

ASSEMBLEA GENERALE DEI SOCI DEL CONSORZIO VINO CHIANTI FIRENZE 22 GIUGNO 2018



Presieduta dal Presidente Giovanni Busi si è tenuta in Firenze in data 22 giugno 2018 l'Assemblea Generale Ordinaria dei Soci del Consorzio Vino Chianti per esaminare l'attività consortile svolta nel 2017, gli andamenti delle produzioni e delle vendite e dei prezzi di mercato del vino chianti, nonché i possibili scenari futuri che possono interessare la Denominazione.

Il Presidente Busi nel suo intervento introduttivo ha delineato i principali aspetti della Denominazione in riferimento a quelle che sono le caratteristiche produttive dei vigneti chianti, a quelle che sono le peculiarità del mercato del vino chianti caratterizzato purtroppo da una troppo frequente oscillazione dei prezzi dello sfuso che, quando scendono oltre una certa soglia mettono in gravissime difficoltà le aziende vitivinicole, fino alle difficoltà derivanti da un mercato sempre più indirizzato verso la grande distribuzione organizzata ove il fattore prezzo costituisce un importante elemento di riferimento, nonché quali potrebbero essere i paesi U.E. ed extra U.E. su cui concentrare le iniziative

promozionali per acquisire nuovi mercati. Non sono state tralasciate osservazioni sul sistema dei controlli in campo e critiche sui pesanti ritardi che si registrano a livello ministeriale per l'uscita dei bandi per l'OCM Promozione che renderebbero impossibile programmare attività a sostegno della Denominazione nel periodo autunnale. Sono state altresì tracciate le linee future che il Consorzio ed i Soci dovranno affrontare che di seguito sintetizziamo:

- **completamento rifacimento totale dei vigneti:** incentivazione, grazie all'aumento del contributo O.C.M. ristrutturazione vigneti, accompagnato possibilmente dai prodotti finanziari;
- **miglioramento qualità del prodotto:** per buona parte, il prodotto che si origina dai vecchi vigneti, presenta una qualità non corrispondente a quella richiesta dal mercato e determina prezzi minimi di mercato, che trascinano verso il basso anche le produzioni di qualità medio-alta;
- **aumento dimensione aziendale:** i dati del "vigneto Chianti" dimostrano, in maniera inequivocabile, una situazione preoccupante, con una unica soluzione, pena la perdita di queste realtà nel giro di pochi anni, che va nella direzione dell'aggregazione con adesione a strutture collettive, che permettano loro di fare massa, ed avere più peso nella gestione dell'offerta;
- **settore trasformazione:**

necessita di continui investimenti per il miglioramento della qualità. Un ruolo importante è svolto dal mondo della cooperazione;

- **distribuzione:** poco meno del 70% del prodotto Chianti viene esportato, anche se spesso a prezzi bassi, che a cascata si riversano in modo negativo sulla fase della produzione. Nonostante che solo una quindicina di aziende, distribuiscono il 50% del Vino Chianti, non si riesce a fare sistema, ed ognuna tende ad acquisire nuove fette di mercato, basandosi quasi esclusivamente su offerte al ribasso;
 - **miglioramento immagine del Chianti:** si conferma come il prodotto che ha fatto conoscere il vino italiano nel mondo, anche se continua a soffrire per una vecchia immagine di prodotto a basso costo, rispetto agli altri concorrenti italiani e francesi;
 - **ricerca di nuove tipologie di prodotto:** in questo inizio 2018, si è dato avvio ad una prericerca di mercato, incaricando l'Agenzia NOMISMA, per verificare se da parte dei consumatori ci sia interesse verso altre tipologie di prodotti sotto l'"ombrello" della Denominazione Chianti. I risultati saranno sottoposti al Consiglio e ai Soci, per tutte le valutazioni del caso.
- Hanno fatto seguito interventi dei Soci presenti rimarcando alcune criticità con l'Organismo di Controllo TCA srl ed il ruolo che deve avere il Consorzio nella regolamentazione dell'offerta.



INSEDIAMENTO DEL NUOVO MINISTRO GIAN MARCO CENTINAIO: TRA LE PRIORITÀ, LOTTA ALLA CONTRAFFAZIONE E REDDITO DEGLI AGRICOLTORI

Il neo Ministro Gian Marco Centinaio si è insediato al Palazzo dell'Agricoltura, sede del Mipaaf, nella giornata del 4 giugno. Lo ha reso noto il Ministero in una nota, sottolineando che Centinaio ha incontrato i Capi Dipartimento e i vertici degli organismi di controllo collegati al Mipaaf (Ispettorato repressione frodi - ICQRF, Carabinieri del Comando unità tutela forestale ambientale e agroalimentare e del Nuclei Antifrodi - NAC e Capitanerie di Porto - Guardia Costiera). "Il primo impegno è la difesa del Made in Italy agroalimentare - afferma il Ministro Centinaio - contro le contraffazioni e l'italian sounding. Faremo sentire la nostra voce e lavoreremo in sinergia con le associazioni di categoria, difendendo il lavoro

e il reddito dei nostri agricoltori, allevatori e di quanti ogni giorno si impegnano per portare in alto il nome dell'Italia in questo comparto"

Per quello che riguarda l'Agricoltura, il Governo ha scelto solo due sottosegretari: si tratta di Franco Manzato, consigliere regionale del Veneto e già assessore regionale all'Agricoltura e Alessandra Pesce, già dirigente e capo della segreteria tecnica del ministero delle Politiche Agricole.

ENTRA IN VIGORE IL NUOVO REGOLAMENTO SU PRODUZIONE BIOLOGICA ED ETICHETTATURA DEI PRODOTTI BIOLOGICI

Sulla Gazzetta Ufficiale dell'Unione Europea - GUUE- n. (L150), è stato pubblicato il Regolamento (UE) 2018/848 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 30 maggio 2018, relativo alla produzione biologica e all'etichettatura dei prodotti biologici che abroga il precedente Regolamento (CE) n. 834/2007 del Consiglio. Pur entrando in vigore a tre giorni dalla pubblicazione, **le nuove norme si applicheranno a decorrere dal 1° gennaio 2021**. Per quanto riguarda le produzioni vinicole, nel provvedimento vengono stabilite

norme aggiuntive dettagliate di produzione, specifiche per il vino biologico, partendo dall'assunto che quest'ultimo dovrebbe essere interamente prodotto a partire da materie prime biologiche, con la sola aggiunta di taluni prodotti e sostanze autorizzati a norma del Regolamento stesso. ***Pertanto, l'uso di talune pratiche, processi e trattamenti enologici nella produzione di vino biologico viene vietato, mentre altre pratiche, processi e trattamenti sono consentiti a condizioni ben definite.***

