

LE STORIE

LA TOSCANA DEL VINO PROVA AD AGGANCIARE LA RIPRESA. AL VIA LA SETTIMANA DELLE ANTEPRIME

▲ a cura di Gianluca Atzeni



Primi bilanci per il BuyWine 2021, nell'inedito formato digital causa pandemia. Tutto pronto per PrimAnteprima: le attese per il futuro secondo i presidenti dei Consorzi, che guardano con fiducia alla stagione estiva e all'arrivo dei turisti. Mazzei (Avito): "Buoni segnali dal primo quadrimestre"



Quando, a novembre 2020, in pieno lockdown per la seconda ondata di Coronavirus, la Regione Toscana annunciò lo spostamento da febbraio a maggio 2021 del BuyWine e della Settimana delle Anteprime, in pochi avrebbero scommesso sulla possibilità che si sarebbero tenute in un periodo, come quello attuale, di grande fermento per la ripartenza. E, invece, gli organizzatori sembrano averci visto bene. Ecco, allora, che l'edizione 2021 più che un velleitario tentativo di sopravvivere alla crisi rappresenta un'iniezione di fiducia per l'intero vino italiano, alla vigilia della stagione estiva. Una formula mista, col BuyWine in digitale e le degustazioni in presenza (da Firenze ai principali territori), che si spera possa dare un contributo per riportare il sereno in una filiera che rappresenta circa 13 mila imprese, per oltre 60 mila ettari vitati.

ESPORTAZIONI TOSCANE GIÙ DEL 4%

Da un punto di vista economico, la tempesta Covid scoppia a inizio 2020 ha ridotto le esportazioni di vino toscano del 4%, a circa un miliardo di euro, secondo dati Istat. A perdere terreno è stato soprattutto il primo Paese cliente, gli Stati Uniti (32,1% delle quote. VEDI TABELLA 1), che ha fatto segnare un -15,1% in un anno, a fronte di incrementi in doppia cifra per la Germania (14% delle quote) e per il Regno Unito (+11,3%). Bene anche Canada (+4%), Svizzera (+2,8%) e Olanda (+28,9%), mentre Giappone e Cina hanno perso rispettivamente il 26,7% e il 23,4%. Sul fronte produttivo, ammonta a 2,2 milioni di ettolitri di vino il quantitativo del 2020, in calo rispetto ai 2,6 mln/hl del 2019, di cui il 67% da etichette Dop (secondo dati Artea).

UN BUYWINE DIGITAL IN TRE TAPPE

La vetrina b2b del BuyWine ha inaugurato il 10 maggio scorso la nuova formula degli incontri virtuali coi buyer, regalando non poche sorprese in questa undicesima edizione che ha esaurito tutti i 150 slot messi a disposizione (239 le richieste tramite il bando regionale). Delle 150 aziende toscane coinvolte, 56 provengono dalla provincia di Siena, 39 da Firenze, 21 da Grosseto, 18 da Arezzo. Per questo appuntamento di natura commerciale, sono 134 i buyer coinvolti e selezionati da PromoFirenze, in 34 diversi mercati. Tutti gli operatori >>

Il calendario del BuyWine

L'undicesima edizione è confermata con un formato riprogettato in digitale, mantenendo il wine-tasting durante i b2b coi buyer. L'evento è in 3 tappe, ognuna dedicata a un diverso mercato. Ogni produttore toscano ha scelto a quale tappa partecipare.

10-14 maggio BuyWine Toscana - Europa

24-28 maggio BuyWine Toscana - Asia e Oceania

7-11 giugno BuyWine Toscana - America

LE STORIE

Export vino Toscana: primi 10 mercati (2020)

	valore (euro)	quota % su tot vino	var % 2019	var % 2020
Stati Uniti	320.891.595	31,1	6,5	-15,1
Germania	139.851.168	14	-2,6	10,4
Canada	92.658.365	9,3	2,2	4,0
Svizzera	66.683.327	6,7	0,4	2,8
Regno Unito	52.239.437	5,2	-7,4	11,3
Francia	39.966.976	4,0	13,3	-0,9
Paesi Bassi	28.754.002	2,9	-1,7	28,9
Giappone	25.697.338	2,6	22,9	-23,4
Cina	20.385.815	2,0	9,4	-26,7
Danimarca	19.193.371	1,9	-15,8	14,0

