


[Editoriali](#) [Sito nazionale](#) [Pubblicità](#) [Per le imprese](#)


Entra nel mondo di Irìde Imprese Italia

[SCOPRI DI PIÙ...](#)

 Quotidiano dei Contribuenti
il giornale di Confedercontribuenti


Entra nel mondo di Eos consulenza

[VISITA IL SITO](#)
[HOME](#) [CONTATTI](#) [LA REDAZIONE](#) [GRANDI DONNE NELLA STORIA](#) [IL NOSTRO SISTEMA](#) [SCUOLA DI FORMAZIONE](#) [Q](#)
[DILLO AL QUOTIDIANO](#)


Davanti alla minaccia dei dazi al 30% da parte degli Usa dal 1° agosto, i produttori di vino e prosecco italiani non si fanno scoraggiare e anzi preparano le loro contromisure. Secondo l'imprenditore veneto Sandro Bottega a capo di Bottega SpA, tra i produttori più prestigiosi di Prosecco, "gli americani saranno i primi a pagarne le conseguenze, anzitutto con un aumento dei prezzi, con una



contrazione delle attività delle loro società di importazione e soprattutto con una riduzione della loro qualità di vita, visto che i prezzi dei prodotti di importazione avranno costi proibitivi". E aggiunge: "La speranza è che almeno tutto questo attragga più turisti americani in Europa e in Italia in particolare. Quanto invece ai prodotti americani, ovviamente, la risposta degli europei difficilmente sarà positiva perché, aldilà dell'economia, ci sarà una reazione culturale".

I produttori del rinomato vino Chianti italiano hanno chiesto una nuova strategia di esportazione sostenuta dall'UE e mirata a mercati come il Sud America, l'Asia e l'Africa. "Non ha senso piangersi addosso. Dovremmo considerarla un'opportunità per accelerare una nuova strategia di esportazione, concentrandoci su mercati alternativi e più stabili", ha affermato Giovanni Busi, presidente del **Consorzio Vino Chianti**, un'associazione che riunisce i produttori di vino Chianti della Toscana, secondo quanto riferisce Reuters. Lo scorso anno, secondo Federvini, il Belpaese ha esportato negli Stati Uniti vini, liquori e aceti per un valore di 2 miliardi di euro (2,3 miliardi di dollari), pari a un quarto delle sue vendite globali.

Busi ha identificato il Sud America, l'Asia e l'Africa come mercati fondamentali per il vino italiano, citando Brasile, Argentina, Uruguay e Paraguay come regioni con un significativo potenziale di crescita. Ha inoltre sottolineato l'aumento della domanda nei mercati asiatici, tra cui Cina, Giappone, Vietnam e Taiwan, sottolineando la necessità di strategie di promozione e distribuzione mirate. "Anche l'Africa e l'India sono aree in cui il consumo di vino sta iniziando a diffondersi", ha aggiunto, incoraggiando sforzi strutturati per penetrare questi mercati. Matteo Lunelli, amministratore delegato del Gruppo Lunelli, produttore di spumante, parlando con Repubblica, ha sposato questa linea: "Gli Stati Uniti sono stati il nostro primo Paese, ora dobbiamo prestare maggiore attenzione ad altre aree".

I produttori di prosecco vendono circa 130 milioni di bottiglie all'anno agli Stati Uniti, circa il 30% delle loro esportazioni totali, per un valore di quasi 500 milioni di euro. "L'incertezza prolungata pesa sulle scelte strategiche delle aziende, speriamo in una decisione definitiva e ragionevole", ha dichiarato in un comunicato il presidente del Consorzio Prosecco Giancarlo Guidolin.(AGI)

PIT



PREVIOUS ARTICLE

Mase: arrivate 12.400 richieste per Reddito Energetico Nazionale



Si è verificato un errore.

Prova a guardare il video su www.youtube.com oppure attiva JavaScript se è disabilitato nel browser.

[Privacy Policy](#)
[Cookies Policy](#)
[GPDR](#)
[Richiesta cancellazione](#)
 Search articles

[Iscriviti alla newsletter](#)