Per gli interessati si riporta di seguito il link per scaricare il testo del Regolamento comunitario.

https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/?uri=uriserv:OJ.L_.2018.150.01.0001.01.ITA&toc=OJ:L:2018:150:TOC



(Mosca)

AUTORIZZAZIONI AI NUOVI IMPIANTI: RICHIESTE PER 63.500 ETTARI VITATI, 6.522 QUELLI DISPONIBILI

Ammontano a 63.500 ettari le richieste di autorizzazioni per nuovi impianti viticoli arrivate dagli imprenditori del vino al Ministero delle Politiche Agricole. Il minimo storico, dopo i 77.000 del 2016 ed i 163.000 del 2017, ma comunque sempre dieci volte superiore ai 6.522 ettari disponibili (pari all'1% della superficie vitata nazionale, limite imposto dal sistema autorizzativo entrato in vigore nel 2016). Da Puglia e Sicilia, in particolare, c'è stato un "boom" di richieste. Un sistema, quello delle autorizzazioni, certamente passibile di migliorie, in cui il ruolo delle Regioni assume un peso significativo, vista la possibilità ad esse concessa di porre limiti più stringenti e di individuare le aree viticole più vocate.

REGOLAMENTO 1308/2013 - OCM RISTRUTTURAZIONE E RICONVERSIONE VIGNETI CAMPAGNA 2018/2019

DELIBERA DELLA GIUNTA REGIONALE TOSCANA N. 644 DELL'11 GIUGNO 2018 IN MATERIA DI SUBENTRO NELLA PRATICA DA PARTE DI UN NUOVO BENEFICIARIO

Con Delibera di Giunta n. 644 dell'11 giugno 2018, in corso di pubblicazione sul BURT della Regione Toscana, si è andati a modificare la precedente Delibera di Giunta n. 543 del 21 maggio 2018 avente per oggetto "Regolamento (UE) n. 1308/2013 - OCM del settore viticolo. Attivazione delle misure della promozione del vino sui mercati dei paesi terzi e della ristrutturazione e riconversione dei vigneti inserite nel Programma nazionale di sostegno per la campagna 2018/2019. Adozione delle disposizioni attuative della misura

della ristrutturazione e riconversione dei vigneti per la campagna 2018/2019", sostituendo il punto 15.1 con il seguente:

"il subentro del beneficiario è consentito esclusivamente successivamente alla approvazione della graduatoria dei beneficiari ammissibili da parte di ARTEA, in caso di successione per eredità, conferimento di azienda, fusione, divisione societaria, trasformazione societaria, incorporazione societaria, nonché nei casi di forza maggiore e circostanze eccezionali di cui al

comma 2, articolo 2 del regolamento (UE) n. 1306/2013 di seguito elencati:

a) decesso del beneficiario; b) incapacità professionale dilunga durata del beneficiario; c) una calamità naturale grave che colpisce seriamente l'azienda; d) una fitopatia che colpisce la totalità o una parte delle colture del beneficiario; e) esproprio della totalità o di una parte consistente dell'azienda se tale esproprio non poteva essere previsto alla data di presentazione della domanda.

SITUAZIONE INTERNAZIONALE COMPARTO VITICOLO STABILE CON PRODUZIONE 2017 SCARSA E SCAMBI NELL'ORDINE DEI 30 MILIARDI DI EURO

Si confermano per O.I.V. i segnali di vivacità del settore

Il quadro internazionale del comparto che viene fatto dall'Organizzazione Internazionale della Vigna e del Vino - O.I.V. - è positivo perché il commercio mondiale sta vivendo uno dei suoi momenti migliori e, l'Italia, nonostante abbia ancora da migliorare il proprio posizionamento in diversi mercati, sta svolgendo un ruolo da protagonista ed anche il mercato interno dopo anni di regressione, è tornato ad aumentare.

La superficie vitata mondiale, compreso quella destinata alla produzione di uve da tavola e da essiccare, si è attestata a 7,6 milioni di ettari e pare rimanere costante. I paesi viticoli principali sono rappresentati dalla Spagna con un milione di ettari (13%), dalla Cina con il 12% della superficie vitata, dalla Francia con il 10% della superficie vitata, dall'Italia con il 9% della superficie vitata e dalla Turchia con il 6% della superficie vitata che messe assieme rappresentano la metà dei vigneti esistenti. Nel corso del 2017 si è rilevato il rallentamento della crescita cinese (che comunque è cresciuta di 6.000 ettari), il forte calo del

vigneto turco (-20mila ettari), di quello spagnolo (-8mila ettari), mentre per l'Italia, si è registrato un aumento di 5.000 ettari rispetto al 2016. Il vigneto europeo, rispetto all'anno 2000, è diminuito e si è attestato a 3,3 milioni di ettari, così come è diminuito quello turco e quello iraniano, in aumento quello cinese, mentre quello degli USA e del continente australe in sostanziale stabilità.

Dal punto di vista produttivo l'annata 2017, per effetto soprattutto di fattori climatici, che hanno condizionato essenzialmente l'Europa, con l'Italia che ha perso il 17%, con la Francia che ha perso il 19%, con la Spagna che ha perso il 20% e con la Germania che ha perso il 15%, ha toccato il minimo storico dal 2000, con 250 milioni di ettolitri con un calo del 8,6% rispetto al 2016.

Fuori dall'Unione Europea si è invece registrato un aumento della produzione di 3,4 milioni di ettolitri con un + 169% rispetto ad un disastroso 2016.

I consumi mondiali di vino sono stimati da O.I.V. paria a 243 milioni di ettolitri con leggero in-

cremento rispetto all'anno precedente e comunque con un trend crescente ormai dal 2014. Nel 2017 gli USA mantengono il primato dal 2011, come il paese con il maggior consumo di vino, pari a 32,6 milioni di ettolitri, con al secondo posto della Francia con 27 milioni di ettolitri, al terzo posto troviamo l'Italia con 22,6 milioni di ettolitri, a seguire la Germania con 20,2 milioni di ettolitri e la Cina con 17,9 milioni di ettolitri. Questi 5 paesi rappresentano circa il 50% del consumo globale di vino.

Per i consumi pro capite abbiamo valori pari a 43,6 litri per l'Italia, che ci colloca al terzo posto, dopo la Francia con 51,2 litri/pro capite e dopo il Portogallo con 51,4 litri/pro capite.