fonte: Elaborazioni Camera di Commercio Firenze su dati Istat

» hanno ricevuto le confezioni coi campioni dei vini (firmate Vinotte) mentre l'etichetta vera e propria coi dettagli tecnici sono stati caricati dalle aziende su un catalogo online. «In un periodo in cui tutte le più importanti manifestazioni legate al vino hanno gettato la spugna» sottolinea **Stefania Saccardi**, vicepresidente della Regione Toscana «questo è un segnale di grande fiducia che tributiamo al nostro settore vitivinicolo nel suo complesso e dei 16 Consorzi di tutela: un mondo fatto di storia, cultura, arte e professionalità in cui potranno calarsi tutti gli operatori commerciali online e i giornalisti in presenza».

Ognuna delle tre tappe del BuyWine prevede circa 400 incontri. La prima, che si chiude il 14 maggio, ha riguardato l'Europa, con 18 Paesi partecipanti (specialmente Germania, Francia, Danimarca, Belgio e Regno Unito). «Lunedì è partita la prima tappa e il feedback che stiamo ricevendo dai produttori è molto positivo», commenta **Massimo Manetti**, presidente di PromoFirenze, azienda speciale della Camera di commercio di Firenze, che sottolinea come il format delle degustazioni a distanza si confermi «vincente in un anno difficile come questo. Dobbiamo saper guardare avanti, perché le aziende che saranno pronte alla ripartenza avranno un vantaggio competitivo. E noi vogliamo dare loro la possibilità di essere in pole position».

Dal 24 al 28 maggio è prevista la seconda tappa in Asia e in Australia: 12 Paesi raggiunti dalle Vinotte, grazie alla collaborazione di Assocamerestero, all'interno del progetto finanziato dal Ministero degli Affari esteri (True Italian Taste). Sono Cina, Giappone, Taiwan, Hong Kong e Corea del Sud i mercati presenti con più buyer. La terza tappa, dal 7 all'11 giugno, prevede Canada (dove sono state coinvolte anche alcune province emergenti nel consumo del vino), Usa, Colombia e Messico. «Con questo evento accendiamo i riflettori sulle eccellenze enologiche della regione: un'azione di marketing territoriale che contribuirà alla ripartenza della nostra economia», rileva **Giuseppe Salvini**, segretario generale della Camera di commercio di Firenze. Nell'edizione 2020, secondo un sondaggio sul grado di soddisfazione dei partecipanti effettuato dalla Camera di Commercio di Firenze, a sei mesi di distanza dall'evento, il 66% dei

buyer ha affermato di avere mantenuto i contatti coi buyer nonostante il periodo di lockdown e l'emergenza sanitaria. Quasi sei aziende toscane su 10 ha, inoltre, affermato di avere stretto accordi commerciali coi buyer incontrati. Un dato in crescita rispetto all'edizione del 2019. «E le percentuali rilevate tra i produttori» si sottolinea dall'ente camerale «sono in linea con quanto dichiarato dai buyer internazionali».

RECORD DI CONSORZI A PRIMANTEPRIMA



Sono 12 i Consorzi di tutela che prendono parte a PrimAnteprima, la collettiva di venerdì 14 maggio a Firenze (Bianco di Pitigliano e Sovana, Candia dei Colli Apuani, Carmignano, Chianti Rufina, Colline Lucchesi, Cortona, Maremma Toscana, Montecucco, Orcia, Terre di Pisa, Val di Cornia e Suvereto, Valdarno di Sopra). Saranno 400 le etichette, provenienti da 170 aziende. «C'è voglia di buttarsi alle spalle questa brutta parentesi della nostra storia, fatta di »

Le misure anticovid a PrimAnteprima

L'ingresso a PrimAnteprima 2021, a Firenze, è da Porta Mugnone (viale Filippo Strozzi - piazzale Caduti dall'Egeo). Al momento dell'ingresso alla Fortezza da Basso sarà necessario rilasciare copia dell'esito di tampone molecolare o tampone rapido antigenico orofaringeo di ultima generazione (immunofluorescenza con lettura in microfluidica) negativo, effettuato nelle 48 ore precedenti. In alternativa, sarà possibile effettuare un tampone rapido antigenico all'ingresso, sia per i giornalisti interessati alle degustazioni (Padiglione delle Nazioni 9.30-17.30, con servizio sommelier), sia per quelli che parteciperanno alla conferenza stampa di inaugurazione al Teatrino Lorenese (ore 12.00). Il costo del tampone all'ingresso sarà coperto dall'organizzazione.

