



# I vini dell'Emilia-Romagna alla conquista dei mercati

Dell'Aquila

**Con un +11,8% vola l'export. La regione sul podio tra i territori che crescono di più, ben oltre il trend nazionale. Le prospettive per il 2018 secondo i produttori**

**GIANCARLO  
MARTELLI**

**C**on Lambrusco, Sangiovese, Albana e Pignoletto, l'Emilia-Romagna dei vini continua a guadagnare spazio nelle preferenze dei consumatori sui mercati esteri. È il quadro che emerge dalle statistiche più aggiornate sull'andamento dell'export vitivinicolo regionale, che nei primi nove mesi del 2017 (gennaio-settembre) registrano una crescita complessiva delle vendite oltreconfine dell'11,8% in valore sullo stesso periodo del 2016, per un importo di oltre 230 milioni di euro (*fonte: Unioncamere ER*). Una performance migliore del trend nazionale, fermo a un più modesto +6,6%, e che colloca l'Emilia-Romagna sul gradino più alto del podio per crescita tra le cinque regioni che esportano di più, davanti alla "corazzata" Veneto e prima anche di Piemonte, Toscana e Trentino-Alto Adige. Un risultato che evidenzia un'accelerazione del ritmo di crescita dell'export regionale rispetto al pur brillante +5,1% messo a segno nello stesso periodo del 2016 e che consolida il recupero avviato dopo il biennio 2014-2015 di segno negativo.

*Crescono le esportazioni. Dei 25,7 milioni di euro assegnati all'Emilia-Romagna dall'Ocm vino per la campagna 2017-2018, quasi 6 milioni sono destinati alla promozione dei vini regionali sui mercati extraeuropei*

Un consuntivo dunque decisamente positivo. Sul 2018 potrebbero pesare fattori quali il rialzo dei prezzi dovuto al forte calo produttivo legato alla siccità dell'ultima estate (-25% in Emilia-Romagna secondo le stime di Assoenologi), così come il rafforzamento dell'euro sui mercati internazionali. Altra incognita potrebbe essere rappresentata dalla Brexit, che rischia di penalizzare un mercato importante come la Gran Bretagna.

## *La parola alle aziende*

Per sondare le aspettative degli operatori abbiamo interpellato alcune delle principali aziende emiliano-romagnole presenti sui mercati esteri. Il primo interlocutore è **Claudio Biondi**, vicepresidente di Cantine Riunite & Civ, il colosso cooperativo con sede a Campegine (Re), campione nell'export dei vini frizzanti emiliani, in primis il Lambrusco, che ha chiuso l'esercizio 2016-2017 con un fatturato di 225 milioni di euro (+6,7%), di cui il 55% realizzato all'estero. «I mercati più rilevanti per noi sono gli Usa e il Messico, dove

## CAMPAGNA 2017-2018: 25,7 MILIONI PER I VINI REGIONALI

Oltre 5,9 milioni di euro. Sono le risorse stanziare per l'anno in corso dalla Regione con un bando ad hoc per favorire la penetrazione dei vini tipici dell'Emilia-Romagna sui mercati dei Paesi Terzi, grazie a contributi fino al 50% delle spese.

Si tratta di una delle misure previste nell'ambito del programma nazionale di attuazione dell'Ocm (Organizzazione comune di mercato) vino che ha visto l'assegnazione all'Emilia-Romagna per la campagna 2017-2018 da parte del ministero delle Politiche agricole di 25,7 milioni di euro - 0,8 in più rispetto ai quasi 24,9 del 2017 - per finanziare una serie di interventi che vanno appunto dal sostegno

alle azioni promozionali nei Paesi Terzi, alla ristrutturazione e riconversione dei vigneti, all'aiuto per gli investimenti in azienda. Per quanto riguarda l'ammmodernamento tecnologico delle aziende, dopo l'ultima rimodulazione dei fondi dell'Ocm vino da parte della Regione sono disponibili quasi 7,8 milioni di euro, quasi il doppio rispetto al budget di partenza di 4,1 milioni, che consentiranno di finanziare 37 progetti, di cui 10 presentati da aziende agricole e 27 da imprese agroindustriali. A questa misura potranno essere destinati ulteriori fondi che eventualmente dovessero residuare dagli altri interventi.

siamo leader con il Lambrusco Riunite, e il Brasile. Altri Paesi strategici sono Gran Bretagna e Francia, poi Germania e Russia; in particolare quest'ultimo Paese, dopo la crisi del 2015, sta registrando importanti tassi di crescita. Più in generale nel 2017 il continente americano ha avuto una crescita del 10% e l'Europa del 3,5%».

«Il nostro target di riferimento - prosegue Biondi - è rappresentato dai *millennials*, i giovani nati negli anni '80 e '90 del secolo scorso, con un'offerta basata sui due più importanti vini frizzanti emiliani, Lambrusco e Pignoletto, più il Prosecco Maschio; etichette ideali per chi cerca nel vino caratteristiche di leggerezza». Cosa vi aspettate per il 2018? «La vendemmia 2017 ha portato a un drastico calo produttivo a livello nazionale. Una situazione che peraltro accomuna i principali Paesi produttori europei quali Francia e Spagna e che sta comportando un forte incremento dei costi. Pertanto, soprattutto a livello internazionale, stiamo facendo valutazioni attente per cogliere le opportunità di business; la nostra strategia a medio termine è quella di investire nei mercati a maggiore potenzialità di sviluppo».