Nonostante il calo dei volumi prodotti (-3,4%) rispetto al 2016, il mercato internazionale del vino dovrebbe raggiungere un valore di 30,4 miliardi di euro, con un incremento del 4,8% a conferma di un trend positivo iniziato nel 2001.

I vini fermi imbottigliati, passano dal 54% al 57% invertendo la tendenza al ribasso degli anni passati (tra il 2000 ed il

2016 la flessione era andata dal 65% al 54%). La Germania è il mercato con le quote più elevate di import di vini in bottiglia così come il Portogallo, Argentina e Francia. Se si considerano i valori, nel complesso, i vini in bottiglia costituiscono il 72% di tutto l'export. Altro trend da prendere in considerazione per il 2017, è quello legato agli spumanti che, con 8,6 milioni di ettolitri esportati, sono prota-

gonisti della crescita (+11,2% a volume e +8,9 in valore). Italia e Francia detengono rispettivamente il 18% ed il 13% delle quantità esportate. Infine il trend nel 2017 degli sfusi (contenitori oltre 2 litri) esportati continuano ad essere importanti per Spagna, Sud Africa, Cile Australia e USA, ma si riducono drasticamente in Germania, Argentina e Portogallo. Questo settore con il 35% in volume rappresenta solo l'8%

in valore.

L'O.I.V. si è altresì spinto in una stima di produzione dell'emisfero sud del mondo, che vedono in crescita Argentina (+14%), Cile (+19%), Nuova Zelanda (+8,7%), Uruguay (+4%) e cali anche marcati per il Sud Africa (-20%), Australia (-8,7%) e Brasile 8-11,2%), mentre per le stime dell'emisfero nord ad oggi è impossibile fare pronostici.

COMUNICAZIONE DEL VINO IN USA: NON SI TRASCURI PIÙ LA GENERAZIONE X

Negli Stati Uniti, la generazione dei nati tra gli anni sessanta e il 1980, generalmente indicata come Generazione X, è stata per anni trascurata quale destinatario diretto del marketing del vino. Gli appartenenti a questo gruppo erano numericamente meno rispetto a padri e figli appartenenti ad altre generazioni e, oltretutto, si riteneva fossero particolarmente attratti da bevande alcoliche diverse dal vino (è nota la loro passione per i cocktail). Oggi, tuttavia, come hanno suggeriscono Liz Thach, Master of Wine e Distinguished Professor of Wine & Management alla Sonoma State University e la sua collaboratrice Kathi Youngblood, questa prospettiva dovrebbe cambiare. Nel report *New Reasons Why Wine Marketers Should Pay Attention to Generation X* si legge che oggi, non più giovani, gli appartenenti alla Generazione X, rappresentano negli Stati Uniti il 31% di tutti i redditi, e godono - dati 2017 dell'US Department of Labor - di un reddito medio annuo più alto sia dei loro predecessori (Baby Boomers) che dei

Millennials, generazione su cui tende a focalizzarsi da diversi anni il marketing delle bevande alcoliche. Crescendo e maturando, **gli appartenenti alla Generazione X hanno cominciato a bere più vino, si dimostrano disposti a spendere di più per acquistarlo e sono soliti, più frequentemente rispetto ad altri, a fare enoturismo e visite in cantina.** Nel documento vi sono anche alcune indicazioni per una comunicazione del vino più efficiente diretto a questo gruppo di consumatori. In generale, si è notato che chi appartiene alla Gen X è ricettivo sia alla pubblicità più tradizionale che a quella digitale. Frequenta i social network e rimane più fedele a quelli scelti, senza cambiare spesso piattaforma come invece fanno i più giovani. Sono particolarmente attratti dai messaggi pubblicitari legati ai concetti di famiglia, tradizione, sicurezza, salute e fitness e aderiscono con facilità a programmi di fidelizzazione e alle promozioni attraverso buoni sconto.

ITALIA DEL VINO, IN USA +11,3% IN VALORE NEL PRIMO QUADRIMESTRE 2018, MA LA FRANCIA VOLA

Gli Usa camminano, l'Italia resta in testa con una buona andatura, ma altri, come la Francia, corrono veloci e recuperano terreno. È la fotografia del primo quadrimestre 2018 delle importazioni di vino negli States, scattata dall'Italian Wine & Food Institute sui dati dell'Us Department of Commerce. **Nel complesso, gli Stati Uniti hanno importato 3,1 milioni di ettolitri (-4,3% sul 2017), per 1,5 miliardi di dollari, con una robusta crescita in valore (+11,3%).** In questo quadro, **l'Italia, che sui vini fermi imbottigliati resta leader tra i Paesi stranieri, con una quota di mercato del 26,3% in volume e del 31% in valore, ha fatto meglio della media,**

con una sostanziale stabilità nelle quantità spedite in Usa (+0,7%, per 838.270 ettolitri), ed una buona crescita in valore (+11,7%, per 428,9 milioni di dollari). Tra i competitor, però, spicca in positivo la performance della Francia, che cresce più del doppio dell'Italia: +14,2% in volumi (476.980 ettolitri) e +26% in valore (347,5 milioni di euro), la crescita più alta in assoluto. Ma c'è anche chi fa nettamente peggio. Se il Cile perde lo 0,4% in volume (515.530 ettolitri) ed il 4,2% in valore (91 milioni di dollari), l'Argentina e l'Australia crollano: il Paese sudamericano segna -24,3% in quantità (165.940 ettolitri) ed il -6% in valore (79,5 milioni di dollari), "i canguri"

tracollano con un -27,7% in volumi (526.520 milioni di ettolitri) ed un -16,6% in valore (106 milioni di dollari). Boom della Nuova Zelanda: +17,9% in volume (305.690 ettolitri) e +25,7% in valore, a 174,3 milioni di dollari. Nell'analisi del Wine & Food Institute, è presente un capitolo a parte per gli spumanti, con le bollicine italiane cresciute del 16,5% in volume (247.330 ettolitri) e del 31,3% in valore (140,8 milioni di dollari), con una quota di mercato che tocca il 63,1% in volume, ed il 43,4% in valore. Nel complesso, dunque, numeri confortanti in un mercato fondamentale per il vino italiano, che da solo vale un quarto delle nostre esportazioni.