[illegible]

LE STORIE

» crisi di liquidità e stock in crescita», commenta **Francesco Mazzei**, presidente di Avito, il superconsorzio dei vini toscani (95% della produzione regionale per 260 milioni di bottiglie). «La Toscana del vino è stata il motore di crescita negli anni Settanta e Ottanta per tutta l'Italia e ancora oggi è un elemento di punta. Siamo pronti a fare la nostra parte», aggiunge Mazzei ricordando già nel primo quadrimestre del 2021 «stanno arrivando importanti segnali di ripresa delle vendite sui mercati da molti Consorzi associati».

LA DOC MAREMMA TOSCANA PUNTA SUL VERMENTINO



Saranno circa 40 (su 100 associate) le cantine grossetane partecipanti alla manifestazione: «Vogliamo tornare agli eventi in presenza» osserva Mazzei «ma abbiamo capito che la tecnologia potrà essere di grande aiuto in futuro, per il quale vedo bene un mix tra le due cose». Il 2020 dei produttori maremmani non è stato facile. La Doc presenta una esposizione mista, tra Gdo, Horeca e vendita diretta: «A seconda dei casi, le perdite di fatturato sono stimabili tra il 10% e il 40%. I vini di pronta beva e quelli stagionali, come bianchi e rosati, hanno incontrato qualche difficoltà in più, così come le aziende meno strutturate. E sui risultati ha pesato anche l'assenza del settore turistico». Pur in considerazione di una Settimana delle Anteprime che è definita «anomala e in tono minore rispetto al passato», il presidente Mazzei sottolinea come sia «giusto dare un segno di positività, guardando avanti». Il Consorzio, che ha recentemente realizzato un tour digitale di 4 città statunitensi (tra cui Miami e Chicago), sta pianificando il futuro, puntando in particolare sulla varietà Vermentino. È in corso una modifica al disciplinare di produzione che introdurrà la tipologia superiore.

PER IL CARMIGNANO PERDITE TRA IL 30 E IL 40%



Non ha rinunciato alla kermesse il Consorzio del Carmignano. Lo spiega il presidente **Fabrizio Pratesi**: «Seppure con un evento in formato ridotto abbiamo la speranza che le cose vadano un po' meglio. Noi piccoli produttori e cantine che lavorano con il canale Horeca italiano ed estero abbiamo subito non pochi danni dalla crisi economica. Ci auguriamo che almeno nella seconda parte dell'anno si vada verso una normalità». Il Consorzio, che riunisce 11 imprese per una produzione di un milione di bottiglie (di cui 65% circa esportate), stima nel periodo tra 2020 e primi mesi 2021 perdite che oscillano dal 30% al 40%. A pesare è stata la seconda chiusura da novembre in poi. «Speriamo nella campagna di vaccinazione. Ci manca il fatto di non partecipare a eventi in presenza e l'online non ha compensato questo gap», osserva Pratesi, che ritiene necessario «tornare a fare promozione in maniera diretta. E questa formula delle Anteprime, seppure diversa dalle altre» conclude «ci dà fiducia».

Il calendario della Settimana delle Anteprime

Sono, insolitamente, maggio e giugno i mesi dell'undicesima edizione di Buy wine. La manifestazione, organizzata da Regione Toscana in collaborazione con PromoFirenze, quest'anno ha scelto un format totalmente riprogettato in modalità (prevalentemente) virtuale. L'obiettivo resta quello di favorire l'avvio e il consolidamento di percorsi di internazionalizzazione delle aziende toscane che producono vini Dop. L'inaugurazione della Settimana delle Anteprime è in programma venerdì 14 maggio alla Fortezza da Basso, a Firenze, alle 11:30. L'incontro si potrà seguire da remoto, tramite i siti web e i social di Regione Toscana, Fondazione Sistema Toscana e sistema camerale. Venerdì 14 sarà anche la volta di PrimAnteprima di Toscana, la collettiva regionale coi consorzi di tutela Maremma Toscana, Montecucco, Pitigliano e Sovana, Valdarno, Chianti Rufina, Carmignano, Colline Lucchesi, Orcia, Terre di Pisa, Candia, Cortona, Val di Cornia e Suvereto.

