOSTRA** Vinitaly ha aperto i battenti alla Fiera di Verona alla presenza del ministro delle Politiche agricole Catania e del vicepresidente della Commissione Ue Antonio Tajani



# L'ITALIA BRINDA (ma all'estero di più)

*Vola l'export dei vini, mentre i consumi interni faticano  
Calano le quantità, boom del fatturato: +6,5% sul 2011*

Mentre i consumi degli italiani arrancano, causa crisi, con un calo ormai al di sotto della soglia dei 40 litri pro-capite l'anno (erano 60-70 una decina di anni fa), il nostro export enoico vola a gonfie vele. Lo ha ribadito all'inaugurazione il ministro delle

Politiche Agricole, Mario Catania: «Siamo fortissimi sui mercati storici, come Usa e Germania, ma siamo indietro nei nuovi mercati, come Asia e Cina». E il presidente di Veronafiere, Ettore Riello, aggiunge: «Con 385 mila imprese, un fatturato ag-

gregato di 10 miliardi di euro e un export che vale 4,7 miliardi, il settore vitivinicolo sta meglio di altri». Le imprese però chiedono meno burocrazia e più sinergie, per cercare di confermare anche nel 2013 gli ottimi risultati dell'anno scorso, con un aumen-

to dell'export del 6,5% sul già buono 2012, come rilevano i dati Ismea. L'Italia è leader nel mercato statunitense e tedesco: negli Usa ha una quota del 29% del mercato, prima di Francia e Australia. Dopo Stati Uniti, Regno Unito e Germania si

stanno affermando, come grandi importatori mondiali, anche Russia e Cina. Le grandi famiglie italiane del vino confermano l'ottimismo. Il marchese Nicolò Incisa della Rocchetta, che con il suo Sassicaia a 140 euro la bottiglia ha conquistato il mondo (240 mila pezzi del 2009, già tutti venduti): «In un momento di crisi si vendono meglio le etichette più conosciute». Riccardo Illy, che a Montalcino produce il Brunello Mastrojanni: «Con i cinesi abbiamo tanti contatti interessanti». Dal Piemonte Rossana e Gaia Gaja, le figlie del grande Angelo Gaja che ha imposto il Barberesco agli americani e ai tedeschi, per l'80 per cento vendono all'estero, ma confidano ora anche nell'Italia: «Milano è ripartita, dopo brutte annate: dobbiamo essere ottimisti, la gente ha voglia di ripartire». Più critica Marilisa Allegrini, che in Veneto produce 4 milioni di bottiglie (85% quota estera), che è stata da poco eletta presidente delle Famiglie dell'Amarone d'Arte: «In Asia siamo all'inizio, dobbiamo ancora fare molta strada: i francesi sono arrivati prima e hanno saputo fare sistema, qualità che a noi manca».

E gli italiani? Si consolano con la «Guida al Vino Quotidiano», presentata ieri a Vinitaly da Slow Food: 365 vini a meno di 10 euro. Dicono i curatori: «Lunga vita a queste etichette, perché senza di loro la nostra tavola sarebbe più triste». Vinitaly, con 4200 espositori da 20 Paesi, chiuderà domani. E oggi il governatore della Lombardia, Roberto Maroni, sarà a Verona per rilanciare il «vino lombardo». Domani, con Oscar Farinetti, il patron di Eataly, arriva anche Matteo Renzi, per un dibattito con il sindaco di Verona Flavio Tosi.

## Intervista

a **Leonardo Frescobaldi**  
presidente cantina Frescobaldi

**Marchese Frescobaldi, lei è una delle «firme» più note del nostro vino nel mondo: come vanno gli affari?**

«Noi produciamo 10 milioni di bottiglie l'anno, per il 70% vendute all'estero. Se vogliamo crescere ancora, dobbiamo puntare sull'export. Come azienda siamo presenti in 86 Pa-



**MARCHESE** Leonardo Frescobaldi, presidente delle omonime cantine

## «Il vero segreto? Mantenere alta la qualità»

*Il produttore Frescobaldi: la tradizione è importante, le famiglie sono un brand forte*

esi e io viaggio dagli Anni 70 per far conoscere i nostri prodotti».

**Siete produttori da 30 generazioni: una caratteristica riconosciuta anche all'estero?**

«Questa nostra lunga storia, che risale al XIV secolo, è un valore che viene apprezzata nel mondo: amano sapere che dietro a un'etichet-

ta di Chianti c'è una famiglia. Certo servono i buoni manager, senza i quali non potremmo competere con i concorrenti, ma questa nostra immagine tutta italiana è vincente».

**Ora sono di moda i vini biologici e naturali: che ne pensate in azienda?**

«Con mio nipote

Lamberto, vicepresidente del gruppo, ci siamo sempre dedicati con grande rispetto per la natura, nei nostri vigneti. E' importante però che l'identità e la qualità non vengano meno. Si riducono anche i solfiti, in cantina, e questo è un bene. Anche perché il 90 per cento dei vini vengono bevuti

nell'anno in cui sono prodotti, quando l'anidride solforosa è più avvertibile e può produrre il classico mal di testa: siamo tutti impegnati a ridurre la SO<sub>2</sub>, in cantina, con nuove metodologie di produzione, quasi chirurgiche. A tutto vantaggio dei consumatori».

(G.Pad.)