OCM PROMOZIONE - MANIFESTAZIONI DEL CONSORZIO VINO CHIANTI IN RUSSIA A MOSCA E SAN PIETROBURGO - 4 E 6 GIUGNO 2018

Le importazioni di vino italiano in Russia rappresentano un terzo di tutte le importazioni enoiche in Russia. Sulla scorta della ripresa economica russa e del fatto che essa rappresenta un mercato sempre più importante per i nostri vini, nell'ambito del programma OCM promozione consortile, sono state realizzate, fra le altre iniziative extra U.E., anche due tappe in Russia, assieme ad altra compagine di rinomati vini italiani. Il mercato russo, infatti nel 2017, ha visto un incremento delle importazioni del 12,2% in quantità ed addirittura del 37,6% in valore, rispetto al 2016: poco più di 716.000 ettolitri pari a 228,58 milioni di euro, superando la Francia con i suoi 141,26 milioni di euro (+38%) pari a 358.000 ettolitri in volume. La Spagna invece a prezzi ridottissimi vede confermarsi al primo posto come quantità pari a 1,1 milioni di ettolitri pari a 130,86 milioni di euro.

Le giornate di Mosca e San Pietroburgo hanno visto realizzare, per ciascuna tappa, un walk around tasting rivolto ad operatori e stampa al pomeriggio, anticipati al mattino, da incontri B2B, tra importato-

ri locali e aziende associate partecipanti, nonché un seminario rivolto a giornalisti ed operatori di settore, finalizzato ad accrescere la conoscenza della Denominazione Chianti docg.

ANALISI WINE MONITOR: PARTENZA IN CHIAROSCURO PER L'EXPORT VINICOLO ITALIANO 2018

Le esportazioni di vino italiano, nei prossimi anni, continueranno a crescere in Usa e Canada, mentre tra i mercati emergenti, la Cina dovrebbe segnare una svolta positiva e sensibile, così come la Russia, al netto di "imprevisti geopolitici". **E se diverse opportunità arrivano anche dal Giappone, che dal 2019 vedrà entrare in vigore l'accordo di libero scambio con l'UE**, è probabile che le nostre spedizioni di vino **segnino il passo in Germania, dove i consumi complessivi non aumentano, e si stanno spostando sempre più verso le produzioni locali, ed in UK, dove si potrebbero sentire soprattutto gli effetti della Brexit e della svalutazione della sterlina**. Nel complesso, continuerà il trend spumanti, che toccherà anche i mercati emergenti (in particolare Est Europa ed Asia), ancora marginalmente coinvolti in questo boom. E proprio dalle bollicine, nella prima parte del 2018, arrivano i segnali di maggior vitalità, mentre i vini fermi imbottigliati continuano a segnare il passo un po' ovunque. Un quadro in chiaroscuro, dunque, che racconta una complessità in crescita nei mercati mondiali, dove i produttori dovranno fare i conti anche con altri trend, ormai sempre più consolidati: da una lato la crescente richiesta di vini biologici e "sostenibili", che in Italia sono ancora una nicchia (meno dell'1% delle vendite totali, sottolinea Nomisma), ma sono ormai conosciuti e acquistati dal 25% dei consumatori, dall'altro una sempre più evidente spinta verso la "premiumization" dei consumi di vino, soprattutto nel Nord America ed in Europa.

"L'ITALIA DEL VINO ESPLORI NUOVI MERCATI": IL 54 PER CENTO DELL'EXPORT SI CONCENTRA SU TRE PAESI

Poco più della metà delle nostre produzioni va negli Stati Uniti, in Germania e nel Regno Unito. Nodo prezzi: nei paesi in cui siamo molto presenti, sono troppo bassi rispetto alla concorrenza

L'export del vino italiano cresce, nel 2017 ha sfiorato il record di 6 miliardi di euro, ma presenta luci e ombre, a partire dalla scarsa diversificazione degli orizzonti di mercato contro la quale, secondo l'analisi Mediobanca presentata all'assemblea annuale di Federvini, "l'Italia deve ritrovare lo spirito dei suoi grandi esploratori. Anche perché il coraggio dei pionieri viene premiato dai buoni prezzi spuntati in nuovi mercati".

Il nostro export vitivinicolo - ha precisato il responsabile Area Studi Mediobanca Gabriele Barbaresco - si concentra per il 54% in soli tre Paesi: Stati Uniti, Germania e Regno Unito.

Essere poco diversificati può essere rischioso anche in aree vicine culturalmente e geografiche come dimostrano incognite imprevedibili, solo tre anni fa, come Brexit e le politiche di Trump. Inoltre, il vino made in Italy, dove conta di più si fa pagare meno: negli Stati Uniti e sul mercato inglese e tedesco una bottiglia italiana si vende a un prezzo medio di 3 dollari, la media nelle altre aree di sbocco è 3,8 dollari. Un paradosso, e il contrario di quel che avviene per i vini francesi; noi laddove siamo più presenti spuntiamo listini più bassi e ci facciamo poco. La nostra capacità di creare valore ha un potenziale inespresso". Numeri alla mano, "siamo assenti o sotto tono in tutto l'Emisfero

Sud - ha sintetizzato il direttore di Wine Monitor Denis Pantini - e nei mercati in cui l'Italia è più presente, il prezzo del prodotto è mediamente più basso rispetto ai mercati secondari. Secondo le stime di Nomisma sia per i bianchi fermi sia per i rossi fermi il prezzo medio italiano è più basso sia nei confronti di Francia (2,8 euro a litro contro 4,69 sui bianchi; 4,37 contro 5,36 sui rossi) sia nei riguardi della Nuova Zelanda (4,93 a litro per i bianchi e 7,71 per i rossi). Il rischio è di perdere una visione d'insieme tralasciando di esplorare aree geografiche più eccentriche, più rischiose ma anche a tasso di sviluppo potenziale maggiore (Sud America, Africa Australe, Sud Est Asiatico e Oceania)".

RAPPORTO ISMEA SUL SETTORE VINO ITALIANO 2017 SINTESI DELLE CARATTERISTICHE PRINCIPALI

A Roma è stato presentato in data 13 aprile u.s. il punto sul settore del vino Italiano nelle sue varie sfaccettature produttive e di mercato.