Dal 15 al 21 maggio, la settimana delle Anteprime di Toscana proseguirà sotto forma di incontri tecnici riservati agli addetti ai lavori preregistrati. Gli appuntamenti sono tutti a numero chiuso e su invito.

- ❖ sabato 15 maggio **Chianti Lovers** - Consorzio vino Chianti e Consorzio Morellino di Scansano
- ❖ domenica 16 e lunedì 17 maggio (mattina) **Benvenuto Brunello** - Consorzio del vino Brunello di Montalcino
- ❖ lunedì 17 maggio (pomeriggio) e martedì 18 maggio **Anteprima Nobile** - Consorzio del vino Nobile di Montepulciano
- ❖ mercoledì 19 maggio **Anteprima della Vernaccia di San Gimignano** - Consorzio del vino Vernaccia di San Gimignano
- ❖ giovedì 20 e venerdì 21 maggio **Chianti Classico Collection** - Consorzio vino Chianti Classico

LA DOC ORCIA GUARDA ALL'ENOTURISMO

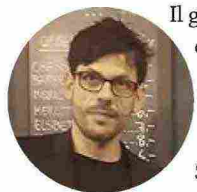


Saranno 12 le imprese della Doc Orcia (sui circa 50 associati) a prendere parte alle Anteprime. La presidente del Consorzio, **Donatella Cinelli Colombini**, ripercorre un 2020 difficile ma all'orizzonte vede rosa: «La nostra Doc vive di turismo estero. In alberghi e agriturismo avevamo ben il 52% di presenze straniere e la cosiddetta riconversione verso una clientela italiana si è fatta sentire nel bilancio delle vendite dirette. Tuttavia, registriamo una ripresa: dai ristoranti alle enoteche arrivano nuovi ordini e confidiamo» sottolinea «nel contributo del termalismo come driver per la ripartenza». Sul fronte estero, Cinelli Colombini ricorda che le economie di Stati Uniti e Canada »

ANTEPRIME

» hanno sono già ripartite ma anche che l'Italia dovrà fare un grande sforzo nella comunicazione: *"Il brand Italia deve essere più forte. E ci aspettiamo delle azioni da parte del Ministro del Turismo. Ciò che conta, ora, è riorganizzarsi rapidamente, affinché la prossima stagione estiva sia molto positiva. Le Regioni, da sole, non ce la possono fare"*.

TERRE DI PISA: BIANCHI E ROSATI IN ARRIVO



Il giovane Consorzio della Doc Terre di Pisa confida decisamente nella spinta del BuyWine e delle Anteprime. Saranno circa 14 le imprese (su 16 associate) presenti alla manifestazione di Firenze. Con 500 mila bottiglie prodotte, di cui 40% esportate, la denominazione guidata dal presidente **Nicola Cantoni** è alla sua seconda partecipazione. *"Ci aspettiamo che i giornalisti, e non solo, tornino a muoversi. Il mercato già si sta muovendo sul fronte della distribuzione: Usa, Canada ma anche Italia. Gli ordini stanno ripartendo"* afferma *"e notiamo anche nel consumatore una voglia di spostarsi e riprendere una vita normale"* Il Consorzio, che a settembre conferma l'evento Pisa Food&Wine in collaborazione con la Camera di Commercio, ha in serbo diverse novità: la nomina di un direttore del Consorzio che faciliti l'accesso ai fondi della promozione e curi la dimensione organizzativa; l'ingresso di nuovi iscritti e una modifica del disciplinare: *"Ai due rossi, affiancheremo due bianchi e un rosato. Il dossier è in Regione e speriamo"* conclude Cantoni *"che le nuove regole entrino in vigore al più presto"*.