### *I mercati asiatici*

Un'azienda emiliano-romagnola che sta scommettendo sui Paesi emergenti del Sud-Est asiatico è il gruppo cooperativo Cevico (70 milioni di litri imbottigliati nel 2017, 5mila viticoltori associati, circa 7mila ettari coltivati), che ha chiuso l'ultimo bilancio con un fatturato aggregato di 147 milioni di euro, di cui oltre 33 realizzati all'estero (+25%). Il gruppo, che ha partecipato alla missione istituzionale in Cina organizzata dalla Regione a novembre, è presente con i principali vini emiliano-romagnoli in tutti i più importanti mercati mondiali - Francia, Regno Unito, Usa - e sta puntando le proprie carte sui



due Paesi più importanti dell'Asia: la Cina, di cui è l'esportatore italiano leader, e il Giappone (secondo esportatore italiano), con una quota rispettivamente del 10 e del 15% del proprio export totale. «In Cina - sottolinea il manager **Francesco Paganelli** - siamo partiti una decina di anni fa, anche grazie all'attività di promozione dell'Enoteca regionale. Si tratta di un mercato in costante evoluzione, nel 2017 abbiamo incrementato le nostre vendite del 18%».

*Degustazione di vino presso il padiglione dell'Emilia-Romagna, durante la scorsa edizione del Vinitaly*



## APPUNTAMENTO AL VINITALY CON ENOTECA EMILIA-ROMAGNA

Anche quest'anno il mondo del vino si ritroverà a Vinitaly, la principale manifestazione del settore, a Verona dal 15 al 18 aprile. Lo spazio dell'Emilia-Romagna, gestito da Enoteca regionale, occuperà l'intero padiglione 1 su una superficie di circa 4mila metri quadrati, con circa 200 tra aziende e consorzi, 500 vini e 7 banchi d'assaggio. Totalmente rinnovati l'arredamento e le grafiche che connoteranno lo stand, come pure il messaggio che accompagnerà la comunicazione, all'insegna del green e del benessere. Previsto anche un ristorante che proporrà il format di "InCantina" con un menù fortemente legato al territorio.

Enoteca Emilia-Romagna è l'ente che si dedica alla promozione e alla valorizzazione dei vini della regione attraverso iniziative promo-commerciali in campo nazionale e internazionale.

Enoteca opera avvalendosi della collaborazione di istituzioni, ricercatori e degli stessi produttori associati, che ad oggi sono 206 e rappresentano l'84,7% della produzione di vino Doc imbottigliato in Emilia-Romagna (601.501 hl su un totale regionale di 710.212 hl) e il 70% della produzione di vino Igt imbottigliato (1.079.811 hl su un totale regionale di 1.528.842 hl).



*Lo spazio dell'Emilia-Romagna, presso il padiglione 1 della Fiera di Verona, a Vinitaly 2017*

In Cina vanno per la maggiore i vini corposi e di grande struttura, con gradazioni alcoliche elevate come Sangiovese, Merlot e Cabernet. «Tuttavia sta crescendo la domanda di bollicine, pertanto abbiamo cominciato con il Lambrusco di qualità della cantina Medici Ermete & Figli. Stiamo poi investendo molto sui nostri vini bio che hanno ottenuto anche la certificazione cinese del Wit». Il mercato cinese è comunque estremamente competitivo. «La distribuzione non segue la logica occidentale di netta distinzione tra i vari canali e ciò rende molto difficile portare avanti un progetto di costruzione di un brand forte, anche per le dimensioni immense del Paese. In Giappone il discorso è completamente diverso e per certi aspetti la logica di mercato è rovesciata». Le previsioni per il 2018 per entrambi i Paesi sono tutto sommato favorevoli. «Probabilmente – conclude Paganelli – perderemo un po' sui volumi, ma speriamo di confermare i fatturati».

### *Più organizzazione per fare sistema*

A Castel San Pietro Terme (Bo) ha il suo quartier generale l'azienda Cesari, una delle più blasonate dell'Emilia-Romagna, fondata nel 1964 dal capostipite Umberto e che vede ora il figlio Gianmaria nel ruolo di amministratore delegato. «Vendiamo solo vini fatti con le nostre uve – dice con un moto di orgoglio – abbiamo 180 ettari di vigneti in proprietà e altri 170 in affitto, tutti tra Castel San Pietro e Imola. Produciamo principalmente Sangiovese, Albana, Cabernet, Merlot, un po' di Chardonnay e Trebbiano, per un totale di circa 4 milioni di bottiglie. Nel 2017 abbiamo fatturato circa 19 milioni (+5%), l'export rappresenta circa l'85% delle vendite. I principali mercati per noi sono Canada, Usa e Messico. Poi c'è l'Europa, con in testa Germania e Inghilterra, seguite da Belgio, Olanda, Norvegia. I mercati che sono andati meglio nel 2017 sono proprio questi».

Come vede il futuro per le etichette regionali? «I vini dell'Emilia-Romagna non hanno nulla da invidiare a quelli delle altre regioni sul piano della qualità, ma dobbiamo ancora migliorare molto come immagine. Poi manca una strategia comune, soprattutto tra noi privati: si parla tanto di fare sistema, però alla prova dei fatti non abbiamo la capacità di presentarci insieme sul mercato, aggregando e unendo le piccole e medie realtà come fa il sistema cooperativo. C'è bisogno di far decollare azioni comuni per far conoscere e valorizzare le produzioni autoctone, servirebbe un organismo terzo per fare da catalizzatore».

E il 2018 come si prospetta? «Puntiamo a consolidarci nei Paesi dove lavoriamo meglio, anche se c'è l'incognita su come i mercati recepiranno gli aumenti di prezzo che ci sono stati». ■