Nell'anno 2017, l'Italia ha mantenuto il **primato produttivo internazionale con 42,5 milioni di ettoltri, ottenuto su 652.000 ettari di superfici vitate**, che l'hanno posta avanti a Francia e Spagna, nonostante l'andamento climatico abbia influito negativamente sulle produzioni di uve pressoché in tutta la penisola. **La struttura produttiva vede 310.000 aziende agricole di cui quelle vinificatrici assommano a 46.000**, con un trend negli ultimi anni nella direzione della concentrazione della fase produttiva che ha permesso il raggiungimento di una dimensione media di due ettari ed altrettanta spinta verso la concentrazione l'abbiamo registrata nella fase della trasformazione. **Il vigneto Italia conta 526 fra DOP e IGP di cui 408 DOP e 118 IGP con una produzione certificata di 25 milioni di ettoltri complessivi di cui 14,5 milioni di ettoltri come DOP e 9,3 milioni di ettoltri come IGP.**

L'Italia è seconda esportatrice mondiale di vino dietro alla Francia in termini di fatturato e dietro alla Spagna in termini di volumi. Le esportazioni hanno raggiunto il valore record

di 6 miliardi di euro (+6% sull'anno 2016, con una ripresa delle esportazioni che si sono attestate su 21,5 milioni di ettoltri. Il settore vino pesa nelle esportazioni agroalimentari pari al 15%.

Il peso delle esportazioni dei vini a DOP è rappresentato da 8,2 milioni di ettoltri pari ad un fatturato di euro 3,5 miliardi, quelli dei vini IGP è rappresentato da 6,8 milioni di ettoltri pari ad un fatturato di euro 1,8 miliardi, e per gli altri vini è rappresentato da 6,4 milioni di ettoltri pari ad un fatturato di euro 740 milioni.

L'Italia è il primo esportatore in volume nei seguenti mercati di sbocco: USA, Germania, Regno Unito, Svizzera e Canada. Guardando i flussi in valore, le cantine sono in testa in Germania, Russia e Svizzera, nel Far East l'export italiano si colloca al quinto posto sia in volume che valore. Nel mercato cinese ha raggiunto il terzo posto, sia in volume che in valore in Giappone.

I mercati extra U.E. sono cresciuti molto nell'ultimo decennio, passando dal 45% al 49% nel 2017 in valore e dal 27% al 34% in volume. La domanda interna dopo un periodo di regresso ha ripreso a salire nel 2015 fino ad arrivare ai 22 milioni di ettoltri nel 2016.

DENOMINAZIONE, PREZZO E REGIONE: I CRITERI PER SCEGLIERE UN VINO AL SUPERMERCATO

Quali sono i criteri utilizzati per la scelta del vino dai consumatori che lo acquistano nei supermercati? **prima di tutto formato, colore e denominazione di origine. Poi il prezzo ed infine la regione di appartenenza.**

E gli acquisti di vino nella grande distribuzione sono rilevanti: 8 milioni di ettoltri per un fatturato di 2,5 miliardi di euro. I più acquistati sono i vini a denominazione d'origine e i vini tipici regionali, mentre avanzano i vini biologici (5,3 milioni di bottiglie). **Il formato preferito dai consumatori è la bottiglia da 0,75cl mentre il brik è in flessione e sono sempre più graditi nuovi formati come la mezza bottiglia (+21,3%) e il bag in box (+13,8%).** Lo riferisce la ricerca dell'Istituto di ricerca IRI sul mercato del vino nella grande distribuzione nel 2017, presentata

a Vinitaly nel corso della tavola rotonda su vino e Gdo organizzata da Veronafiere, tradizionale momento di confronto tra cantine e catene distributive.

In un trend che da anni vede scendere i consumi di vino degli italiani che però cercano sempre più la qualità, la grande distribuzione ha migliorato sensibilmente la propria offerta come ha fatto notare nel corso della tavola rotonda la rappresentante di Federvini, Roberta Corrà (anche Direttore generale di Gruppo Italiano Vini): "È indubbio il fondamentale ruolo giocato dalla Gdo nell'evoluzione del settore vitivinicolo, una crescita non solo numerica, ma anche di qualità. È aumentata la sensibilità per prodotti di prestigio con prezzi anche elevati, con marche note, profondamente legate al territorio. Questo

in risposta al cambiamento delle esigenze del consumatore".

Un giudizio condiviso dal Consigliere nazionale di Unione Italiana Vini, Enrico Zanoni, (anche Direttore generale di Cavit): "Registriamo negli anni una costante 'premiumizzazione' della domanda, come evidenziato dalla crescita dei vini a denominazione d'origine e dei vini fermi a connotazione regionale, i cui primi 10 vitigni pesano circa per il 30% dei consumi totali".

Altro focus della tavola rotonda è stato l'acquisto di vino italiano dei consumatori nei supermercati degli Stati Uniti d'America: qui si spendono circa 1 miliardo di dollari l'anno per i vini italiani; un terzo circa delle bollicine, ed un terzo dei vini fermi, venduti in questo canale sono italiani.

“Gli americani differenziano molto la scelta del vino in base alla modalità di consumo (a tavola in casa, compleanni, ospiti a casa, ricorrenze) - ha spiegato Marc Hirten, Presidente di Frederick Wildman, società Usa che distribuisce vino italiano - e, se in enoteca acquistano vini blasonati come il Barolo, i Super Tuscan, il Brunello, il Franciacorta o l'Amarone, acquistano regolarmente sugli scaffali del supermercato comunque i vini italiani, la cui gamma d'offerta si è molto ampliata negli ultimi anni”.

Tra i vini più acquistati nella Gdo statunitense troviamo il Prosecco, il Pinot Grigio, il Chianti, il Lambrusco, la Barbera, il Primitivo, il Gavi, il Rosso di Montalcino, il Nero d'Avola, il Dolcetto, il Trento Doc ed altri ancora. Alla tavola rotonda hanno partecipato tre grandi catene distributive: Coop, Conad e Carrefour. Alessandro Masetti, Responsabile Settore Shelf Stable Food & Beverage di Coop Italia, ha illustrato

l'esperimento di co-branding con le cantine che Coop ha sperimentato sul proprio marchio di punta: “Non parliamo di etichette dedicate, ma di vini dedicati. La logica non è quella di un prodotto industriale ma artigianale, realizzato su quantità limitate, utilizzando le migliori tecniche di vinificazione, seguendo la raccolta in vigna su appezzamenti dedicati e facendoci supportare nella scelta finale del prodotto da un ente esterno autorevole come l'AIS per meglio rappresentare le particolarità territoriali”.

L'impegno della Gdo nel settore vino è notevole, come ha sottolineato Alessandra Corsi, Responsabile marketing dell'offerta e sviluppo dei prodotti a marchio di Conad: “Si pensi all'ampliamento e valorizzazione della qualità dell'offerta, con l'utilizzo delle diverse leve del retail mix: assortimento, promozionalità, esposizione, Marca Commerciale. E poi c'è una sempre più forte riscoperta dell'italianità, testimoniata dalla crescita continua di vi-

tigni che in precedenza erano localizzati esclusivamente nei territori di vocazione”. Infine, grande attenzione ad un settore in crescita come quello del vino biologico, come riferito da Gianmaria Polti, Responsabile Acquisti Beverage, Carrefour Italia: “I vini biologici sono ormai una realtà su cui anche le cantine stanno convertendo alcune produzioni e noi, già da tempo, stiamo dedicando uno spazio e una numerica di referenze rilevante all'interno dei nostri assortimenti sia nelle grandi superfici ma anche nei negozi di prossimità”.

