

Vinitaly 2019 nel segno dell'ebitda margin. E crescono i buyer esteri

di Manuel Follis

Il mondo del vino marcia compatto verso una maggiore qualità (e quindi redditività) e con l'occhio sempre più rivolto all'estero. Sono alcuni dei temi emersi nel corso della 53esima edizione di Vinitaly, «la più grande di sempre con 4.600 aziende, 130 in più dell'anno scorso, e 100mila metri quadrati espositivi netti», come ha sottolineato il presidente di Veronafiere, Maurizio Danese. Il numero di presenze (125 mila da 145 nazioni) è stato lo stesso del 2018, ma «i top buyer internazionali sono aumentati del 3%», ha spiegato il direttore generale di Veronafiere, Giovanni Mantovani. Il dato certifica la rotta verso l'estero intrapresa da anni dal mondo del vino, confermata dal lancio della nuova piattaforma di promozione Wine To Asia, che sarà attiva dal 2020 in Cina, a Shenzhen. Un'operazione che punta a intercettare parte della domanda globale di vino dell'Asia Orientale che oggi vale 6,45 miliardi. La top five di Vinitaly delle provenienze vede in testa gli Stati Uniti (+2%) seguiti da Germania (+4%), Regno Unito (+9%), Cina (+3%) e Canada (+18%), mentre il Giappone incrementa dell'11% il numero dei buyer. Parallelamente, qualcosa si muove anche sul mercato italiano, che secondo l'indagine realizzata dall'osservatorio Vinitaly-Nomisma Wine Monitor, per valore dei consumi è il quarto al mondo dopo Usa, Francia e Regno Unito: un mega-vigneto da 650mila ettari, con 406 vini a denominazione, 310mila aziende e un valore al consumo di 14,3 miliardi, in crescita del 2,8% a valore a fronte di una leggera flessione (-0,4%) dei volumi. In generale, Vinitaly 2019 ha confermato il lento ma progressivo spostamento verso il mondo del business, apprezzato dagli espositori, che a loro volta come

evidenziato dai dati sul mercato italiano, stanno iniziando a lavorare su investimenti e marketing per migliorare la marginalità media dei bilanci. Una tendenza, questa, che emerge guardando agli investimenti stanziati dalle aziende o dai consorzi da nord a sud. Il Consorzio di tutela Vini Doc Sicilia, già protagonista nel 2018 con 80 milioni di bottiglie di vino prodotte, punta a crescere con una previsione di 100 milioni di bottiglie a fine 2019. Risultati dovuti sicuramente alla presenza più capillare al di fuori dei confini nazionali (in particolare Usa e Germania) ma anche alla crescita in Italia. I dati emersi dalle ricerche condotte in collaborazione con Nielsen e Wine Intelligence hanno infatti mostrato come nel corso del 2018 la Doc Sicilia abbia registrato un'accelerazione per il segmento (+20%), sia nella Distribuzione Moderna sia nel canale Discount a fronte di una pressione promozionale stabile. La Lombardia, il cui padiglione con circa 90.000 visitatori si è confermato il primo per numero di passaggi, sta invece puntando sul bio. Nell'ultimo decennio la superficie destinata alla coltivazione di vite in regime bio o in conversione è infatti quadruplicata, passando dai 981 ettari censiti nel 2009 ai 3.945 ettari registrati nel 2018 (+402%). Investimenti come detto che mirano a impattare sull'ebitda margin. Un'indagine Nomisma Wine Monitor condotta per i due consorzi marchigiani (Istituto marchigiano di tutela vini e Consorzio vini piceni) ha ad esempio evidenziato come ogni milione di euro investito dalle Marche in promozione abbia generato un ritorno nell'export per 7,5 milioni. Tra i risultati c'è che «rispetto a tre anni fa, registriamo finalmente un aumento del 6% del prezzo medio del Verdicchio, sia in Italia che all'estero», ha spiegato il direttore dell'Imt, Alberto Mazzoni. (riproduzione riservata)