CHIANTI RUFINA STIMA CALI TRA -12 E -30%



Con circa 15 imprese sulle 20 associate, il Consorzio Chianti Rufina parteciperà alla Settimana delle Anteprime, consapevole che occorre *"dare un messaggio di fiducia malgrado le difficoltà"*, come riferisce il presidente **Cesare Coda Nunziante**. Il Consorzio esporta il 65% dei 2,7 milioni di bottiglie immesse annualmente sul mercato. *"Il 2020 ha segnato un calo sia sul fronte estero sia su quello italiano. L'impatto è stato stimato tra il -12% e il -30%. E si tratta per la maggior parte di imprese medio-piccole"*. Il Consorzio è ben consapevole che la formula dell'evento, con degustazioni riservate ai professionisti e con una presenza di stranieri molto limitata, non potrà dare risultati eclatanti: *"Era però importante"* commenta Coda Nunziante *"dare un segnale ed esserci come sistema Toscana, per sottolineare che il mondo del vino ha continuato e continua a lavorare. Per quanto riguarda la stampa straniera, ci organizzeremo sul territorio non appena si riapriranno definitivamente i confini"*. In vista dell'estate, ora il Consorzio guarda alla dimensione enoturistica: *"Vogliamo incrementare questo tipo di offerta dando più importanza al contatto diretto con gli appassionati. Ed è questa una lezione che abbiamo imparato dalla pandemia, anche alla luce degli stimoli che ci sono arrivati dalla comunicazione sui social network"*.

VENDITE DIRETTE IN CRESCITA PER IL MONTECUCCO



Saranno 18 le aziende della Doc e Docg Montecucco (70 le associate) impegnate tra i padiglioni della Fortezza da Basso di Firenze per PrimAnteprima. I vini che arrivano dalle colline sotto il Monte Amiata sfrutteranno questo palcoscenico per provare a rilanciarsi sui mercati. Il presidente **Giovan Battista Basile**, alla guida del Consorzio nel post Claudio Tipa, descrive così il 2020: *"L'imbottigliato è rimasto stabile sul 2019 a circa 1,2 milioni di bottiglie. Possiamo dire di avere retto il colpo, considerando il buon risultato del primo trimestre 2020. Circa il 65% dei nostri vini viene esportato e il nostro obiettivo è sfruttare meglio il potenziale del territorio che arriva a 4,5 milioni di pezzi"*. Fiducia anche negli incontri b2b del BuyWine: *"Ritengo l'iniziativa fondamentale per le piccole aziende non strutturate che non hanno un ufficio commerciale dedicato. Sono circa 15 le imprese del Montecucco che hanno aderito. Pensate un po' a cosa significa per i bilanci di una piccola cantina acquisire uno o due buyer nuovi all'anno"*. E se si guarda alla prossima estate, il Montecucco auspica che le cose vadano come nel 2020: *"Speriamo di ripeterci, perché da noi c'è stato un notevole aumento di visitatori italiani nelle cantine. Un pubblico interessato, appassionato"* conclude Basile *"che ci ha consentito di registrare nel 2020 un incremento delle vendite dirette"*.

UNO SGUARDO AL 2022

In attesa di tracciare un bilancio definitivo di tutta la Settimana delle Anteprime 2021, l'assessore regionale all'Agricoltura, Stefania Saccardi, ha ricordato durante la conferenza stampa di presentazione, che le risorse per finanziare gli eventi del settore agroalimentare del 2022 sono già stati decisi e rientrano nel patto triennale, siglato a febbraio scorso, tra Regione Toscana, Camera di Commercio di Firenze e Promo Firenze. Sono previste risorse complessive per 1,3 miliardi di euro, per eventi in funzione di promozione e marketing, che vanno dal BuyWine al BuyFood. *"Per il prossimo anno"* ha concluso Saccardi *"bisognerà valutare in base alla situazione generale correlata alla pandemia. Quindi, se si tratterà di organizzare manifestazioni solo in presenza oppure anche in formato digitale"*. ❖

Torna Ciak&Wine

Dopo il buon esito dello scorso anno, torna Ciak&Wine, rassegna cinematografica organizzata da Regione Toscana, in collaborazione con Fondazione Sistema Toscana e La Compagnia. Sarà una sala virtuale, gratuita e on demand sulla piattaforma "Più Compagnia", in cui si potranno vedere otto tra film e documentari, dedicati alla passione enologica e per spaziare dalle vigne dell'Arizona a quelle dell'Isola d'Elba.

Info: www.cinematocompagnia.it