Tuttavia, la Gdo può fare ancora molto nel campo della comunicazione del vino, come ha sottolineato Luigi Rubinelli, Direttore di Retail Watch e moderatore della tavola rotonda: “Il reparto dei vini ha bisogno di atmosfera, bisogna crearla, non sempre è sintonica con il prodotto. Poi servono informazioni, in genere ne sono presenti poche, e vanno suggeriti gli abbinamenti col cibo, è veramente raro trovarli”.

COMMERCIO MONDIALE DI VINO: PRIMO TRIMESTRE 2018 IN CRESCITA DEL 5,7% SUL 2017

Valori oltre quota 5,6 miliardi di US\$, in aumento del 17% sul 2017, per il commercio mondiale di vino nel primo trimestre del 2018. Più moderata la crescita a volumi: +3%. Per i vini fermi, che rappresentano il 76% del totale, si sfonda per la prima volta quota 4 miliardi di US\$. Performance straordinaria in Cina, che stacca il Regno Unito posizionandosi come secondo mercato dopo gli Usa. Stabili gli Stati Uniti mentre si registrano tensioni fortissime in UK, dove rallenta anche il Prosecco.

L'UE continua a primeggiare nel commercio agroalimentare globale

Con un valore commerciale dell'agroalimentare pari a € 255 miliardi nel 2017, l'UE conferma per un altro anno la sua posizione di maggiore esportatore e importatore mondiale di prodotti agroalimentari. Secondo la relazione annuale del commercio agroalimentare del 2017 pubblicata nei giorni scorsi, le esportazioni di prodotti agroalimentari dell'Unione hanno raggiunto quota € 138 miliardi nel 2017, con un incremento annuo del 5,1%. A fronte di importazioni per un valore di 117 miliardi di euro, l'UE registra un avanzo commerciale netto di 21 miliardi di euro nel suo commercio agroalimentare. L'intera produzione del settore agricolo comunitario è stimata in 427 miliardi di euro nel 2017. La catena di trasformazione alimentare rappresenta il 7,5% dell'occupazione e il 3,7% del valore aggiunto totale nell'UE. La quota delle esportazioni nella catena del valore della produzione è in continuo aumento e, pertanto, le esportazioni sono un motore per l'occupazione e la crescita per il settore agroalimentare europeo. Il report descrive la situazione relativa ai principali mercati di sbocco, mostrando altresì i benefici derivanti dalla conclusione di accordi commerciali tra Unione e Paesi terzi. **Vini e bevande alcoliche prevalgono nella composizione del paniere agroalimentare export per il 2017 (rispettivamente, con il 9% e l'8% sul totale esportato). In particolare, le esportazioni di vino crescono con un trend (+11,7%) superiore alla media registrata per l'export agroalimentare nel suo insieme (+5,1%).**

WINENEWS SU DATI ISTAT: VINO, IL PREFERITO DAGLI ITALIANI

Sempre meno italiani, nel complesso, bevono bevande alcoliche ed a diminuire è soprattutto la percentuale di chi beve quotidianamente (categoria in cui, ancora, domina il vino), pratica tradizionale soprattutto delle persone più anziane, mentre aumenta il consumo occasionale, soprattutto tra i giovani. Ed il primato del vino, che resta solido, accompagnato dalla birra, è sempre più eroso, seppur lentamente, dal consumo di altre bevande alcoliche. Ecco l'estrema sintesi dei dati Istat estrapolati dall'indagine "Aspetti della vita quotidiana" degli italiani, su un campione di 24.000 famiglie, analizzati da WineNews. In generale, la percentuale di chi ha consumato almeno una bevan-

da alcolica nell'anno, nel 2017, è stata del 65,4%, in calo sul dato 2007 (68,2%). Ancora più netta la diminuzione di chi ha bevuto un bicchiere tutti i giorni (21,4% contro il 29,3%), mentre sono di più coloro che lo fanno occasionalmente (44% sul 38,9%), ed in particolar modo fuori pasto (29,2% sul 25,6%). Diminuisce anche la percentuale di chi consuma solo vino e birra (21% contro 26,3%), e aumenta di chi consuma anche altri alcolici (43,8% sul 39,3%). Il vino, tuttavia, forte del suo fascino, della sua tradizione, e della sua presenza capillare nei territori, anche come attività produttiva resta la bevanda alcolica più consumata: il 52,6% degli italiani lo ha bevuto almeno una vol-

ta nell'anno (contro il 48% della birra ed il 43,8% degli altri alcolici). E nel consumo quotidiano, il vino è assoluto protagonista: il 19% degli italiani lo beve tutti i giorni, contro il 4,9% della birra ed appena lo 0,7% degli altri alcolici. E, probabilmente proprio grazie alla cultura del consumo di vino che si tramanda ancora, almeno in parte, nelle famiglie, in Italia il consumo di bevande alcoliche, nella maggior parte dei casi, è moderato: il 49,5% della popolazione italiana beve con moderazione, ma c'è comunque un 15,9% dei consumatori che è soggetto ad almeno un comportamento a rischio, legato soprattutto al consumo eccessivo fuori dai pasti (48,2%), mentre il binge drinking è un rischio per meno di un italiano su 10 (7,4%).

NEL 2017 LE VENDITE DI VINO IN UK A 5,5 MILIARDI DI STERLINE (+3,6%)

Per Kantar Worldpanel, il commercio enoico del 2017 in terra britannica è stato, nel complesso, un anno positivo e di crescita: gli inglesi hanno speso 5,5 miliardi di sterline in vino, il 3,6% in più del 2016, pari a 193 milioni di sterline in più. Per la prima volta dal 2013, come sottolinea Laura Christen, category analyst di Kantar Worldpanel, "i vini fermi sono cresciuti più

degli sparkling, e questo grazie alla popolarità dei vini bianchi, cresciuti del +4,8%, anche come alternativa allo Champagne. Meglio ancora hanno fatto le bollicine "non tradizionali" (+21,6%), alternative low cost sia allo Champagne che al Prosecco, come il 'Progriglio' della catena della gdo Asda, allo scaffale al 20% in meno di un Prosecco che, come categoria,

è crescita comunque, ma "solo" del 7,4%, contro il +30,1% del 2016". A spingere in alto il giro d'affari del commercio enoico, però, è stata la crescita del prezzo medio più che quella delle quantità vendute. Crescono, al supermercato, sia i vini di marca (+1%) che a marchio (+7,9%), che continuano a scalfire quote di mercato: oggi valgono il 40% del vino venduto allo scaffale.

