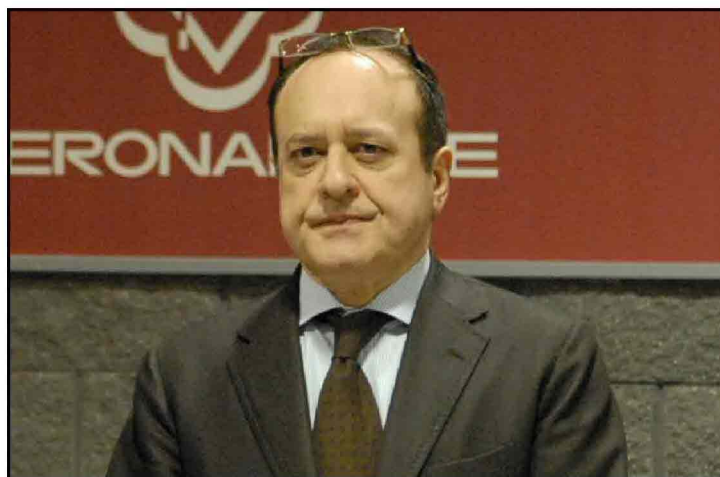


L'ANALISI DEL DIRETTORE GENERALE DI VERONAFIERE SUL NOSTRO VINO

CRESCIAMO SOLO GRAZIE AL PROSECCO

“QUALCOSA STA FERMANDO IL MERCATO DEI VINI, A PARTIRE DALLE AGEVOLAZIONI DOGANALI CHE HANNO I NOSTRI COMPETITOR IN ARGENTINA, AUSTRALIA, NUOVA ZELANDA E SUDAFRICA. MANCA UN FORTE TESTIMONIAL DEL NOSTRO PRODOTTO”. VINITALY FA LA PROPRIA PARTE, MA SERVE DI PIÙ

Solo il potere del Prosecco dà smalto alle vendite all'estero del vino italiano, che peraltro dovrà fare i conti con incognite di peso - a partire da Brexit e dalle politiche di Trump - sui mercati storici delle etichette made in Italy. "Il settore ha vissuto una crescita come pochi altri", ha detto il direttore generale di Veronafiere, **Giovanni Mantovani**, intervenuto all'incontro **Coldiretti** su "Mercati del vino e innovazioni in vigna". "In dieci anni - ha ricordato il dg Veronafiere-Vinitaly - il made in Italy è cresciuto in valore del 74%, quasi tre volte più dell'intero manifatturiero, e quasi il quadruplo rispetto all'abbigliamento e al tessile, e a fine anno è atteso un'altra performance record delle vendite all'estero per circa 6 miliardi. Ma cresciamo - ha sottolineato Mantovani - solo per effetto di un solo prodotto, il Prosecco. Qualcosa sta fermando il mercato dei vini fermi, a partire dalle agevolazioni doganali che hanno i nostri competitor in Argentina, Australia, Nuova Zelanda, Sudafrica. Inoltre il mondo del vino spagnolo corre, e a fine anno - ha segnalato Mantovani con preoccupazione - la nostra crescita dell'export, al netto degli sparkling, il



Giovanni Mantovani, direttore generale di Veronafiere

Prosecco appunto, sarà pari a zero. Inoltre si consoliderà il sorpasso nel primo mercato import al mondo, gli Usa, con la Francia in fuga che incrementa a doppia cifra. La crescita per il made in Italy ci sarà (+3,8%), ma sarà inferiore alla media export degli ultimi cinque anni". Secondo il direttore generale di Veronafiere, "la nostra storia di successo deve passare alla fase due. Abbiamo molto bene come singole aziende e come aggregazioni di aziende che fanno promozione all'estero (Ocm), ma manca un forte testimonial del nostro prodotto vinicolo. Vinitaly accompagna il comparto con record di presen-



ze di buyer esteri da 140 Paesi, in numero superiore a quelli registrati da ProWein e VinExpo. E in Cina avremo presto 270 ambasciatori del vino italiano, formati da Vinitaly International Academy".