IL VINO ITALIANO IN CINA CRESCE GRAZIE AGLI INVESTIMENTI IN PROMOZIONE

In un'intervista il Direttore dell'ICE di Pechino, Amedeo Scarpa, sottolinea quanto gli investimenti promozionali in Cina abbiano prodotto risultati particolarmente significativi. "Le esportazioni di made in Italy verso la Cina lo scorso anno sono cresciute del 22,2%: stiamo parlando di un aumento di quasi un quarto in valore. E, stando ai dati delle dogane cinesi, ancora più straordinaria sarebbe la crescita registrata nel primo trimestre di quest'anno. E valori record - sottolinea Scarpa - hanno registrato sia l'agroalimentare nel suo complesso (+18%) che il vino: addirittura +63% nel primo trimestre di quest'anno, che si innesta sul dato positivo del 2017". Una quota che, "in meno di 18 mesi di forte promozione pubblica ed investimenti privati è passata dal 4,6% al 7%, ed in classifica siamo risaliti dal quinto al quarto posto, superando la Spagna". Investimenti promozionali, finanziati dal Ministero dello Sviluppo Economico e del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, di cui ICE è diretta ema-

nazione, e tradotti in una serie di iniziative che, a guardare i dati, stanno dando i loro frutti. "Merito - riprende il Direttore ICE di Pechino - di un approccio multilevel, che ha riguardato la formazione di promotori cinesi del vino italiano (ne abbiamo formati 500 in meno di due anni, in 11 città della Cina, con i Corsi "ITALIAN WINES & SPIRITS"); la comunicazione, con gli eventi offline2online "I love ITALIAN WINES", realizzati da tutta la rete ICE in Cina in collaborazione con gli altri attori privati, grazie a cui abbiamo raggiunto oltre 55 milioni di punti di contatto sul web, cui farà seguito a settembre una imponente campagna sul web cinese, sulla falsa riga di quanto fatto in Usa; e ancora - continua Scarpa - abbiamo puntato sulla promozione vendite, cogliendo le stagionalità del mercato, con settimane dedicate al food and beverage italiano mai tanto promosso ed esposto sugli scaffali delle catene Olé, Corner's Deli, 1919, Hema, BHG Market Place, Jenny Lou".

IL COMMISSARIO HOGAN IN MISSIONE IN CINA

Phil Hogan, Commissario europeo per l'agricoltura e lo sviluppo rurale, prosegue la serie di missioni commerciali per promuovere i prodotti alimentari e bevande dell'UE con un viaggio a Shanghai, in Cina, dal 14 al 17 maggio. *“La Cina - ha dichiarato Hogan - è un partner commerciale chiave per il settore agroalimentare dell'UE: c'è una domanda forte e in aumento tra le crescenti classi di consumatori cinesi per i nostri prodotti alimentari e le bevande di alta qualità e, incontrando direttamente le controparti cinesi, possiamo costruire relazioni commerciali e politiche necessarie per accelerare tale crescita. L'U.E. è leader globale nel*

commercio libero ed equo, e continueremo a perseguire con vigore l'aumento degli scambi con i nostri partner per ottenere reciproco vantaggio”. Nella sua trasferta cinese, il Commissario è accompagnato da una delegazione d'affari composta da 70 soggetti espressione di tutto il settore agroalimentare europeo, in rappresentanza di associazioni nazionali o imprese di 22 paesi diversi, nonché di un certo numero di organizzazioni a livello europeo. Come per le recenti visite del Commissario in Canada, in Iran, in Arabia Saudita, l'obiettivo della missione in Cina è quello di facilitare i potenziali accordi commerciali tra le imprese del

settore agroalimentare europeo e cinese. La Cina è il secondo maggior importatore di prodotti agroalimentari dell'UE, rappresentando l'8,7% di tutte le esportazioni agricole dell'Unione nel 2016, e i prodotti alimentari e le bevande europee stanno diventando sempre più popolari, in particolare tra la classe media emergente cinese. Non a caso, per sottolineare questa crescente importanza, l'U.E. è stata scelta come regione ospite d'onore al SIAL China di Shanghai, la più grande esposizione di prodotti alimentari in Asia, dove il Commissario Hogan ha aperto ufficialmente oggi la manifestazione.

NASCE LA ITALIAN WINE ASSOCIATION PER LA PROMOZIONE DEL VINO IN CINA

Nei giorni scorsi è stata lanciata dall'Ambasciata Italiana di Pechino la *“Italian Wine Association”*, associazione no-profit sotto la guida e il supporto dell'Ambasciata d'Italia in Cina, che vuole coinvolgere esperti di vino italiani in Cina e all'estero, cantine e imprese, di media entità rilevanti nella diffusione della cultura della produzione vitivinicola del Belpaese nel paese asiatico, attraverso la promozione e la comunicazione, ma anche ricerca ed educazione ed eventi dedicati. 32 i membri fondatori della neonata associazione, numero destinato a salire ad almeno 50, entro il 2018. Il Consorzio Vino Chianti ha scritto all'Ambasciatore italiano in Cina per avere ulteriori informazioni ai fini della conoscenza della denominazione Vino Chianti DOCG in quel mercato.

ECCELLENTE PRIMO TRIMESTRE PER LE IMPORTAZIONI DI VINO IN CINA

Le importazioni di vino da parte della Cina hanno totalizzato, nei primi tre mesi dell'anno, un volume di 2,0057 milioni di ettolitri e un valore di 792 milioni di dollari. Se si confrontano questi valori con quelli relativi al primo trimestre 2017, ci si accorge di una crescita del volume del 32,34% e del valore del 35,85%. La Francia rimane il primo fornitore di questo mercato: tra gennaio e marzo ha spedito verso il paese della Grande Muraglia vino per il valore di 271,9 milioni di dollari, aggiudicandosi così il 38,2% del mercato. Si comincia tuttavia a sentire l'incalzare dell'“Aussie wine”, dato che il fatturato delle spedizioni dall'Australia ha superato il 200 milioni di dollari (\$ 200,17 milioni), equivalenti a uno share del mercato dell'imbottigliato del 28,1%. A favorire gli scambi, incrementatisi di oltre il 50% sia in volume che in valore, l'accordo di libero scambio ChAFTA.

SINGAPORE: MERCATO DEL VINO DA 1,4 MILIARDI DI DOLLARI ENTRO IL 2021

Una recente analisi di GlobalData sul mercato del vino nella Repubblica di Singapore, *Top Growth Opportunities: Wine in Singapore*, ha evidenziato un consistente incremento del consumo di vino di qualità, fattore che insieme ad altri porterà questo mercato - già valutato per il 2016 un miliardo di dollari - a raggiungere entro il 2021 il valore di 1,4 miliardi di dollari. Previsto un Compound Annual Growth Rate (CARG) del 5,4% per il periodo 2016-2021. Più nel dettaglio GlobalData indica per il vino fermo premium - la categoria oggi più dinamica - un tasso di crescita CARG del 5,2% per il periodo 2016-2021, mentre per gli sparkling ci si aspetta un CARG del 5,1%. Meno

veloce, ma lo stesso consistente, la crescita attesa per la categoria vini fortificati: CARG +3,2%. Il buono stato di salute dell'economia di uno dei più importanti centri finanziari del mondo e la conseguente crescita del reddito medio sono i principali motivi dell'incremento delle vendite di vino. Inoltre, il consumo di vino di qualità e a marchio è oggi favorito dalla forte tassa sugli alcolici vigente nel paese; definita “sin tax” (“tassa sul peccato”), è un'imposta fissa sul volume che sfavorisce i prodotti più economici (e le private label), spingendo invece i consumatori all'acquisto di vino premium, per il quale un prezzo alto appare più giustificato dalla qualità e dal brand.

OPPORTUNITÀ E LIMITI PER LA CRESCITA DEL VINO ITALIANO IN BRASILE

Dopo la profonda crisi economica che ha investito il paese, giunge dal Brasile qualche segnale che rivela una possibile inversione di tendenza. Nel 2017, le importazioni complessive di vino sono tornate a crescere, a quota 325 milioni di euro (+27,6%), nonostante la lunga stagnazione dei consumi. L'Italia ha fatto ancora meglio della media, con un +48,6% che ha fatto balzare il valore delle spedizioni a 35 milioni di euro, consentendoci di diventare il quinto esportatore sul mercato brasiliano, dietro a Cile, Argentina, Portogallo e Francia, con una quota del 10,6%. Le potenzialità, a guardare i numeri, sono enormi: il consumo medio annuo è di appena 2 litri a persona, il Pil è tornato a crescere, sep-

pur lentamente, e le previsioni parlano di un +2% annuo da qui al 2022, che farebbe del Brasile un'economia stabile. Ci sono, però, dei limiti strutturali da non sottovalutare alla crescita economica del mercato enoico, analizzati dal report di Wine Intelligence *The Brazil Routes to Market 2018*, che sottolinea come la catena distributiva in Brasile sia particolarmente complessa e frammentaria, dagli importatori alla GDO, con le accise ancora molto alte. Fondamentale, quindi, diventa focalizzare i propri sforzi nelle Regioni più efficienti ed in cui si concentra la maggiore densità di popolazione: il Nord Est, tra Fortaleza e Recife, dove vivono 55 milioni di persone, ed il Sud Est, tra San Paolo, Rio de Ja-

neiro, Belo Horizonte, Porto Alegre, dove risiedono 108 milioni di brasiliani. Inoltre, proprio come in Cina, ed in generale in tutti i nuovi mercati, buona parte del successo passerà per i Millennials e per l'online, canale attraverso cui già oggi passa il 15% di tutto il vino importato.

UE E MESSICO RAGGIUNGONO UN NUOVO ACCORDO SUL COMMERCIO

Dopo diversi mesi di intensi negoziati, lo scorso 21 aprile l'Unione europea e il Messico hanno raggiunto un nuovo accordo sul commercio, parte di un accordo globale UE-Messico più ampio e aggiornato. Praticamente tutti gli scambi di merci tra l'UE e il Messico saranno ora esenti da dazi, anche nel settore agricolo. L'intesa raggiunta garantisce, tra l'altro, la protezione di 340 prodotti alimentari e bevande europee a Indicazione Geografica in Messico. I negoziatori di entrambe le parti continueranno il loro lavoro per risolvere le restanti questioni tecniche e per definire il testo legale completo entro la fine dell'anno. Successivamente, la Commissione procederà alla verifica legale e alla traduzione dell'accordo in tutte le lingue ufficiali dell'UE ed in seguito lo sottoporrà all'approvazione del Parlamento europeo e del Consiglio.

LA SVEZIA È IL PIÙ GRANDE IMPORTATORE DI "BAG-IN-BOX"

Dai primi dati doganali elaborati a seguito dell'introduzione del codice doganale per le transazioni di vino in formato "Bag-In-Box" (tra 2 e 10 litri), risulta che, nel 2017, la Svezia è stato il più grande importatore di BIB con 493.000 hl. Tale tipologia di confezionamento rappresenta il 25% delle importazioni totali svedesi. Il formato BIB costituisce, invece, solo il 3% delle importazioni statunitensi (il secondo maggiore importatore, con

310.000 hl). La particolare attrazione dei paesi nordici per il vino BIB è confermata dalla Norvegia, le cui importazioni raggiungono il 39% del totale. L'Australia è di gran lunga il maggiore esportatore, con 630.000 hl spediti. Questo quantitativo rappresenta l'8% delle sue esportazioni totali. Meno del Sudafrica o della Germania (rispettivamente 12% e 16%), ma superiore a Francia, Italia o Spagna (rispettivamente 3%, 2% e 1%).

Consorzio Vino Chianti

Fondato nel 1967

Viale Belfiore, 9 - 50144 FIRENZE
Tel. 055 333600 - Fax 055 333601
E-mail: info@consorziovinochianti.it
<http://www.consorziovinochianti.it>

L'Informatore del CHIANTI

MENSILE DI INFORMAZIONE TECNICA ECONOMICA VITIVINICOLA TRADIZIONE E CULTURA

del Consorzio Vino Chianti Fondato nel 1967

Direttore responsabile: Marco Alessandro Bani - Direzione, Redazione, Impaginazione, amministrazione:
Viale Belfiore, 9 - 50144 FIRENZE - Tel. 055 333600 - Fax 055 333601
E-mail: info@consorziovinochianti.it - <http://www.consorziovinochianti.it>
Stampa: ST.G.R.

Registro Tribunale di Firenze - n. 1810 - 16/02/1967